



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPORTACIÓN DE
CELULARES DE ESTADOS UNIDOS PARA LA
EMPRESA DIGICELL S.A.C., 2022 -2024.**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autores:

Bach. Ipanaque Guevara, Maricarmen.

<https://orcid.org/0000-0003-0932-9972>

Bach. Morillo Cruzado, Franco Orlando.

<https://orcid.org/0000-0001-6650-9617>

Asesora:

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo.

<https://orcid.org/0000-0002-1555-7851>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2022

APROBACIÓN DEL JURADO

TESIS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE CELULARES DE ESTADOS UNIDOS PARA LA EMPRESA DIGICELL S.A.C., 2022 – 2024.

Aprobación del Informe de investigación:

Asesor (a)

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo.

Presidente (a)

Mg. Reyes Arroyo, Carlos Andre

Secretario (a)

Dr. Espinoza Rodríguez, Hugo Redib.

Vocal

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo.



Universidad
Señor de Sipán

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, somos **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Negocios Internacionales** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro ambos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPORTACIÓN DE CELULARES DE ESTADOS UNIDOS PARA LA EMPRESA DIGICELL S.A.C., 2022 – 2024.

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Ipanaque Guevara, Maricarmen	DNI: 77332110	
Morillo Cruzado, Franco Orlando	DNI: 74978789	

Pimentel, 9 de noviembre de 2023.

DEDICATORIA

A mis padres por haberme apoyado incondicionalmente durante estos 5 años en mi vida universitaria, motivándome cada día a ser mejor y seguir adelante, valoró el sacrificio que han hecho por mis hermanos y por mí.

A mi abuelo Antero Guevara Granados Q.E.P.D. por sus enseñanzas, por sus consejos, que, gracias a ellos, junto con mis hermanos somos grandes profesionales.

Maricarmen Ipanaque Guevara

A mis familiares y amigos, quienes me apoyaron y me brindaron su apoyo, a los docentes de la universidad por sus enseñanzas a lo largo de la carrera.

Franco Orlando Morillo Cruzado

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a dios por permitirnos estar con vida y poder seguir adelante, superando todos los obstáculos que se presenten en el camino de mi vida.

Agradecer el enorme apoyo de mis padres, por impulsarme a seguir esforzándome cada día para lograr el cumplimiento de mis metas, por sus principios y valores que me inculcaron para ser una mejor persona y profesional.

Maricarmen Ipanaque Guevara

Quiero agradecer primero a mis padres por su amor incondicional y por haberme permitido terminar una carrera universitaria, y a mis docentes por orientarme.

Franco Orlando Morillo Cruzado

RESUMEN

Este presente informe de investigación tiene como objetivo: Proponer un plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 – 2024., logrando de esta manera poder conocer todos los requisitos que se deben cumplir para lograr con éxito la importación de celulares directamente del país de Estados Unidos debido a que el producto es restringido en territorio peruano. La cual se empleó una investigación de enfoque mixta descriptiva, con un diseño no experimental.

Una vez explorando fuentes de información confiable, nos enfocaremos en elaborar un análisis y la elaboración de los resultados obtenidos. De modo que la investigación nos ayudará a poder detallar con claridad las variables (plan de negocios e importación).

Asimismo, se concluye que, para lograr la importación de celulares, el país de Estados Unidos es un buen mercado, debido a que se encuentra ubicado dentro de los principales países exportadores de celulares, donde nuestro país está ubicado en la posición 38° con un total de \$1,416,006 en importaciones de celulares en el 2021. Asimismo, se debe detallar cómo es un proceso de importación de celulares de Estados Unidos, analizando todos los factores propuestos, ya que un proceso son actividades que están enlazadas para la distribución. Para finalizar, no debemos olvidar que antes de realizar una importación y sobre todo si son productos restringidos, es necesario cumplir con cada normativa que dispone el Estado peruano, para que de esta manera la mercadería llegue a suelos peruanos sin ningún inconveniente.

Palabras clave: *Importación, celulares, Estados Unidos, documentación.*

ABSTRAC

The objective of this research report is to: Propose a business plan for the import of cell phones from the United States for the company DIGICELL S.A.C., 2022 – 2024., thus achieving to know all the requirements that must be met to achieve success the importation of cell phones directly from the country of the United States because the product is restricted in Peruvian territory. Which used a descriptive mixed approach research, with a non-experimental design.

Once exploring sources of reliable information, we will focus on preparing an analysis and the preparation of the results obtained. So that the investigation will help us to be able to clearly detail the variables (business plan and import).

Likewise, it is concluded that, to achieve the import of cell phones, the country of the United States is a good market, because it is located within the main cell phone exporting countries, where our country is located in the 38th position with a total of \$1,416,006 in imports of cell phones in 2021. Likewise, it must detail what a process of importing cell phones from the United States is like, analyzing all the proposed factors, since a process consists of activities that are linked for distribution. Finally, we must not forget that before making an import and especially if they are restricted products, it is necessary to comply with each regulation established by the Peruvian State, so that in this way the merchandise reaches Peruvian soil without any inconvenience.

Keywords: *Import, cell phones, United States, documentation.*

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL JURADO	ii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRAC	vii
I. INTRODUCCIÓN:.....	14
1.1. Planteamiento del problema:.....	14
1.1.1. Contexto Internacional:.....	14
1.1.2. Contexto Nacional:	15
1.1.3. Contexto Local:.....	17
1.2. Antecedentes de estudio:.....	18
1.2.1. Contexto Internacional:.....	18
1.2.2. Contexto Nacional:	19
1.2.3. Contexto Local:.....	21
1.3. Teorías relacionadas al tema:	21
1.3.1. Plan de Negocio:	21
1.3.2. Importación:.....	24
1.4. Formulación del problema:.....	29
1.4.1. Problema general:	29
1.4.2. Problemas específicos:.....	29
1.5. Justificación e importancia del estudio:	29
1.5.1. Justificación:	29
1.5.2. Importancia:.....	30
1.6. Hipótesis:	30
1.7. Objetivos:	31
1.7.1. Objetivo general:.....	31

1.7.2. Objetivos específicos:.....	31
II. MATERIAL Y MÉTODOS:	32
2.1. Tipo y diseño de investigación:	32
2.1.1. Tipo de investigación:	32
2.1.2. Diseño de la investigación:	32
2.2. Población y muestra:.....	33
2.2.1. Población:.....	33
2.2.2. Muestra:.....	34
2.3. Variables y Operacionalización:	35
2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:39	
2.4.1. Técnica de recolección de datos:	39
2.4.2. Instrumentos de recolección de datos:	39
2.4.3. Validez:.....	40
2.5. Procedimiento de análisis de datos:.....	41
2.6. Criterios éticos:	42
2.7. Criterios de Rigor Científicos:.....	43
III. RESULTADOS:	45
3.1. Resultados en Tablas y Figuras.....	45
3.2. Discusión de resultados.	98
3.3. Aporte práctico - Propuesta.....	102
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:.....	142
4.1. Conclusiones.....	142
4.2. Recomendaciones.....	143
REFERENCIAS:.....	143
ANEXOS	148

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura del arancel en el Perú.	22
Figura 2: Canal directo.	26
Figura 3: Canal corto (Nivel 1).....	27
Figura 4: Canal largo (Nivel 2).....	27
Figura 5: Canal largo (Nivel 3).....	28
Figura 6: Ficha Técnica iPhone 13.....	79
Figura 7: Ficha Técnica iPhone 14.....	80
Figura 8: Ficha Técnica iPhone 14 Pro Max.....	81
Figura 9: Valores de los principales países exportadores con P.A. 8517120000 (Miles de dólares americanos).	92
Figura 10: Valores de los principales países importadores con P.A. 8517120000 (Miles de dólares americanos)	94
Figura 11: Logo de la empresa DIGICELL.	104
Figura 12: Organigrama.	104
Figura 13: Valor exportado en el 2019.	110
Figura 14: Valor exportado en el 2020.	110
Figura 15: Valor exportado en el 2021.	111
Figura 16: Valor importado en el año 2019.	112
Figura 17: Valor importado en el año 2020.	112
Figura 18: Valor importado en el año 2021.	113
Figura 19: Clasificación arancelaria.	116
Figura 20: Impuestos.....	117
Figura 21: Certificado de Homologación.	118
Figura 22: Permiso de Internamiento:	119
Figura 23: Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	124
Figura 24: Ejemplo de Nota de crédito.	126
Figura 25: BBB - Accredited Business.	127
Figura 26: Proceso logístico.	128
Figura 27: Factura Comercial.	129
Figura 28: Certificado de origen.	130
Figura 29: Packing List.	131
Figura 30: Guía aérea o Air Waybill.	132

Figura 31: Producto – iPhone.....	133
Figura 32: Plaza – tienda.	134
Figura 33: Entrevista aplicada al gerente general de la empresa DIGICELL.	148
Figura 34: Entrevista aplicada a los expertos en comercio internacional.	149
Figura 35: Solicitud de Validación de Instrumento.	149
Figura 36: Datos del Instrumento (Expertos en Comercio Internacional) y Juez Experto.....	149
Figura 37: Criterios de Evaluación.	149
Figura 38: Solicitud de Validación de Instrumento.	149
Figura 39: Datos del Instrumento (Gerente General) y Juez Experto.....	149
Figura 40: Criterios de Evaluación.	149
Figura 41: Solicitud de Validación de Instrumento.	149
Figura 42: Datos del Instrumento (Expertos en Comercio Internacional) y Juez Experto.....	149
Figura 43: Criterios de Evaluación.	149
Figura 44: Solicitud de Validación de Instrumento.	149
Figura 45: Datos del Instrumento (Gerente General) y Juez Experto.....	149
Figura 46: Criterios de Evaluación.	149
Figura 47: Solicitud de Validación de Instrumento.	149
Figura 48: Datos del Instrumento (Expertos en Comercio Internacional) y Juez Experto.....	149
Figura 49: Criterios de Evaluación.	149
Figura 50: Solicitud de Validación de Instrumento.	149
Figura 51: Datos del Instrumento (Gerente General) y Juez Experto.....	149
Figura 52: Criterios de Evaluación.	149
Figura 53: Autorización para el recojo de información.	149

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Muestra	34
Tabla 2: Variables y Operacionalización.	37
Tabla 3: Criterios Éticos.	42
Tabla 4: Entrevista.	45
Tabla 5: Pregunta 1	52
Tabla 6: Pregunta 2.....	53
Tabla 7: Pregunta 3.....	54
Tabla 8: Pregunta 4.....	57
Tabla 9: Pregunta 5.....	59
Tabla 10: Pregunta 6.....	60
Tabla 11: Pregunta 7.....	62
Tabla 12: Pregunta 8.....	64
Tabla 13: Pregunta 9.....	65
Tabla 14: Pregunta 10.....	67
Tabla 15: Pregunta 11.....	69
Tabla 16: Pregunta 12.....	70
Tabla 17: Pregunta 13.....	71
Tabla 18: Pregunta 14.....	73
Tabla 19: Pregunta 15.....	74
Tabla 20: Pregunta 16.....	76
Tabla 21: Estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de septiembre a diciembre del 2020 – DIGICELL.....	82
Tabla 22: Estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de enero a julio del 2021 – DIGICELL.....	83
Tabla 23: Estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de agosto a diciembre del 2021 – DIGICELL.....	85
Tabla 24: Proyección de estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de enero a julio del 2022 – DIGICELL.....	86
Tabla 25: Proyección de estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de agosto a diciembre del 2022 – DIGICELL.....	88
Tabla 26: Exportadores Mundiales.....	91
Tabla 27: Importaciones Mundiales.....	93

Tabla 28: Importaciones peruanas con partida arancelaria 8517120000	95
Tabla 29: Perfil de La Libertad.	95
Tabla 30: Población según el Género.	96
Tabla 31: Provincias de La Libertad.	96
Tabla 32: Matriz de selección de mercado.	97
Tabla 33: Clasificación.	97
Tabla 34: Contenido de la propuesta.	107
Tabla 35: Exportaciones partida arancelaria 8517120000 - Teléfonos inteligentes.	109
Tabla 36: Importaciones partida arancelaria 8517120000 - Teléfonos inteligentes.	111
Tabla 37: Importaciones peruanas con partida arancelaria 8517120000.	113
Tabla 38: Importaciones Peruanas de la P.A. 6404112000 (Toneladas).	114
Tabla 39: Competencia directa.....	115
Tabla 40: Matriz de selección de mercado.	120
Tabla 41: Clasificación.	121
Tabla 42: Análisis FODA.	121
Tabla 43: Análisis PESTEL.	122
Tabla 44: Elección de nuestra empresa proveedora.	125
Tabla 45: Detalle a importar y precios establecidos.	134
Tabla 46: Impuestos de importación.	135
Tabla 47: Demás impuestos a importar.....	135
Tabla 48: Estructura de financiamiento.	135
Tabla 49: Descripción detallada de los impuestos, precios de venta y ganancias por la importación.....	136
Tabla 50: Cuadro resumen población objetiva.	137
Tabla 51: Proyección de la demanda mensual.....	137
Tabla 52: Préstamo.	138
Tabla 53: Cronograma de pago del servicio de deuda.....	139
Tabla 54: Devoluciones.	140
Tabla 55: Devoluciones detalladas.....	141

I. INTRODUCCIÓN:

1.1. Planteamiento del problema:

A raíz del crecimiento de la tecnología, los celulares han generado un cambio a nivel mundial, donde un dispositivo es sumamente necesario en la sociedad, pues están incorporados en nuestra vida diaria, fueron creados como tecnología social, pues permite entablar comunicación de manera real con personas que se encuentran en el exterior. Además, contribuye en la formación académica de muchos estudiantes, brindándole información necesaria y sirve para guardar información personal.

1.1.1. Contexto Internacional:

En este punto, Olivero (2018) manifiesta que el tráfico web que se genera a diario es desde el celular y representa casi un 52% a nivel mundial, este es un equivalente a un 4% más que en el 2016, lo que más se usa en el celular es para mandar los mensajes y también para las redes sociales con un nivel del 74%, en las compras es de un 60% y para hacer consulta sobre las noticias es del 59%. Las personas de España están relacionadas por persona con móviles en un 3.2%, los jóvenes de 18 a 24 años emplean un 49% el celular más de 4 horas al día, y solo un porcentaje del 41% toma límites al día al utilizar el celular.

De la misma forma, Alvino (2021) da a conocer que, durante varios años, la tecnología a avanzando significativamente, el constante aumento de usuarios que optan por la compra de celulares (smartphones), esto ha logrado, sin duda, un incremento en la demanda por la tecnología, sobre todo en Estados Unidos, quien es el país líder en la fabricación de estos productos. Mediante un estudio realizado en Estados Unidos, destaca que 353.8 millones de ciudadanos cuentan con dispositivos móviles, logrando sobrepasar los 332 millones del total de habitantes que existen en el país. Por otro lado, el acceso a celulares en los diferentes estados estadounidense, entre el rango de edad de 16 – 64 años, destacan los teléfonos inteligentes o también llamados smartphones con 96.3%, seguido de laptop con 73.3%, entre otros.

A través de Redacción (2021) informa que uno de los principales estudios desempeñados, se determinó como conclusión que los smartphones en los últimos 5 años son un 75% más caros. El constante desarrollo de nuevas tecnologías en la

función a actualizaciones (reconociendo facial, 5G y cámaras de alta resolución), ha logrado que la adquisición por estos equipos conduce a una rápida demanda y necesidad por parte de los consumidores que optan por la compra de celulares nuevos. En relación, la demanda en los últimos años ha crecido más del 244%. Asimismo, en la actualidad, se observa que en 70% de la población de España no salen de su casa, sin su dispositivo móvil, además, que el 96% de los españoles cuentan con un celular y de esos ciudadanos un 87% usan smartphones.

Por medio de Boletín de Noticias (2022) detalla las tendencias sobre el consumo de los celulares inteligentes en Colombia, ya que al día se utiliza aproximadamente en un 4.5 horas diarias, esto equivale a un 30% del uso. También se ha visto incrementos de compra de los celulares según IDC en un 21% en el 2021. Esto se ve como la gran mayoría de los consumidores emplea el celular, y dan ciertas tendencias sobre lo que van a comprar, los gustos y preferencias al producto.

Por último, Cahun (2022) revela que en el cuarto trimestre del periodo 2021, a través de un informe realizado en México, asegura que Apple alcanzó un 22% en comercialización de smartphones a nivel mundial, logrando ubicarse como líder en el mercado internacional de smartphones. Asimismo, en la posición número dos se destaca la marca Samsung con una cuota de mercado del 20% generando un descenso de su primera ubicación, seguido de Xiaomi con un 12% y como sorpresa en el mundo de los celulares encontramos a la marca OPPO con un 9% y VIVO con un 8%, desplazando a la reconocida marca Huawei, ubicándose dentro de los 5 primeros fabricantes más grandes del mundo.

1.1.2. Contexto Nacional:

En este punto, Gestión (2018) la gran cantidad de celulares que han ingresado a nuestro territorio en los últimos años, se han importado más de diez millones de celulares en el 2018 y estos valores se han triplicado, esto teniendo un promedio actual de consumidores de 4 a 10 peruanos. Los datos importados en el 2014 suman más de un millón de celulares inteligentes, esto ha incrementado en gran valor más de 2.6 millones. El mercado peruano es donde más uso le dan al Facebook, esto representa en 96% de los consumidores peruanos.

A través de RPP Noticias (2020) comenta que en el Perú existe una gran demanda por el uso de la tecnología, ya que aumentó en 260% más que en el 2019, los peruanos hoy en día optan por adquirir nuevos celulares, esto aumentando en un 120% en los consumidores, y las marcas de los celulares más buscados en el mercado por las personas son los iPhone, Samsung y Xiaomi que está de moda. Además, se estima que las personas gastan por celular más de mil cien soles por cada aparato, esto en los jóvenes de 23 a 25 años.

También, Alvino (2021) asegura que en el Perú el tráfico web que hay representa el 42.5% de los celulares, ya que en el 2020 tuvo un aumento del 66% en el mercado peruano, lo que más se usa son los celulares en gran mayoría, seguida de las laptops con un 56.4% de los consumidores peruanos, y esto que en el 2021 disminuyó casi en un 23%. La función y el uso de la Tablet también aumentaron casi en un 70%, podemos observar que el uso de la tecnología ha ido creciendo más en los celulares que es el uso continuo de las empresas y que es un canal de distribución muy eficiente.

Por otro lado, Statista (2022) dio a conocer el porcentaje de los ciudadanos que utilizan los teléfonos móviles, esto mediante una encuesta establecida en el año 2019, agrupados según las edades correspondientes a nivel nacional. En el informe, se dio conocer que el mayor porcentaje de la población que acceden a los smartphones son el grupo de edad de 24 -29 años, con un 83.1%, mientras que el rango de 18 – 23 años cuentan con 81.95%, seguido del grupo de 30 – 35 años, con un 78.7%, sin embargo, el menor uso, son las edades de 12 – 17 años, con 38.3%.

Por último, IPSOS (2022) informa que, a través de un estudio realizado en el año 2021, se dio a conocer que aproximadamente a nivel nacional existen 16.4 millones de celulares entre el grupo de edad de 12 - 70 años, representando el 83% de la población urbana. Asimismo, la mayoría lo utiliza para acceder a las redes sociales, para buscar información, realizar llamadas, comprar, entre otras. Por otro lado, las aplicaciones que suelen usar son las de entidades bancarias como BCP, BBVA, Yape, ya que les permite acceder a información confidencial y realizar movimientos.

1.1.3. Contexto Local:

De esta forma, Gobierno Regional de La Libertad (2022) informa que en la actualidad, a través del Proyecto denominado Banda Ancha, permitirá que 730 localidades liberteñas puedan acceder a estos servicios indispensables como internet y telefonía, logrando que muchos pobladores, sobre todo de la zona rural de las 12 provincias, puedan contar con buena señal en los celulares, que les ayude a estar involucrados en la globalización del mundo digital con el único propósito que los ciudadanos puedan lograr una mejor comunicación y lo más indispensable, la calidad de vida.

De igual forma, diario el Correo (2022) manifiesta que por medio de un estudio realizado por ERESTEL en el año 2021, ante la coyuntura del Covid-19, los ciudadanos de La Libertad tuvieron que adaptarse a nuevas modalidades de consumo, donde uno de los cambios más notable fue la compra de laptop, celulares y Tablet. Donde el smartphone fue uno de los dispositivos con mejor demanda, logrando un nivel de adquisición de 89.0%. A comparación del año 2016, donde solo registro el 74.2% en los pobladores liberteños. En cuentas a los sectores socioeconómico ABC tuvo un acceso de 84.4 % y el DE a 65.5%, llegando a registrar un incremento no sucedido en el 2016, donde solo registraron 42% y 63.3%.

Por otro lado, FONDEP (2020) garantiza que se ha tomado una iniciativa y que fue aceptada por los estudiantes y familiares, esto a través de los celulares, ya que se podrán comunicar por WhatsApp para así poder dar seguimiento de las actividades, también el uso de los correos electrónicos para indicar sobre los portafolios virtuales y tareas pendientes. Los estudiantes han reaccionado muy satisfechos, siendo un indicador favorable por el uso de los celulares para mantenerse comunicados y de ciertos monitoreos.

Por último, el diario El peruano (2022) da a conocer que en el Perú, en el año 2025, se estima que existan 60,771 estaciones de base de celulares, que permita aguantar la alta demanda por el consumo de datos móviles, logrando contribuir con las personas en la adquisición de información a través del internet. Asimismo, entre las regiones que destacan encontramos a La libertad con 219%

que requieren de este proyecto, lo que garantiza que muchos pobladores opten por la compra de celulares para acceder a herramientas indispensables del día a día.

Ante una gran demanda por productos tecnológicos, la empresa DIGICELL S.A.C. desea importar celulares desde el mercado de Estados Unidos, para poder comercializarlo en el mercado de Chepén (Trujillo – La Libertad), logrando abastecer la demanda y generar más beneficio económico en la empresa. Por ello, es fundamental conocer los requisitos y documentación que se necesita para lograr la importación.

1.2. Antecedentes de estudio:

1.2.1. Contexto Internacional:

En Colombia, Cañón (2021) en su investigación titulada: “Diseño de un plan de importación de artículos tecnológicos, piezas y repuestos de celulares chinos al mercado colombiano”. Ejecutando como objetivo general elaborar un plan de importación de artículos tecnológicos de procedencia china para la población colombiana. Esta investigación cualitativa – descriptiva aplicó una muestra a la población de Colombia entre el rango de edad de 18 – 75 años, empleando encuestas a los ciudadanos para determinar las preferencias y aceptación de estos dispositivos. Por otro lado, se concluyó que entre las personas encuestadas optan por la compra de celulares y laptop de las reconocidas marcas internacionales Apple (Estados Unidos), Samsung (Corea) y Huawei (China). Además, el estudio cuenta con una viabilidad de 27% basándose en la cogida del consumidor y sus preferencias de compra que abarca marca, diseño, calidad, entre otros.

En la investigación propuesta por Espinoza & Bohórquez (2022) denominada: “Manual de importación de celulares bajo el régimen de importación a consumo”, donde menciona que su investigación se enfoca en diseñar un plan de importación de dispositivos móviles conducidos hacia los importadores bajo un régimen de importación. Esta investigación es de carácter mixto porque se utilizaron ambas variables. Por otra parte, se eligió a 70 importadores que conformarán la muestra del estudio, empleando encuestas y haciendo uso de base de datos para una buena recolección de datos. Para finalizar, se concluyó que las importaciones de celulares tuvieron un incremento del 5% durante la coyuntura del COVID-19, debido a que muchas empresas decidieron optar por el teletrabajo y las escuelas

prefirieron las clases virtuales. Además, mencionó que la importación de celulares es un negocio rentable para una empresa como para el país, pero para ello, es necesario que antes de ejecutar la acción se debe tener conocimiento de todos los procesos o requerimientos que pide el Estado a consecuencia de que los dispositivos móviles son productos restringidos.

En Ecuador, Masabanda (2022) en su tesis titulada: “Efecto de las restricciones a las importaciones de equipos celulares en Ecuador”, donde destaca como objetivo evaluar el impacto consecuente a las restricciones a base de las importaciones por los dispositivos móviles en la ciudad de Ambato - Ecuador. Lleva una investigación de enfoque cualitativo con la intención de determinar y analizar a profundidad las características en estudio. Ante ello, se escogió como muestra a un estudio de carácter documental. Para finalizar, se concluyó manifestando que la importación de celulares tuvo un impacto negativo a consecuencia del incremento de los impuestos y los costos en referencia a la logística. Asimismo, las barreras no arancelarias que dispone el Gobierno Ecuatoriano ayuda que diversas empresas grandes o pequeñas, brinden a sus consumidores un producto de calidad y aseguren poder fidelizarlo a través de un buen servicio.

1.2.2. Contexto Nacional:

En la investigación elaborada por Campos & Yacila (2020) denominada: “Propuesta de Importación de Celulares Básicos desde China para la Empresa Casa Móvil E.I.R.L., provincia de Sullana-Piura. 2019”, señala que el objetivo principal es proponer un plan para la respectiva importación de celulares que sean provenientes del país de China para una determinada empresa en la ciudad de Sullana. Asimismo, se empleó un diseño mixto, ya que busca la recolección de datos y cálculos para ciertos indicadores económicos. Teniendo como muestra a un trabajador de una Agencia Aduanera y al gerente de la empresa que se llevará a cabo la investigación. Por otro lado, las técnicas de instrumentos que establecieron para el recojo de información destacan la entrevista y el análisis documental por medio de fuentes confiables. Se concluye que para un buen manejo de importación de dispositivos móviles es indispensable contar con los documentos de origen (China) y destino (Perú), donde manifiesta que la plataforma comercial sé detalla las características de los celulares, el Bill of Lading que es sobre la

logística de transporte, el Packing List que se describe quien es el importador y el exportador y el detalle del producto, y la DUA que es el documento que permite el levante del producto en almacén.

De la misma forma, Reyes (2020) en su tesis titulada: “Las barreras no arancelarias en la importación de celulares de China al Perú en el año 2019”, proponiendo como objetivo principal elaborar un análisis en función a las barreras no arancelarias otorgadas por el Estado Peruano a las importaciones de celulares procedentes del país asiático (China). Utilizando un enfoque cualitativo, proporcionando solo antecedentes de información, sin emplear datos numéricos. En cuanto a la muestra se tomó en consideración a personas capacitadas y con experiencia que les pueda brindar información valiosa, ante ellos tenemos a un representante del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, Gerente de Aduana, entre otros. Acerca de los instrumentos se manejó una entrevista a los actores ya mencionados anteriormente. En conclusión, se tuvo que la implementación de barreras no arancelarias tuvo un impacto negativo en las empresas importadoras a causa de la nacionalización del producto, debido a que se ven afectado en los costos logísticos, el imposible acceso a la normativa de la documentación (certificado de homologación) durante el año 2019, esto generó que distintas empresas dedicadas al rubro de las importaciones disminuyen su competitividad y sé de origen a un oligopolio por parte de entidades extranjeras como iShop.

Por otro lado, Rondon (2021) en su tesis denominada: “Diseño de un plan de importación de equipos móviles marca Xiaomi de China para su comercialización en Mypes de Arequipa Metropolitana, 2019”. Abordando como objetivo el diseño de un plan de importación de celulares de la marca Xiaomi traídos directamente de China para su comercialización en Arequipa. Esta investigación descriptiva – no experimental aplicó una muestra no probabilística donde se consideró a 26 empresas comercializadoras de celulares, recogiendo datos por medio de encuestas, entrevistas y análisis documental. En el estudio se concluye que, de las 26 empresas de estudio, el 69.23% estaría interesado en las importaciones de celulares de China de la marca Xiaomi, teniendo de conocimiento que en Perú Xiaomi cuenta con una preferencia de 11.55% en los consumidores y por ser un producto económico.

1.2.3. Contexto Local:

En la investigación elaborada por Delgado (2020) denominada: “Implementación de una empresa comercializadora de celulares y accesorios en la zona norte del Perú”, señala que el objetivo principal es realizar una implementación de una empresa comercializadora de accesorios y celulares en algunas zonas del norte del Perú como La Libertad, Lambayeque, Tumbes, entre otras. Por ello, se empleó un diseño mixto, ya que busca atender una alta demanda y tener una estrategia principal que son los precios accesibles y bajos para los consumidores. La población objetiva se abordará a los vendedores minoristas que vendan y comercialicen celulares y accesorios en el norte de nuestro país. Por otro lado, la técnica de instrumento que se estableció para el recojo de información destaca la entrevista por medio de fuentes confiables. Se concluye diciendo que existe una gran demanda para la compra de celulares por los peruanos, a la par la empresa tendrá una página web donde se hará las ventas online, con ello tendrán socios comerciales que tendrán que aportar en un 46% de inversión y el 54% se hará por el banco.

1.3. Teorías relacionadas al tema:

1.3.1. Plan de Negocio:

1.3.1.1. Definición:

Un plan es un documento formal para la empresa, y se encarga de crear objetivos empresariales, con esto se identificará si la empresa cuenta con el capital o se tendrá que recurrir a un banco. Por ello, se deben de expresar correctamente los objetivos, estrategias, la estructura, el financiamiento y las soluciones que se darán (MuyPymes, 2019).

1.3.1.2. Descripción de la empresa:

a. Historia de la empresa.

Es una disciplina que permite conocer el crecimiento de la empresa durante el tiempo de existencia, donde intervienen diferentes aspectos importantes como la cultura, la situación económica, la sociedad, los puntos clave o cambios que existieron, todo esto se relacionan y se constituye la historia de la empresa (Arias, 2021).

b. Misión.

Es la representación de existencia de la empresa, donde se plasman todos los objetivos concretos a cumplir, especialmente que es lo que desea ofrecer a sus consumidores (Mangas, 2020).

c. Visión.

Es la meta que quiere alcanzar en el futuro, en otras palabras, son los objetivos que una empresa plantea para poder lograr cumplirlas conforme pasa el tiempo (Mangas, 2020).

1.3.1.3. Producto:

a. Descripción del producto.

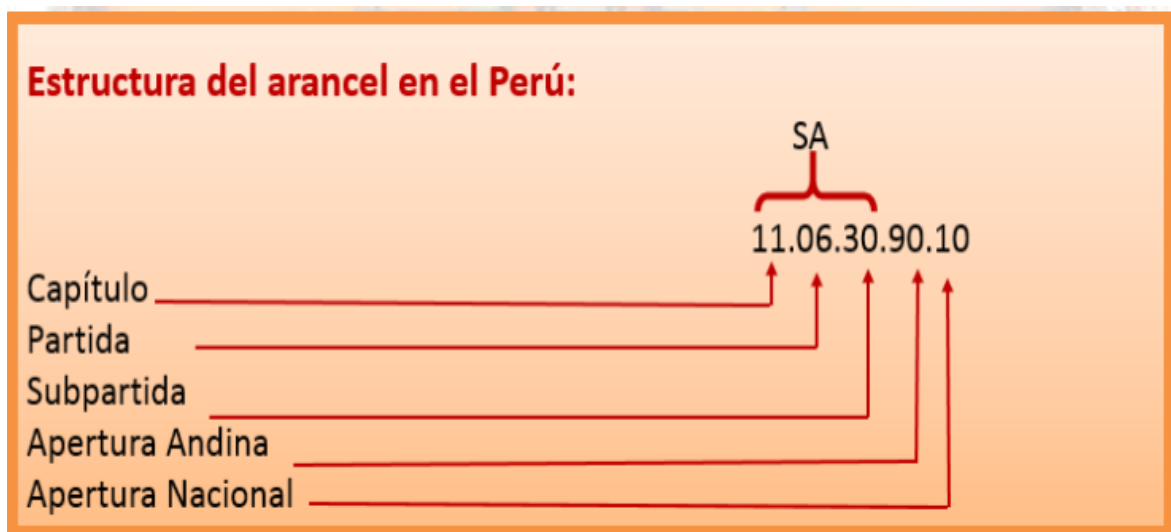
Quintana (2021) menciona cuáles son las características que presenta el producto, por el cual, permite al consumidor brindarle la información necesaria para evaluar la decisión de compra.

b. Clasificación arancelaria.

Es una representación numérica de identificación de un producto, en relación con las características, además, cuenta con 10 dígitos que vendría hacer la subpartida que ayuda en la distribución de impuestos arancelarios (Gobierno del Perú, 2022).

Figura 1

Estructura del arancel en el Perú.



Nota. Cámara de Comercio Tacna.

Comentario. En la imagen se visualiza la estructura arancelaria de un producto en el Perú al momento de ser exportada o importada a través de 10 dígitos estandarizados.

c. Ficha técnica.

Es la herramienta donde se describen las características del producto en función a la presentación, la composición, las dimensiones del producto, entre otros (Diario el Exportador, 2018).

d. Análisis FODA.

Expresa un mecanismo que facilita poder reconocer y establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para una empresa, esta herramienta también puede utilizar para fines personales como profesionales, y poder determinar las oportunidades de mejorar (Raeburn, 2021).

e. Marketing Mix.

Se refiere a las acciones que la empresa puede emplear para mostrar, promocionar el producto y la marca, a los ojos del mundo de los consumidores, el marketing-mix las conforma las 4P que es producto, precio, plaza y promoción, pero actualmente las empresas emplean las 7P que incluyen el posicionamiento, personas y procesos para una empresa o producto (Peralta, 2016).

1.3.1.4. Análisis de la Competencia:

Lo que dice Lenis (2022) que el análisis de la competencia es observar el panorama del mercado de nuestros competidores.

a. Competencia directa.

En esta actividad, que es directa, se da para empresas que se dediquen al mismo rubro o a la misma actividad y que satisfagan a los consumidores, por ello, tienen que seguir compitiendo para obtener la satisfacción del cliente y así poder fidelizarlo (Lenis, 2022).

b. Competencia indirecta.

En esta actividad, que es indirecta, se da para empresas que ofrecen diferentes productos, pero que a la vez quieren lograr satisfacer al cliente de diferente forma, por eso es que compiten en el mismo mercado (Lenis, 2022).

1.3.1.5. Plan Financiero:

a. Plan de ventas.

Se expresa mediante un documento que está proyectado las ventas de la empresa para un determinado periodo, mayormente el plan de ventas se da para un año, este plan toma parte de un plan de negocio y también para un plan de marketing (Cámara de Comercio de Madrid, 2021).

b. Estados de resultados.

Los estados de resultados es un documento en el cual indica la posición financiera de la empresa, en otras palabras, se sabe con exactitud si hubo una ganancia o pérdida durante un determinado periodo, lo cual ayuda a tener una visión de recursos de la empresa (Urzúa, 2022).

c. Evaluación de la rentabilidad.

Es la que determina que es la actividad que permite calcular la garantía de la empresa y poder acomodar los gastos con los costos, y poder convertirlos en ventas para la empresa (ESAN BUSINESS, 2020).

1.3.2. Importación:

1.3.2.1. Definición.

Una importación es el envío de productos o servicios hacia otra nación, para que esta actividad se efectúe a través de dos personas, quien sería la persona que adquiere el producto y el otro es el que fabrica el producto (Mones, 2020).

El Gobierno del Perú (2021) asegura que es la entrada de mercancía a suelo peruano con el único fin de poder abastecer a la población ante una precaria producción del mismo producto.

Mientras que, el Instituto Europeo de Posgrado (2018) manifiesta que es el traslado de bienes o servicios obtenidos por una nación de otro país con la finalidad de consumo a nivel nacional.

1.3.2.2. Tipos de Regímenes de Importación:

Existen diversos regímenes de importación, pero el más destacado es el siguiente:

a. Importación para el consumo.

Este régimen autoriza el ingreso de diversos productos a territorios peruanos, cumpliendo con todos los requisitos e impuestos necesarios (Comercio Exterior Latinoamérica, 2018).

1.3.2.3. Análisis y Selección de Mercado:

a. Exportaciones mundiales.

Es un análisis a nivel internacional del producto en específico que exportan distintos países del mundo (Ceballos, 2022).

b. Importaciones mundiales.

Son estadísticas que permiten tener una idea de las importaciones de un producto en particular en relación, englobando a diferentes países a nivel mundial (Mones, 2020).

c. Descripción de mercado.

Es la que expresa y hace referencia a la población en general del país, en base, a las propiedades que conforman los usuarios en la adquisición de los productos que ofrece la empresa (Da Silva, 2021).

d. Segmentación de mercado.

Determina que es una técnica que se conoce como segmentación de clientes, esta técnica ayuda a distribuir a los consumidores considerados como potenciales en distintos grupos, esto permitirá a la empresa enviar correos o mensajes a sus clientes de manera correcta (Aranda, 2018).

1.3.2.4. Canal de Distribución:

Es un grupo de intermediarios que ayudan en el proceso de distribución entre el productor y consumidor final, en otras palabras, son aquellos que permiten que el producto o servicio arribé a las manos del consumidor en el país determinado (Eslava, 2017). Además, nombra diversos intermediarios que son los distintos:

a. Minorista-detallista.

Tiene como finalidad realizar la distribución directamente con el consumidor final, sin ningún intermitente (Eslava, 2017).

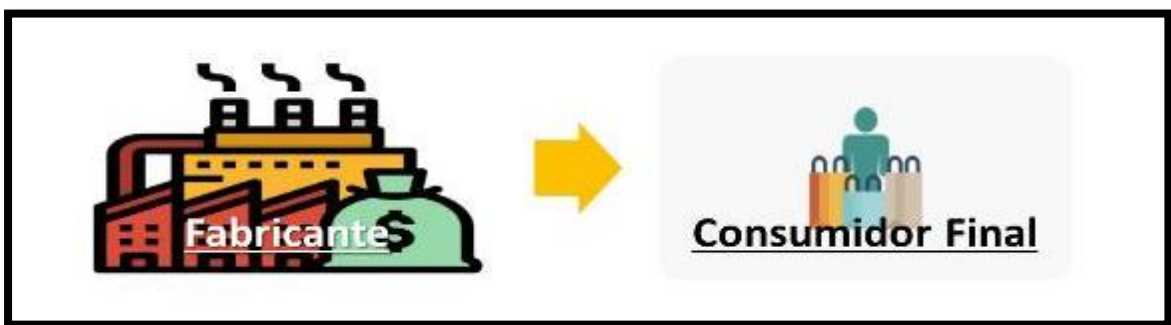
b. Mayorista.

Intermediario que compra en grandes volúmenes y poder destinar los productos a minoristas o centros de abastos menores (Eslava, 2017). Asimismo, eslava nos informa, existen diversos canales de distribución, de los cuales se mencionan a continuación:

Canal directo (Nivel 0): No existen intermediarios, es decir, el fabricante vende sus productos a los consumidores finales.

Figura 2

Canal directo.



Nota. Eslava (2017).

Comentario. Se puede apreciar en la ilustración que el fabricante vende directamente al consumidor final, es decir, no pasa por terceros.

Nivel indirecto: Por medio de intermediarios el producto llega a manos del consumidor final. Asimismo, dentro de este canal destacan el corto y largo:

Canal corto (Nivel 1): Solo cuenta con la participación de un solo intermediario basándonos en el productor y consumidor.

Figura 3

Canal corto (Nivel 1).



Nota. Eslava (2017).

Comentario. En la figura se muestra que el fabricante distribuye a minoristas, para posteriormente venderlo en el mercado al consumidor final.

Canal largo (Nivel 2): Participan distintos intermediarios.

Figura 4

Canal largo (Nivel 2).



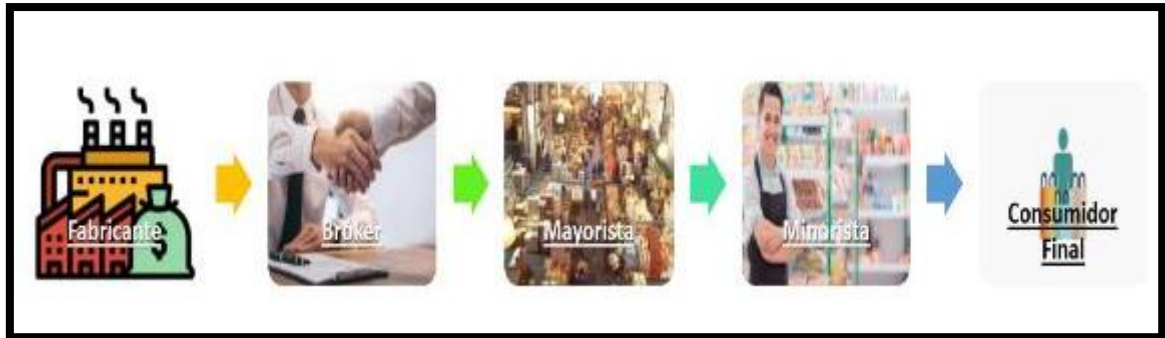
Nota. Eslava (2017).

Comentario. En la imagen se detalla que el fabricante comercializa al mercado mayorista como minorista, para ser comprados por un consumidor final.

Canal largo (Nivel 3): En este canal cuenta con la participación del Bróker, quien es el representante o encargado de ajustar exportador e importador.

Figura 5

Canal largo (Nivel 3).



Nota. Eslava (2017).

Comentario. En la ilustración se visualiza que el fabricante vende a un Bróker (es el cargador de ejecutar órdenes de pedidos, a la vez genera comisiones por su cargo), posteriormente los comercializa a los mayoristas y minoristas, para ser vendidos al consumidor final.

1.3.2.5. Barreras de Acceso:

a. Barreras Arancelarias.

Las actividades de las barreras arancelarias se dice que son restricciones al momento de realizar el comercio internacional, por ello, se deben pagar dichos impuestos que son derechos por parte de aduanas y aranceles, que se pagan al momento de hacer dicha importación o exportación (Logística y Comercio Exterior, 2022).

b. Barreras no Arancelarias.

Son las normativas otorgadas por los estados de los países, esto con el objetivo de dificultar la importación de los productos, esto sin tener la necesidad de aumentar los impuestos (Westreicher, 2018).

c. Documentación.

La RAE (2021) define a la documentación como un conjunto de documentos que acreditan de manera oficial la pertenencia de un material a una persona natural, no como medio informativo que ayude a comprobar una información necesaria.

d. Acuerdos Comerciales.

Es un tratado de libre comercio, es principalmente un convenio o pacto, que se tiene que dar entre dos países o más, para poder entablar los pactos arancelarios y las barreras no arancelarias para la comercialización de productos o servicios (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018).

1.4. Formulación del problema:

1.4.1. Problema general:

¿De qué manera el plan de negocio permitirá la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024?

1.4.2. Problemas específicos:

¿Cuál es la situación actual para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024?

¿Cuáles son los requisitos de acceso que se deben cumplir para la importación de celulares?

¿De qué manera el plan de negocios ayudará a la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C.?

1.5. Justificación e importancia del estudio:

1.5.1. Justificación:

Justificación Teórica:

La investigación presenta una justificación teórica, porque se han plasmado teorías de plan de negocio e importación, con la finalidad de desarrollar una mejora en la problemática establecida y en las variables de estudio. Por otra parte, ayudará a tener conocimiento sobre las importaciones de celulares, sobre todo en la actualidad, donde podemos apreciar que muchos ciudadanos utilizan estos dispositivos como parte de su vida diaria, siendo fundamental para los empresarios.

Justificación Metodológica:

El estudio se justifica bajo un método de metodología descriptiva, porque se realizará un plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos,

donde permitirá a la empresa DIGICELL S.A.C., elegir las mejores decisiones con respecto a importaciones a largo plazo por medio de una investigación científica y corroborada. Asimismo, se emplearán procedimientos de recolección de información confiable como entrevistas y análisis documentario, con la intención de poder tener una perspectiva enfocada en el problema del estudio, para su respectivo análisis y discusión de los resultados.

Justificación Social:

Tiene como justificación social en el ámbito de una contribución diaria en los ciudadanos peruanos, puesto que los celulares son un dispositivo indispensable en la vida de los consumidores, ya que facilita en las tareas cotidianas de las personas, como función principal comunicar y sobre todo en situaciones peligrosas y coopera en la formación de estudiantes. Por otro lado, desde un panorama económico favorecerá a diversas empresas importadoras de dispositivos móviles y a las distintas personas implicadas en este proceso de importación, ocasionando puestos de empleos, contribuyendo a la inversión del país.

1.5.2. Importancia:

La presente investigación es importante porque a través de un plan de negocio de importación de celulares de Estados Unidos, ayudará a que la empresa DIGICELL S.A.C. tenga mayores clientes en el mercado nacional, esta idea nace a raíz de un crecimiento por el uso de celulares (iPhone), donde podemos observar que estos aparatos permiten a las personas a estar en contacto y sobre todo apoyarse en sus estudios, lo cual esto representa un gran oportunidad para el crecimiento económico de la empresa, siempre contemplando todos los requisitos que se deben efectuar para poder acceder a estos productos.

Por otro lado, será beneficioso para adquirir nuevos conocimientos y ponerlos en práctica en el ámbito profesional, asimismo, esta importación permitirá incentivar a que muchos empresarios y estudiantes opten por la importación de celulares, y que contribuya con el crecimiento de la economía de nuestro país.

1.6. Hipótesis:

H1: El plan de negocios permitió la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 – 2024.

H0: El plan de negocios no permitió la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 – 2024.

1.7. Objetivos:

1.7.1. Objetivo general:

Proponer un plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024.

1.7.2. Objetivos específicos:

Diagnosticar la situación actual para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C.

Establecer los requisitos de acceso para el cumplimiento de la importación de celulares.

Elaborar un plan de negocios para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C.

II. MATERIAL Y MÉTODOS:

2.1. Tipo y diseño de investigación:

2.1.1. Tipo de investigación:

Descriptiva

La investigación, es de tipo descriptiva, ayuda a poder explicar y describir a la población y la situación que está centrada la investigación. Este tipo de investigación brinda información sobre cuándo y dónde recurrente al problema, pero no referencia sobre el por qué sucede el problema planteado. Su propio nombre nos dice que por medio de la investigación se van a describir las variables, más no se explica (Jervis, 2020).

De acuerdo a esto, se desarrollará un plan de negocio para la importación de celulares de la empresa DIGICELL S.A.C., donde se buscará explicar las oportunidades que tiene el producto en el Perú, con el fin de conseguir nuevos clientes y que la empresa siga siendo rentable.

Propositiva

Aguilar (2016) define que la investigación propositiva permite detectar la problemática o necesidad que se detecta en dicha entidad, posterior a ello, se dará una solución para evaluar el desempeño de la propuesta planteada.

Basándonos en ello, después de haber realizado el recojo de información y análisis de datos, se procederá a plantear un plan de negocios, con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos propuestos, logrando contribuir en la solución del problema detectado.

2.1.2. Diseño de la investigación:

No experimental

Se establece un estudio no experimental, ya que no va a existir ningún tipo de modificación de las variables, solo se realizará una investigación de los hechos acontecidos y en función a ello se podrá analizar y llegar a una respectiva conclusión (Montano, 2021).

En otras palabras, los investigadores son los responsables de elaborar el plan de importación para la empresa DIGICELL S.A.C., pueda importar celulares

directamente del país de Estados Unidos, pero no serán los encargados de ejecutar este plan de importación, por ello, este documentó será otorgado a la empresa para que pueda estimar los resultados y ver la probabilidad de poder aplicarlo.

Corte Transversal

Cvetkovic-Vega et al. (2021) define que la investigación transversal es donde los distintos datos e información se reunirán en un tiempo determinado. En otras palabras, se recolectó información en un tiempo establecido para poder analizarla y explicar las variables aplicadas en esta investigación.

Es decir, en esta investigación se van a estudiar dos variables en un determinado tiempo estimado por los investigadores, para lograr obtener una conclusión a base de la problemática detectada por parte de la empresa DIGICELL S.A.C.

Enfoque

A través de una investigación por medio de enfoque mixto, también denominada investigación múltiple, se justifica porque es un tipo de investigación que busca integrar las metodologías cuantitativas y cualitativas en una misma investigación. La investigación mixta es una forma de poder aumentar y desarrollar las funcionalidades de los diferentes métodos que hay por separado (Ayala, 2021).

Es decir, se estableció este enfoque mixto porque aborda metodologías cuantitativas y cualitativas.

2.2. Población y muestra:

2.2.1. Población:

Constituido por diversos elementos entre los que destacan personas u objetos que intervienen para poder determinar algo en la investigación. Asimismo, también está constituido por animales, muestras, nacimientos, entre otros. Por eso, es fundamental determinar los elementos que conforman parte en la población, con la finalidad de poder tomar la muestra y aplicar diversas técnicas para la respectiva recolección de datos (Otzen & Manterola, 2017).

Por lo tanto, para poder realizar la investigación, la población estará conformada distintas personas, las cuales serán:

a. Población 1: Está conformado por el Gerente General de la empresa DIGICELL S.A.C.

b. Población 2: Estará conformada por 5 expertos en comercio internacional.

2.2.2. Muestra:

Otzen & Manterola (2017) hace referencia que está conformada por una cierta segmentación de la población donde se está realizando la investigación, en la cual se ejecutarán ciertos instrumentos como entrevistas, encuestas, entre otros, para una recolección de datos oportuna.

En el caso de nuestra investigación, la muestra que se empleará para el respectivo análisis será la no probabilística, por la cual, se realizará el muestreo por conveniencia, ya que se escogió a ciertas personas que tengan conocimiento sobre este tema.

Por ello, nuestra muestra está conformada por las mismas personas que se establecieron en nuestra población.

Tabla 1

Muestra.

Colaboradores
Empresa: DIGICELL S.A.C. Julio Cesar Santa María Celis (Gerente General). (Bachiller en Ciencias Económicas).
Exp. 1: Mg. Edwin Yolmer Heredia Sánchez. (Bachiller y Licenciado en Negocios Internacionales – Maestro en Gestión Pública – Conocimientos sobre importaciones – Docente universitario).
Exp. 2: Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar. (Bachiller y Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales – Maestro en Administración de Negocios – Docente universitario).
Exp. 3:

Licenciada Yoselin Pérez Yajahuanca.

(Bachiller y Licenciada en Negocios Internacionales).

Exp. 4:

Licenciado Jesús Enrique Ordoñez Chunga.

(Bachiller y Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales – Experiencia de 5 años en aduanas – Asistente de aduanas de la empresa DHL).

Exp. 5:

Mg. Javier Martin Rosas del Portal.

(Bachiller y Licenciado en Ciencias Económicas – Magíster en Economía – Conocimientos en Exportaciones e Importaciones – Docente universitario – Director general de Investigación y estudios sobre Turismo y Artesanía del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo).

Nota. Elaboración propia.

Criterio de inclusión

- ✓ Conocer el producto.
- ✓ Conocimiento de comercio internacional.
- ✓ Tener conocimiento de la documentación y normativa para la importación.

Criterio de exclusión

- ✓ Conocer el mercado peruano.

2.3. Variables y Operacionalización:

Variable independiente: Plan de negocio.

Definición conceptual

Un plan es una documentación o papel formal para la empresa, y se encarga de crear objetivos empresariales, con esto se identificará si la empresa cuenta con el capital o se tendrá que recurrir a un banco. Por ello, se deben de expresar correctamente los objetivos, estrategias, la estructura, el financiamiento y las soluciones que se darán (MUYPYMES, 2019).

Definición operacional

La variable será mediante las dimensiones, descripción de la empresa, producto, análisis de la competencia y plan financiero, a través del instrumento de análisis contenido y guía de entrevista.

Variable dependiente: Importación.

Definición conceptual

Él (Gobierno del Perú, 2021) asegura que es la entrada de mercadería a suelo peruano con el único fin de poder abastecer a la población ante una precaria producción del mismo producto.

Definición operacional

La variable será por medio de las dimensiones, tipo de importación, análisis y selección de mercado, canal de distribución y barreras de acceso, a través del instrumento de análisis contenido y guía de entrevista.

Tabla 2*Variables y Operacionalización.*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumento	
Variable independiente: Plan de negocios	Descripción de la empresa	Historia de la empresa	1	Entrevista / Guía de entrevista	
		Misión	2		
		Visión	2		
	Producto	Descripción del producto		3 – 4 – 5 – 6	Revisión documentaria / Lista de cotejo
			Clasificación arancelaria	7	
		Ficha técnica		A.D.	Entrevista / Guía de entrevista
			Análisis FODA	8 – 9	
			Marketing mix	10	
	Análisis de la competencia	Competencia directa	11	Entrevista / Guía de entrevista	
		Competencia indirecta	12		
	Plan financiero	Plan de ventas		13	Revisión documentaria / Lista de cotejo
			Estado de resultados	A.D.	
		Evaluación de la rentabilidad		A.D.	Entrevista / Guía de entrevista
			A.D.		

	Tipo de importación	Importación para el consumo	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9	Entrevista / Guía de entrevista.
Variable dependiente: Importación	Análisis y selección de mercado	Exportaciones mundiales Importaciones mundiales Descripción del mercado Segmentación de mercado	A.D.	Revisión documental / Lista de cotejo
	Canal de distribución	Minorista Mayorista	10 – 11	Entrevista / Guía de entrevista
	Barreras de acceso	Barreras arancelarias	12	Entrevista / Guía de entrevista
		Documentación	13	
		Acuerdos comerciales	14	

Nota. Elaboración propia.

2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:

2.4.1. Técnica de recolección de datos:

Para establecer un correcto recojo de información y cumplir con los objetivos planteados se emplearán las técnicas de entrevista y análisis documental.

Entrevista

La entrevista es un método fundamental para la adecuada función de recolección de datos por medio de una investigación, que abarca un diálogo con una persona determinada, en otras palabras, el entrevistador plantea diversas preguntas a la persona entrevistada con el hecho de poder obtener información requerida, con el motivo de poder conseguir la ejecución de los objetivos establecidos en su investigación (ÉTECE 2020).

Por ello, se realizará una entrevista al señor Julio Cesar Santa María Celis dueño de la empresa DIGICELL S.A.C. y a los expertos en el tema de importación y otros temas, con la intención de conseguir información primordial para el buen manejo de la investigación.

Revisión documentaria

Por otro lado, se emplea la técnica de análisis documental, por el cual se tendrán en cuenta documentos e investigaciones previas relacionadas con el tema, para poder extraer información de fuentes confiables.

Donde, Sánchez (2016) manifiesta que un análisis documental es un proceso de información más técnica que abarca la presentación y representación de distintos documentos de forma equilibrada por el investigador, donde se centra en el respectivo análisis de los datos encontrados en los documentos.

Análisis de contenido

Arteaga (2022) menciona que es un método enfocado en la interpretación y análisis sobre un tema específico en diversas fuentes de información.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos:

Guía de entrevista

Custodio (2021) define que la guía de entrevista ayuda en la verificación y control de cómo preparar un plan para llevar a cabo las entrevistas.

El primer instrumento a emplear en la técnica de la entrevista será una guía de entrevista, que contará con distintas preguntas abiertas relacionadas con la variable independiente “Plan de negocios” y dependiente “Importación” que abordaremos las dimensiones de Descripción del producto, Plan financiero, Canal de distribución y Barreras de acceso, donde serán aplicadas al señor Julio Cesar Santa María Celis dueño de la empresa DIGICELL S.A.C. que serán de 13 preguntas y 3 adicionales en la entrevista y a 5 expertos relacionados con el tema de las importaciones se le aplicarán 14 preguntas y 2 adicionales en la entrevista.

Lista de cotejo para análisis documental

Es una herramienta que ayuda con un correcto recojo de análisis de datos, por medio de esta lista, se estableció ciertos criterios o parámetros para la recolección de información y si fuera el caso se emplearán en la investigación.

El otro instrumento que se utilizará para la técnica de análisis documental es mediante una lista de cotejo para análisis documental, en la cual consta de ciertos criterios que serán aplicadas a la variable independiente “Plan de negocios” y dependiente “Importación” que comprenderán las dimensiones de Producto, Análisis de la competencia, Tipos de importación y Análisis y selección de mercado.

Memorando Integrador

Westreicher (2021) manifiesta que un memorando integrador es un formato o documento que permite plasmar información en relación con un determinado asunto.

Después de haber aplicado las entrevistas al gerente general de la empresa y expertos en importaciones, a través de una entrevista presencial y por la plataforma Zoom, se utilizó el instrumento memorando integrador que abarca extraer las ideas de información más importantes del hecho.

2.4.3. Validez:

A través del criterio validez podrá medir los instrumentos, el recojo de datos o información empleados en la investigación como es la entrevista y revisión

documentaria, esto con el propósito de analizar y determinar el vínculo que hay en las variables predeterminadas.

Por ello, la validez por constructo es una herramienta o instrumento importante para el recojo de los datos proyectados en el análisis factorial para un mayor conocimiento. En ella, el análisis factorial es un procedimiento multivariado que explica y demuestra las variables proyectadas (ítems) (Martínez et al., 2020).

Es decir, se utilizó la validez por constructo, porque los instrumentos utilizados estarán basados por teorías relacionadas con las variables de estudio.

Por otro lado, Galicia et al. (2017) manifiesta que la validez por jueces es la opinión de expertos del tema con una larga trayectoria, que a la vez son conocidas por otras personas como expertos cuantificables y que nos pueden brindar evidencias e información relativa.

De la misma forma, para la validación de los instrumentos se emplea la validación por jueces, ya que los instrumentos ya mencionados tendrán que ser validados por tres expertos conocedores del tema, con la intención de poder aplicar los instrumentos.

Los expertos encargados de validar los instrumentos fueron los siguientes:

- ✓ Mg. José Alberto García Araujo.
- ✓ Mg. Jean Michell Carrión Mezones.
- ✓ Dr. Rafael Martel Acosta.

2.5. Procedimiento de análisis de datos:

La entrevista es una pieza fundamental para el recojo de información, porque ayuda a tener conocimiento sobre la coyuntura actual de la empresa y en relación con ello, entender el problema existente y posteriormente encontrar alternativas de solución. Asimismo, entrevistar a los expertos, brindará información relevante sobre los aspectos que engloban a las importaciones y el mercado a la cual nos dirigimos.

Después de aplicar las entrevistas, conversado con los entrevistados por medio de una entrevista en vivo y Zoom, se hizo una transcripción resaltando los

elementos más importantes de la misma, para luego ser integrada y registrada en un memorando integrador.

Además, el procedimiento que se empleó en esta investigación es deductivo, ya se recolectó información de estudios de años anteriores ya ejecutados, además de la información brindada por parte de los expertos en el tema de las importaciones, donde se podrá llegar a deducir las conclusiones y recomendaciones adicionales.

Por ello, para poder elaborar el análisis de datos es necesario implementar herramientas informáticas como Microsoft Word y Excel, lo cual ayudará a poder analizar las respuestas adquiridas por medio de la guía de entrevista, lista de cotejo y por un memorando integrador, junto con la elaboración de tablas y gráficos. Donde, este análisis de datos permitió lograr obtener y evidenciar el logro de nuestros objetivos establecidos en la respectiva investigación.

2.6. Criterios éticos:

Morales (2017) nos dice que los criterios éticos son los principios y normas para contribuir con la protección de las personas en dicha investigación, fue creada en 1979 por la conferencia de Belmont – Estados Unidos.

Tabla 3

Criterios Éticos.

Criterios Éticos	Descripción
<i>Respeto a las personas</i>	Para la aplicación de las herramientas se emplearán con el permiso del gerente general de la empresa DIGICELL S.A.C., de la misma forma con los cinco expertos en comercio exterior que serán entrevistados para que aporten sus conocimientos a la investigación.
<i>Beneficencia</i>	A través de esta investigación se logrará grandes beneficios tanto como para la empresa como para los expertos en comercio, para que la empresa DIGICELL S.A.C. será beneficiosa resolver e

	identificar la problemática que hay en la importación de celulares de Estados Unidos y para los expertos en comercio nos ayudarán a culminar los estudios universitarios.
Justicia	Se eligió equitativamente al gerente de la empresa DIGICELL S.A.C. para los conocimientos sobre la empresa, el producto, la competencia y la parte financiera, y a los expertos en comercio para los conocimientos sobre la importación, el mercado, distribución y las barreras que tienen los celulares.

Nota. Elaboración propia.

2.7. Criterios de Rigor Científicos:

Salas (2016) manifiesta que mediante estos rigores se dan para dar una credibilidad y rigor a una investigación que se va a realizar.

Valor de verdad (Validez interna)

Los instrumentos a utilizar para el correcto recojo de datos serán aplicados al gerente de la empresa DIGICELL y a 5 expertos en el tema de comercio internacional serán validados por 3 expertos.

Además, se empleó revisión documentaria a través de fuentes de información confiable en relación con los datos y aportes estadísticos que ayuden a resolver la problemática de la investigación.

Aplicabilidad (Validez externa)

Para poder aplicar los respectivos instrumentos se escogió al gerente general de la empresa DIGICELL y a 5 expertos en el tema de comercio internacional. La muestra seleccionada en la investigación está establecida en el documento con la finalidad de generar un aporte constructivo en las importaciones de celulares.

Consistencia (Fiabilidad interna)

Para el correcto recojo de la información se utilizarán dos técnicas, la primera será la entrevista (guía de entrevista), serán aplicadas al gerente de la empresa

DIGICELL y a 5 expertos en el rubro de comercio internacional, así como también el uso de análisis documental donde servirá de apoyo para el recojo de datos que ayude con la presente investigación.

Neutralidad (Objetividad)

Los resultados que se conseguirán gracias a la implementación de los instrumentos establecidos para la ejecución de recolección de datos aplicados a los elementos que constituyen la muestra, no contará con ninguna manipulación por parte de los autores, en otras palabras, el resultado obtenido de la información no será modificado ni alterado.

III. RESULTADOS:

3.1. Resultados en Tablas y Figuras.

Entrevista al Gerente General de la empresa DIGICELL S.A.C.:

Tabla 4

Entrevista.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Nos podría contar acerca de la historia de la empresa?	La tienda DIGICELL STORE fue un emprendimiento que tuve con mi hermano en inicio de la pandemia, vimos la necesidad en ese momento de que la gente tenía por obtener productos de tecnología más que todo con los celulares, ya que se convirtió en un producto de trabajo y de viaje, entonces a raíz de eso en el 2020 inició la tienda y ahora en el 2022 ya tenemos 2 tiendas que es fruto del emprendimiento que tuvimos.
2. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?	Misión: <ul style="list-style-type: none">- Te ofrecemos lo mejor en tecnología móvil, con los accesorios más innovadores y las nuevas tendencias que harán de tu experiencia móvil la más agradable. Visión: <ul style="list-style-type: none">- Ser tu opción de exclusividad para tus compras de tecnología móvil y accesorios.
3. ¿Cuáles son los productos principales que usted comercializa?	Los productos que más comercializa la empresa están ligados a los accesorios para celulares como son las carcasas, audífonos inalámbricos, otros complementos como el smartwatch, baterías portátiles, y otro que

	<p>está ligado a la tecnología que es el rubro de computación, como mouse, teclados, audífonos, y más a la tecnología que ahora se está necesitando.</p>
<p>4. ¿Por qué desea importar los celulares?</p>	<p>En el transcurso del tiempo que tenemos como tienda, nos hemos acercado más con la marca de Apple. Un gran porcentaje, que diría el 50% de clientes, son personas que tienen iPhone o que preguntan por iPhone. Además, en el Perú es complicado conseguir una tienda o distribuidor que venda iPhone, ya sean nuevos o de segunda. Entonces no hay nada mejor que traer desde el país de origen que es Estados Unidos y al ver esa necesidad en los clientes deseamos importar desde ese país los iPhone.</p>
<p>5. ¿Nos podría decir cuáles son las características que tiene el producto a importar?</p>	<p>En el tema de los iPhone, lo que ya es bien conocido es la marca que brinda accesorios de última tecnología, lo que es el tema de la seguridad, lo que son los complementos, en sí todo lo que le brindan al cliente y las características principales del iPhone, lo que nosotros vemos y por la cual la gente pregunta es el tema de las excelentes cámaras que tiene y creo que es el punto principal por la cual la gente pregunta es la seguridad, ya que es bien difícil desbloquear esos teléfonos y ahora más con las nuevas actualizaciones que puedes localizar tu ubicación y uno puede detectar cuando un producto es original y además le puedes vincular un Apple Watch, entre otros.</p>

<p>6. ¿Por qué la empresa tiene como objetivo importar desde los Estados Unidos?</p>	<p>Queremos importar desde los Estados Unidos porque es el país donde se origina los iPhone y ahí se puede conseguir mucho más, otro es también por el tema de los costos, porque las empresas que son tiendas u operadores (Movistar, Claro) ellos tienen unos precios un poco elevados, si hacemos la comparativa comprándolos de Estados Unidos existe un margen muy amplio. Entonces, para poder competir, queremos traerlo desde el país de origen y brindar al público un precio menor y justo a lo que ofrecen otras tiendas. Y a la vez traer los accesorios complementarios al iPhone y que sean originales, porque la persona que tiene un iPhone o un producto de la marca Apple, siempre quiere un producto que sea 100% original.</p>
<p>7. ¿Conoce acerca de la comercialización de celulares en el Perú?</p>	<p>Sí, en este tiempo que venimos desarrollando la tienda nos hemos dado cuenta, es cómo la gente en general ya es difícil encontrar a alguien que no tenga un celular y el Perú es un país que antes de la pandemia ha ido incrementando las ventas y con la pandemia ha explotado el tema, ante ello, nos hemos dado cuenta de que adquieren un celular de alta gama y el Perú está en el puesto 4 de los países sudamericanos que adquieren más los celulares en un año, así que es un rubro que tiene para adelante y a la vez depende mucho de las marcas y de las tiendas para que puedan incrementar el porcentaje de ventas.</p>
<p>8. ¿Qué opina del mercado de celulares</p>	<p>Basándose en lo que he podido informarme, las personas adquieren celulares de una</p>

<p>en la región de La Libertad?</p>	<p>categoría regular. El mercado de la Libertad en celulares, debe ser luego de Lima, Arequipa, Lambayeque, uno de los mercados que más consume. Y, por ende, lo que más demanda, que como tienda tenga mayor variedad y amplitud para poder satisfacer a los clientes donde cada día son más exigentes.</p>
<p>9. ¿Conoce cuál es la partida arancelaria del producto a importar?</p>	<p>A raíz de realizar la importación, hemos visto que en SUNAT la partida arancelaria es 851713.</p>
<p>10. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de su empresa?</p>	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos en su mayoría originales. - Brindar productos de calidad. - Contar con una buena atención al cliente. - Ofrecer un servicio complementario como es el caso del servicio técnico. - Comercializar productos actuales e innovadores. <p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No contar con la amplitud de accesorios para otras marcas (Samsung, Huawei, Xiaomi) - No contar con una buena localización del centro de la ciudad (Chepén).
<p>11. ¿Cuáles considera usted que son sus oportunidades y amenazas?</p>	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La tecnología está creciendo en el mundo y es una ventaja competitiva. - Fortalecer la demanda de teléfonos en el Perú.

-
- Brindar un excelente servicio como tienda a nuestros clientes y brindar productos Apple.
 - A mediano, corto o largo plazo vender lo que es iPad y MacBook.

Amenazas:

- Están principalmente los competidores como son las empresas que ofrecen el mismo servicio.
- A la vez, influye el tema político y económico, ya que, es un tema que puede preocupar a un negocio que vive del día a día.

12. ¿Cuáles son las estrategias de marketing mix que emplea la empresa?

Producto:

- Brindar productos en su mayoría originales.
- Ofrecer a nuestros clientes productos innovadores y de calidad.

Precio:

- Mantener un precio acorde a la competencia.

Plaza:

- Contamos con 2 tiendas dedicadas a la comercialización de accesorios para celulares en Chepén.

Promoción:

- Aplicamos técnicas de Marketing a través de las redes sociales.

13. ¿Cuáles son sus principales competidores

Los competidores principales son tiendas como la de nosotros, en Chepén existen empresas que tienen tiempo y cuentan con una amplia gama de clientes, como es la tienda **Celulares Ruso**, que se enfoca hace

<p>directos en el mercado?</p>	<p>tiempo en los celulares Apple reacondicionados, también está la tienda Diex que es una buena tienda que vende buenos productos y la tienda Tecnojefe que brinda mayormente celulares, entre otras.</p>
<p>14. ¿Nos puede mencionar cuáles son los competidores indirectos de la empresa que venden productos sustitutos?</p>	<p>Las empresas que ofrecen productos de manera indirecta y que compiten con nosotros son las operadoras como Movistar, Claro, Entel, si bien es cierto las operadoras brindan el servicio de líneas y celulares, pero actualmente también se dedican a vender accesorios de celulares como audífonos, baterías, cargadores. Otro competidor es la venta ambulatoria, lo cual genera una disminución de clientes.</p>
<p>15. ¿Cuáles son sus estrategias de plan de ventas?</p>	<p>La estrategia de plan de ventas, como fue en un inicio de la tienda, teníamos fijo que para poder crecer hay que tener una buena clasificación de ventas, con la cual comencemos a incrementar mes tras mes el porcentaje de las ventas, pero eso va ligado al catálogo de productos y con eso poder incrementar las ganancias, con la idea de esta importación de celulares de Estados Unidos es mejorar esos porcentajes de ventas, para ir creciendo mes tras mes, nuestra idea es poder crecer en un 20% o en un 25% mensual.</p>
<p>16. ¿Cuáles son las expectativas que tiene con la importación de celulares?</p>	<p>Las expectativas que tenemos son muy grandes, porque seríamos la primera tienda en Chepén que se dedique a la importación de celulares (iPhone). Por otro lado, la idea es traer productos nuevos que estén acorde a la demanda de los clientes en la región.</p>

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

DIGICELL S.A.C. es una empresa que se dedica a la comercialización de productos en tecnología móvil, ofreciendo accesorios innovadores y originales. El emprendimiento nace en el año 2020 a raíz de la pandemia, donde se observó la necesidad de optar por productos de tecnología que se convirtió apto para el trabajo y viajes, actualmente contamos con 2 tiendas en la ciudad de Chepén. Asimismo, dentro de los productos que más comercializa la empresa destaca carcasas, audífonos bluetooth y productos complementos ligados a la tecnología.

El tiempo que tiene la tiene, se ha observado que el 50% de los clientes cuentan y preguntan por la marca de Apple, entre ellos iPhone, debido a que este teléfono inteligente es muy comercial por el tema de la cámara y la seguridad que poseen, ya que debido al avance de la tecnología uno puede localizar tu ubicación y detectar cuando un producto es original. Por otro lado, importar los celulares directamente de Estados Unidos se puede adquirir con mucha seguridad y es mucho menos costo, puesto que las empresas como Claro y Movistar venden estos productos a un precio muy elevado, y para poder competir en el mercado, es fundamental brindar un producto original y a un precio adecuado

Por otro lado, en la actualidad el Perú está ubicado dentro de los 4 principales países sudamericanos que adquieren celulares en un año y esto es una gran ventaja para nosotros como empresa. Además, que en la región de La libertad es uno de los mercados que más compran. Entre los competidores que tiene la empresa son las tiendas celulares Ruso, Diex y Tecnojefe. La implementación del plan de negocio para la importación de celulares es muy importante porque sería la primera tienda en Chepén en dedicarse a la importación de celulares sobre todos de la marca de Apple (iPhone), lo cual es una ventaja para la empresa porque permitirá ir creciendo mes tras mes, y porque no crecer un 20% o en un 25% mensual.

Entrevista a expertos en Comercio Internacional:

Tabla 5

Pregunta 1: ¿Conoce usted si existen empresas importadoras de celulares a nivel nacional? ¿Cuáles?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	A nivel Nacional, las principales empresas importadoras y comercializadoras de celulares son Telefónica (Movistar), América Móvil (Claro), Samsung Perú , Smart Technologies Company S.A.C. , entre otras, las cuales en nuestro país son las empresas comercializadoras e importadoras más importantes en el Perú, con ello, estas empresas rescatan el índice de mayor importación y comercialización de celulares.
EXP. 2	Sí, tienes a la empresa, América Móvil (Claro), Movistar , Entel , Samsung y iShop que traen sus propios celulares.
EXP. 3	Los principales importadores de celulares son Movistar y Claro .
EXP. 4	Sí, existen empresas importadoras grandes, como Claro y Movistar , que aparte de ser empresas de telefonía son importadoras y acaparan el 64% de las importaciones y ventas en el Perú, también empresas como Xiaomi , Samsung y Smart Perú que importan los smartphones.
EXP. 5	Claro, sí existen empresas importadoras a nivel nacional, ya que son empresas grandes y comercializadoras como Movistar , Claro y Bitel , pero también hay otras como Falabella , Ripley , Tottus y Plaza Vea .

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Los entrevistados respondieron que, si existen empresas importadoras de celulares, las más comunes tenemos a Movistar y Claro, ya que abarcan el 64% de las importaciones y ventas de celulares, pero también existen otras empresas como

Smart Technologies Company S.A.C., Entel, Falabella, Ripley, Tottus y Plaza Veá, y con esto, empresas que traen sus propios celulares como Samsung, Xiaomi y iShop.

Tabla 6

Pregunta 2: ¿Usted cree que los celulares se han convertido en un producto potencial importador? ¿Por qué?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Sí, actualmente, los productos tecnológicos se han convertido en un potencial importador, debido a que se ha adquirido una tendencia de compra en nuestro país y es renovar los equipos cada cierto tiempo, con mejores características, cualidades de los cuales hayamos contemplado anteriormente.
EXP. 2	Lo que sucede es que al menos aquí en el Perú no tenemos desarrollo de tecnología a ese nivel, por lo tanto, muchos de los productos de aspecto tecnológico los importamos, uno de esos son los celulares, los cuales, en la actualidad, por pandemia, se ha vuelto en una herramienta indispensable tanto para teletrabajo como para los estudios.
EXP. 3	Sí, los celulares se han convertido en un producto de consumo masivo, ya que son importantes para la interacción entre personas y el uso de aplicaciones. Además, permite que los usuarios puedan realizar una comunicación más fluida o rápida, por ello, es uno de los productos que tiene alta demanda en el mercado nacional.
EXP. 4	Claro que sí, hoy en día quien no tiene un celular, incluso hasta las zonas rurales cuentan con uno. En la actualidad se ha convertido en una herramienta potencial importante, no solamente en las telecomunicaciones, sino también en la educación, en los negocios e inclusive en la seguridad.

Definitivamente, es un producto potencial que está en crecimiento.

EXP. 5 Claro que sí, el tema de los celulares es un mercado que está en crecimiento, más aún, donde ahora nos encontramos en una economía digital, donde prácticamente todo se hace en el celular. Los celulares tienen mucha más información que el presidente de hace 30 años, entonces la tecnología se ha desarrollado, tanto que muchas aplicaciones que nos facilita la vida se encuentran en aplicativos móviles, entonces es un potencial enorme la importación de celulares.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Los entrevistados coincidieron que los celulares en la actualidad se han convertido en un potencial importador, debido a que existe una gran tendencia de compra, de renovar equipos por opciones con mejores características y por el consumo masivo, donde es muy importante porque ayuda en la interacción con las personas y a establecer una comunicación más fluida y rápida, e inclusive es una herramienta indispensable para la educación, el trabajo, lo cual va en crecimiento.

Tabla 7

Pregunta 3: ¿Qué considera usted que debe tener una empresa para realizar una importación de celulares de Estados Unidos?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	En primer lugar, los celulares pertenecen a las mercancías restringidas, las cuales que por mandato legal requieren la autorización del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, uno de los requisitos al realizar la importación de celulares es estar formalizado como cualquier empresa, contar con el financiamiento y contar con el permiso del Ministerio de Transporte y

Comunicaciones, o certificado de casa comercializadora, en caso de que la importación sea mayor a 5 unidades, si se da el caso que sea menor a esta cantidad podemos realizarlo sin ninguna restricción y sin ningún documento necesario o requerido por entidades competentes.

EXP. 2

Para hacer una importación de celulares de Estados Unidos, primero es tener un capital, después tener que pedir el permiso o la autorización correspondiente al Ministerio de Transporte y Comunicaciones, ya que los equipos móviles necesitan el permiso de esta entidad, porque son un producto restringido.

EXP. 3

Para el proceso de importación se puede realizar como persona natural o como persona jurídica, para lo cual, lo primero sería estar debidamente constituida para este proceso de importación desde Estados Unidos hacia el Perú, luego definir las cantidades que se desea importar y de acuerdo a ello realizar tus costos de importación y a la vez poder ver cuáles son los permisos o requerimientos que se necesitan para poder importar, con ello, necesitan el permiso de internamiento que lo da el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (que es conocido como el permiso de Homologación), ya que es un permiso muy importante que va detallada la marca y el modelo del celular, para que aduanas no lo detenga; con ello, los peruanos estamos utilizando más la tecnología para realizar las compras por internet, entonces la globalización está bien desarrollada y llega a todas las partes del mundo, por lo tanto, nosotros como país también necesitamos estar en la era digital y por ello, para esto requerimos de las herramientas y elementos que nos ayuden a poder utilizarlas. Y, por último, el producto que van a ofrecer tiene que tener un buen precio, de la calidad

y de las características que tenga el celular y a la vez ver a que segmento nos vamos a dirigir.

EXP. 4

En primer lugar, tienen que tener un buen proveedor, la empresa que va a hacer la importación de celulares de cualquier marca o modelo debe conocer su producto, también debe tener el medio de pago, el incoterm y el medio de transporte a utilizar, estas son las características más importantes que debe conocer el importador y conocer si están homologados.

EXP. 5

Primero tener los permisos, contar con un RUC activo y vigente y estar habido ante la SUNAT, esos son los requisitos mínimos para realizar una importación y a la vez existe un mecanismo que es el Importa Fácil que ayuda en estos casos y creo que este es un mecanismo transversal para realizar una importación de cualquier país.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Lo primero que una empresa debe considerar para hacer una importación es estar formalizado ante SUNAT, ya sea como persona natural o jurídica, con esto tener un financiamiento y establecer un capital para una importación, contar con un precio accesible en el mercado para los consumidores, porque se van a regir mediante la calidad y características que tengan los celulares, otro aspecto sería tener contacto constante con el proveedor que nos va a brindar el producto, saber que incoterm y transporte vamos a utilizar, por último, sería tener los permisos y certificados que son requeridos para los celulares, porque son un producto restringido y estos permisos lo emite el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, y en este permiso va detallada la marca y el modelo del celular.

Tabla 8

Pregunta 4: ¿Considera usted que el Perú es un país atractivo para la venta de celulares? ¿Por qué?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Sí, el Perú es un mercado muy atractivo para la comercialización de equipos celulares, debido a que en nuestro país sea adaptado la tendencia de adquirir productos tecnológicos cada vez a la vanguardia de la innovación y este tipo de productos están dirigidos a los jóvenes, entre 18 - 35 años, en el cual estamos a las expectativas de la innovación en cualquier modelo nuevo o cualquier característica nueva que aparece en cada uno de los productos celulares, estamos dispuestos a adquirirlo. Por ende, esta es la nueva tendencia de compra en los consumidores peruanos, que optan por dispositivos móviles que cuenten con las nuevas características actuales.
EXP. 2	El país si es un mercado atractivo para la venta de celulares, porque acá no lo desarrollamos y se ha vuelto una herramienta esencial o primordial para el tema de comunicaciones, por lo tanto, aquí en el Perú, se ha evidenciado y se ha demostrado que es un amplio mercado para cualquier tipo de celulares, sin importar la gama.
EXP. 3	Sí, el Perú es un país potencial para la venta de celulares, ya que existe un gran segmento de personas que adquieren estos dispositivos móviles, siendo un elemento esencial en la vida diaria de los usuarios
EXP. 4	Sí, es un país atractivo. Por medio de una encuesta realizada por OPSITEL que es un organismo ligado a las telecomunicaciones, informa que el 84% de los hogares cuenta con un smartphone, que en el año 2016 un 33.9 %

en el ámbito rural una familia contaba con un celular y a comparación de este año 2022 subió a un 70.3%.

Por esta razón, el Perú es un país atractivo por el incremento de la demanda en importación y venta de celulares.

EXP. 5

Por supuesto que sí, el Perú es un mercado incipiente que está creciendo, hemos tenido un problema propio de la pandemia con un shock de oferta y demanda que también han tenido otros países. Sin embargo, en el Perú una de las fortalezas de nuestro mercado es que está desarrollado, sobre todo los grupos etarios de menor de edad, básicamente de la población joven entre 12 a 15 o 30 años, que son los que van a utilizar este tipo de celulares. El mercado peruano es muy interesante, pero creería que Lima no lo es tanto porque está bien atendido y sería mejor explorar por regiones, principalmente la que están con buen crecimiento como La Libertad, Lambayeque y Arequipa, para luego ir otras como Piura, Cusco y Loreto.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Los expertos manifiestan que es Perú si es un mercado atractivo para la venta de equipos celulares, debido a que en nuestro país no lo desarrollamos y porque existe una alta tendencia en adquirir productos tecnológicos, donde están dirigidas a personas entre el rango de edad de 18 – 35 años, por lo tanto, el Perú es un mercado muy interesante, pero lo ideal sería acceder por la regiones que están en crecimiento como La Libertad, Lambayeque y Arequipa, porque Lima ya está muy acoplado por esas empresas. Por otro lado, por medio de una encuesta por OPSITEL se da a conocer que el 84% de los hogares cuentan con un celular, lo cual ha incrementado un 70.3% a comparación del año 2016, basándonos en la encuesta se ha evidenciado y demostrado que el Perú si es un buen mercado para la venta de celulares.

Tabla 9

Pregunta 5: ¿Cuál es la marca más recomendada para la importación de celulares?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Tenemos que tener en cuenta, a qué segmento de mercado nos vamos a dirigir, según el poder adquisitivo en nuestro mercado objetivo. Ante ello, debemos investigar qué producto o marca podemos ofrecer y que esté acorde a la economía de nuestra población.
EXP. 2	Es un poco complicado decir que marca es recomendada, porque tienen que ver a qué sector va dirigido, ya que, si quieres un sector premium o de un poder adquisitivo mayor pueden ser los iPhone y los Samsung, estas dos marcas se venden en este tipo de mercado, pero si quieres un sector intermedio y que quieran un buen producto a un precio accesible o cómodo, sería la marca Xiaomi, ZTE, entre otras marcas, esto va a depender mucho del mercado al cual vas dirigido.
EXP. 3	La marca más recomendada sería Samsung y Xiaomi.
EXP. 4	La marca recomendada debe estar de acorde al nicho de mercado que va dirigido, pero la marca recomendada diría que Samsung, pero hay otras marcas, pero ya depende mucho del nicho de mercado y del nivel socioeconómico a donde va dirigido la empresa, por ejemplo, Apple va dirigido a un nivel socioeconómico alto por su precio que tiene.
EXP. 5	La marca recomendada tiene que ir acorde a tu segmentación de mercado al cual vas dirigido, en todo caso, sería la marca Xiaomi y Samsung.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Nuestros expertos mencionaron que primero tendríamos que establecer nuestro segmento de mercado al cual va dirigido nuestro producto, identificar el nivel socioeconómico y con esto ver la marca que podamos ofrecer, ya que si queremos un sector alto pueden ser la marcas Samsung y iShop, pero si queremos un sector intermedio puede ser la marca Xiaomi y ZTE que es la más recomendada.

Tabla 10

Pregunta 6: ¿Por qué las empresas trabajan con Android y no con otro sistema operativo?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Porque previamente se realiza un estudio de mercado y se identifica cuál es la mayor demanda. Si se identifica que existe para tal sistema operativo, puede ser por el alto poder adquisitivo o por los gustos y preferencias del mercado objetivo al cual nos estamos delimitando.
EXP. 2	No es un tema de decisión de las empresas en sí, lo que pasa es que Android ya se ganó un mercado o un nicho. Antes estaba Intel, lanzando esa propuesta para ser parte del sistema operativo, incluso Google hizo sus propios celulares con Intel, Motorola tuvo Intel, pero no tuvieron mayor acogida, porque no se actualizaron e incluso en ocasiones se hizo bastante para el procesador que se tenía. Entonces, Android es el más utilizado porque es menos pesado, es el más rápido y baja más rápido sus actualizaciones para los equipos móviles.
EXP. 3	Debido a que Android es un sistema operativo más abierto o accesible, lo cual significa que cualquier compañía que fabrique teléfonos pueda utilizar esta licencia de código abierto e instalar el Android en sus dispositivos. Además, existen fabricantes con diferentes marcas y modelos que emplean Android, pero cada uno de ellos decide instalar

sus propias especificaciones y modifican el sistema operativo de Android a su manera.

EXP. 4

Android cuenta con un 85% de calidad a nivel global. Uno de los motivos por el cual la empresa opta por Android es que es un sistema de código abierto, es decir, toda persona lo puede tener. Asimismo, tiene una amplia variedad de aplicaciones de forma gratuita por medio de Google Play, además, por el rendimiento de la batería, que es muy importante para las personas que estudian y trabajan y porque es multi uso, en otras palabras, que se puede utilizar aplicaciones a la misma vez.

EXP. 5

Considero que Android es un sistema operativo mucho más abierto y accesible al mercado, por ello distintas empresas como Samsung, Huawei, entre otros, trabajan con este sistema por la acogida que tiene a nivel mundial. Es un sistema que permite descargar o utilizar diferentes aplicaciones de manera gratuita sin la necesidad de tener un permiso.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Todos los entrevistados manifestaron que muchas empresas trabajan con Android por ser un sistema operativo más abierto y accesible a comparación de otros. Además, porque Android cuenta con el 85% de calidad a nivel internacional, debido al alto poder adquisitivo, el gran porcentaje de mercado que tiene y por las preferencias de los consumidores. Asimismo, muchas empresas como Motorola, Google, intentaron acoplarse a un nuevo sistema como Intel, pero no tuvo una buena acogida, por lo tanto, Android es mucho más utilizado porque es un código abierto, es decir, se puede acceder o descargar aplicaciones de forma gratuita, es multi uso y a la misma vez ayuda con el rendimiento del porcentaje de la batería.

Tabla 11

Pregunta 7: ¿Conoce usted acerca de los sistemas de garantía para los productos de importación de celulares?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	La garantía, es uno de los factores que se puede negociar con los proveedores o tal vez se puede acoger a través de las modalidades de compras, si lo realizan por plataformas que les brindan seguridad o confianza de algún reembolso, en caso exista algún inconveniente en el proceso de importación y no se pueda realizar, tal es el caso de las importaciones de China, si lo haces por AliExpress o Alibaba que brindan esta seguridad de que si no llega tu producto te puedan reembolsar la inversión del 100% y en el caso de Estados Unidos se puede negociar con tu cliente, en el caso exista un inconveniente en la importación de tu producto y no llegue con las condiciones que la hayas solicitado, te puedan reembolsar, o tal haya un porcentaje de seguro que te puedan brindar, reembolsar una parte de tu valor FOB o el 100% de tu producto si es que no llega como lo solicitaste.
EXP. 2	Las garantías de los equipos móviles va a estar en función a que empresa compres el producto, si ustedes le compran los celulares a Samsung o iShop, estas empresas le van a dar garantía hasta por dos o tres años dependiendo de la oferta de importación que les puedan dar, pero, si es la empresa como Claro, Movistar esas empresas de telefonía, ellos les van a dar garantía de un año y de tres o seis meses de los accesorios, pero, sin embargo, ellos tienen una garantía un poco más extendida porque compran en volúmenes a estas marcas, la garantía va a estar en función en como compres, a quien compres y cuantos compres, esto juega un papel muy importante,

ya que, si ustedes van a realizar la importación directa de cualquiera de las estas marcas de los celulares en Estados Unidos, por ello, tienen que coordinar si es que esa garantía se puede canjear en los servicios técnicos de la marca en el Perú o de repente es válido hacer la garantía aquí, pero que el celular tiene que ser regresado.

EXP. 3

Sí, existen sistemas de garantía, que serán previas a la numeración de la DAM y lo cual permite otorgar un favor ante la Sunat, para las **garantías globales** y **específicas**, y estas aseguran el pago total de la deuda tributaria aduanera y los recargos vinculados a las declaraciones o solicitudes que estén seleccionados ante la vigencia de esta, por ello, las **garantías globales** que asegura el cumplimiento de las obligaciones vinculadas a dos o más declaraciones y la **garantía específica** que asegura el cumplimiento de obligaciones derivadas a una sola declaración o solicitud.

EXP. 4

Mayormente, depende del proveedor, ya que existen garantías de un **año** que es lo habitual, pero estas garantías, tiene sus cláusulas que nos da el proveedor por medio de las negociaciones que tiene con el cliente. Los regímenes aduaneros tienen un código, la importación para el consumo tiene el código 10, pero que pasaría si tú importas 50 celulares de una marca X, te vienen fallados de fábrica 10 celulares, entonces se va a hacer una admisión temporal para la reexportación en el mismo estado que es el código 52 y retorna con una reimportación en el mismo estado con el código 30.

EXP. 5

Los sistemas de garantías van a depender del proveedor que vayan a utilizar, y a la vez existe una negociación que es cliente y proveedor, donde llegan a un acuerdo y que garantías te convendría al realizar la importación, con esto

va a depender de la marca que vayan a traer y si es que tiene oferta en el mercado que han establecido.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Los sistemas de garantías va a depender mucho a que empresa compres los celulares y a través de qué modalidad de compra se va a realizar, por ello, existen páginas webs seguras y que brindan esa confianza si es que existe aún daño o imperfecto te darían el desembolso del producto, a la vez si es que compran en volúmenes en la marca Samsung y iShop estas empresas te pueden dar garantía de hasta dos años, pero empresa como Movistar y Claro te dan una garantía de hasta un año, ya que la función de estas son comprar en volúmenes a las marcas grandes en Estados Unidos, con ello, va a depender en como compres, a quien compres y cuantos compres, y esto juega un papel importante en las importaciones directas. Por otro lado, una experta nos mencionó unos sistemas de garantías que son las globales y específicas, con ello, aseguran el pago total de la deuda tributaria aduanera y ciertos recargos. Por último, un experto nos mencionó que, al hacer la importación de celulares, de repente una cantidad vienen defectuosos, en este caso, se va a hacer una admisión temporal para la reexportación en el mismo estado que es el código 52 y retorna con una reimportación en el mismo estado con el código 30.

Tabla 12

Pregunta 8: ¿Nos puede mencionar cuánto es el promedio aproximado de la renovación de los celulares?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	En nuestro país, según la tendencia de compra, el promedio aproximado en cuanto a la renovación de equipos celulares es de 1 año, tal vez se pueda expandir a un año y medio, pero este es el rango de la tendencia de compra.

EXP. 2	Es un poco complicado, pero la mayoría de las personas lo hace entre los 12 o 18 meses. El tema de la renovación de los celulares, la gente lo hace por la intención de tener un celular moderno o actualizado. Pero, existen muchas personas que no se dan cuenta de que los celulares que suelen comprar son de poca capacidad o de poca memoria, por eso que en 12 o 18 meses adquieren uno nuevo.
EXP. 3	La mayoría de las personas consideran que renuevan sus celulares en un tiempo aproximado de 2 años.
EXP. 4	Según Mariano Rabanal (Director de la marca LG) afirma que el promedio de renovación de celulares en los peruanos es aproximadamente de 799 soles.
EXP. 5	Tengo conocimiento que en la actualidad los peruanos renuevan sus celulares en un tiempo aproximado de 12 o 18 meses, donde optan por celulares más modernos y con mejores características.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

En su gran mayoría de los expertos aseguraron que el promedio aproximado para la renovación de celulares asila de 12 a 18 meses, debido a que muchos buscan celulares modernos con mejoras características y actualizados al mercado internacional. Mientras que otro experto manifiesta que por medio del director de LG afirma que muchos peruanos renuevan por un monto de S/.799 soles.

Tabla 13

Pregunta 9: ¿Nos podría mencionar algunas características del consumidor de la región de La Libertad?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Los clientes de La Libertad son consumidores con gran atractivo en equipos tecnológicos, su tendencia de compra

es la calidad y son exigentes en el tiempo de entrega y en la garantía, ante ello, debemos brindarle una seguridad de entregarles el producto en el tiempo establecido y con la garantía que mayormente es de 1 año en nuestro país.

EXP. 2

En la mayoría de las regiones los consumidores requieren o se está enfocando más en la marca iPhone, es lo que más se está vendiendo en la actualidad a pesar de los altos costos, pero el consumidor siempre va a querer el celular de última generación y esto va a requerir que vengan con algunos accesorios.

EXP. 3

Una de las características que tiene el consumidor que les interesa es la atención personalizada, productos con valor agregado, además, son consumidores que tienen un comportamiento práctico, es decir, les gusta que las páginas sean prácticas y fácil de usar, con ello, son consumidores emocionales que les brinden mensajes ecoamigables y que les demuestren que están atendiendo sus necesidades y con esto se puede analizar cuáles son los factores que influyen en la compra.

EXP. 4

Algunas de las características del consumidor en La Libertad es que se asemeja al consumidor peruano en global y mayormente es ahorrativo, pero con ello, se fija en la marca y en el nicho de mercado y hoy en día se están haciendo las compras online en varias partes del Perú.

EXP. 5

Los consumidores liberteños tienen un gran carácter al realizar compras, pues, tienen la tendencia por productos tecnológicos, por ello, son exigentes en los productos que van a adquirir y sobre todo quieren estar a la última tendencia tecnológica que implicaría seguir comprando productos nuevos.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Los expertos en comercio nos mencionaron algunas de las características que tiene los consumidores liberteños, entre ellas tenemos, que son consumidores con gran atractivo en lo que son aparatos tecnológicos y que están enfocados en la marca iPhone, ya que es lo más vendido actualmente a pesar de los precios altos, pero a la vez les gusta que los productos tengan valor agregado, y la atención sea de calidad y personalizada, con ello, si es que la empresa cuenta con página web donde vendan los productos los consumidores prefieren que sean prácticas y fácil de usar, otras de las características previstas en los liberteños sobre todo en los consumidores chepenanos es que siempre van a querer un celular de última generación y lo principal que tenga calidad en los aparatos tecnológicos y que sobre todo tengan un sistema de garantía y vean que estamos cubriendo con sus necesidades.

Tabla 14

Pregunta 10: ¿Cuál es la mejor plaza para la venta de productos: minorista o mayorista?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Para este tipo de productos considero, debido a que en nuestro país contamos con muchos negocios minoristas, a quienes podríamos atender y fidelizar con muchas estrategias de posicionamiento, las cuales le podemos proveer este tipo de producto, la nueva tendencia de compra que existe, brindándoles nuevos modelos y sería un mercado muy atractivo.
EXP. 2	Lo que respecta a mercados locales se recomienda a minorista, porque nadie te va a comprar a grandes volúmenes y si lo fuera lo va a hacer con una empresa que le ofrezca un plan de telefonía como Claro, Movistar, Entel. Pero si nos enfocamos en el consumidor a pie, el que le gusta renovar sus equipos, lo ideal es enfocarse en forma minorista buscando alternativas de financiamiento.

EXP. 3	Para la distribución de celulares considero el mayorista, por el tiempo y la rotación de dinero. Por ejemplo: Si importas una gran cantidad de celulares y cuentas con una cartera de clientes al por mayor, lo distribuyes y ellos se encargan de venderlos al consumidor final, esto genera mayor rotación y que tus importaciones sean más frecuentes.
EXP. 4	En mi opinión, considero como mejor plaza al mayorista, porque está más familiarizado y tiene mayor contacto con el proveedor, por lo tanto, tiene mayor capacidad de negociación, por el cual se convierte en un bróker prioritario de los minoristas.
EXP. 5	Considero que el mejor canal para la venta de celulares es el minorista, como recién van a empezar a importar, no van a existir empresas que le compren en grandes cantidades. Por ello, el minorista es el recomendado, porque pueden captar a personas que estén al paso, es decir, clientes de un determinado nicho de mercado, como es el caso de los ciudadanos de La Libertad.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Existe una cierta discrepancia debido a que una parte de nuestros expertos manifestaron que el mejor canal para la venta de celulares es el minorista, pues, al ser una empresa importadora nueva, nadie va a comprar en grandes volúmenes y si lo fueron optarían por empresas con gran experiencia en el mercado como es el caso Claro, Movistar, por ello, brindarle a los minoristas es mucho mejor, ofreciendo modelos nuevos y empleando estrategias de posicionamiento, esto sería un mercado más atractivo. Mientras, por otra parte, otros entrevistados aseguraron que el mejor es el mayorista, porque al tener una gran cantidad de clientes y pedidos, se generaría más dinero, esto ocasionaría mayores importaciones y capacidad de negociación, lo cual estas empresas solo se encargarían de venderlos al consumidor final.

Tabla 15

Pregunta 11: ¿Cuál es el canal recomendado para la importación de celulares: aéreo o marítimo?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Los celulares no son productos muy voluminosos, y por ello, el canal adecuado para la importación sería el transporte aéreo, si lo realizas por un monto no mayor a los \$200, lo puedes realizar por él Importa fácil o alguna empresa de Courier internacional, la cual nos puede brindar este tipo de servicio que es Door to Door (puerta a puerta) o a través del Importa fácil que sería pagar los impuestos que son el IGV, IPM, entre otros, adicionalmente los gastos de nacionalización, el gasto del transporte y si es que hubiera el costo del seguro.
EXP. 2	Definitivamente, el canal apropiado es el aéreo, porque hay una disminución en el riesgo al robo, ya que, en los equipos móviles, te lo pueden robar fácilmente de un contenedor, pero en el transporte aéreo es un poco diferente porque es una carga frágil, entonces no vamos a traer de Estados Unidos esperando de 30 a 32 días que esté dentro de un contenedor en donde está a 40 o 42 grados de temperatura, ya que, se pueden malograr y además tienen el tema de las baterías porque ciertos tienen elementos inflamables y es muy peligroso.
EXP. 3	El canal recomendado para la importación de celulares sería el canal aéreo.
EXP. 4	Definitivamente, es el transporte aéreo por su alto valor de los celulares y por su fragilidad, por eso es la mejor opción para este producto.
EXP. 5	El más utilizado es el transporte marítimo, porque permite un mayor ingreso de mercadería y sale más barato.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Nuestros expertos coincidieron que el canal recomendado para la importación es el transporte aéreo, por su alto valor de los celulares y que se considera una carga frágil, con ello, en este transporte hay una disminución en el robo y es un producto no muy voluminoso, por la cual, si utilizamos el transporte marítimo los celulares puede ser robados fácilmente de un contenedor y tendría mayor duración de viaje que es de 30 a 32 días, a la vez exponiéndose a varios grados de temperatura y con el riesgo que se puedan malograr. En otro caso, si importamos algunos celulares y que el monto no sea mayor a \$200, se puede traer por un Courier internacional o por él importa fácil que sería pagar los impuestos, los gastos de nacionalización, transporte y el seguro. Mientras que el último experto menciona que el mejor canal es el marítimo porque permite importar mayores cantidades y es más económico.

Tabla 16

Pregunta 12: ¿Cuáles son las barreras arancelarias del producto?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	En cuanto a los impuestos que gravan importación de celulares, debemos tener en cuenta que el IGV cuenta con el 16%, el IPM 2%, los gastos de nacionalización, según, el Courier o la empresa de Courier, con la cual estás trabajando la importación de los productos y el seguro, si es que lo manejas con el seguro de la tabla de la SUNAT o si es que te acoges a un seguro adicional, según el porcentaje que deseas cubrir de la mercancía.
EXP. 2	En el caso de los equipos móviles, no tiene muchas barreras arancelarias, porque hay un tratado de libre comercio con los Estados Unidos, por lo tanto, los equipos móviles vienen con un arancel preferencial. Sin embargo, lo que se va a pagar es el IGV, IPM, percepción y determinar si existe un impuesto al consumo para los equipos móviles.

EXP. 3	Una vez clasificado el producto y sabiendo la partida arancelaria, se puede realizar la consulta mediante la página de la SUNAT y ahí se puede encontrar los gravámenes vigentes respecto a la partida arancelaria de los celulares, de la misma manera, se puede encontrar cuáles son las restricciones arancelarias que tiene el producto. En este caso, para la importación de celulares se necesita el permiso de homologación que es emitido por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
EXP. 4	Hoy en día, dentro de las barreras arancelarias encontramos el certificado de Homologación y el certificado de Internamiento.
EXP. 5	Primero deben de identificar la partida arancelaria del producto a través de la página de la SUNAT, una vez identificado, observarán que existe un IGV de 16% y IPM de 2%, adicional de un arancel 0 por el acuerdo comercial con Estados Unidos.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

La mayoría de los entrevistados aseguraron que las barreras arancelarias que presenta el producto son IGV 16%, IPM 2% y se le agregaría los gastos de nacionalización, percepción y un seguro adicional o por medio de la tabla de la SUNAT. Mientras que otros manifestaron que dentro de las barreras existe el Certificado de Homologación que es entregado por el MTC y de la misma manera el Certificado de Internamiento, por el hecho de ser productos restringido.

Tabla 17

Pregunta 13: ¿Cuáles son los documentos que el Perú exige para la importación de celulares?

N° EXP.	RESPUESTA
----------------	------------------

EXP. 1	Para la importación de celulares requiere el certificado de la casa comercializadora autorizada por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, y a la vez necesitan la Factura comercial, el Comprobante de pago, el Certificado de origen, si son varios productos el Packing List, y el Certificado del Ministerio de Transporte y Comunicaciones (Homologación).
EXP. 2	Los documentos que te van a pedir es la Factura Comercial, Seguro, Flete y adicional a ello van a requerir el documento que otorga el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, dado que los equipos móviles es una mercancía restringida, ya que, tienen conexión a Bluetooth, Wifi y que se conecta a una señal telefónica, incluso te puede faltar hasta el seguro, pero, si no tienes el certificado del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, tu producto no puede ingresar al país.
EXP. 3	Los documentos que el Perú exige para la importación de celulares son la Factura comercial, el Packing List, el listado de producto que es el certificado de Homologación emitido por el MTC, y como es una importación vía aérea es el Air Waybill y el certificado de origen.
EXP. 4	En el artículo 60 de la ley general de aduanas, para una importación se necesita la DAM, el documento de transporte, la guía aérea, la factura comercial, el seguro, el certificado de homologación y el certificado de internamiento, estos son los documentos que se necesitan para la importación de celulares.
EXP. 5	Básicamente, son las declaraciones, los pagos por los derechos de aduanas, las facturas y otros como el certificado de homologación que lo da el Ministerio de Transporte y Comunicaciones.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Los documentos necesarios para la importación de celulares, los principales son el certificado de Homologación y el permiso de internamiento, que son emitidos por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones y por la VUCE, ya que si no tienen estos documentos, los celulares no pueden ingresar al Perú, porque es un producto restringido y que tiene conexión a Wifi y a una señal telefónica, a la par, existen otros documentos importantes como es el Packing List, la Factura comercial, el Comprobante de pago, el Certificado de Origen, el Air Waybill y la DAM.

Tabla 18

Pregunta 14: ¿Existe un acuerdo comercial con Estados Unidos?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	Sí, existe un acuerdo de promoción comercial entre Perú y Estados Unidos, el cual entró en vigencia el 1 de enero del 2022, donde se libera el 100% de las mercancías. Entonces, al importar un producto de los Estados Unidos, nos libera el 100% de los aranceles o impuestos otorgados por este país.
EXP. 2	Claro, el tratado de libre comercio con los Estados Unidos, donde en el caso del país norteamericano se ve beneficiado muchas materias primas, pero en el caso de Perú es el factor de tecnología, ya sea computadoras, tablet, laptop, celulares, vehículos, entre otros, y ahí podemos observar el tratado de libre comercio.
EXP. 3	Si existe un acuerdo comercial con Estados Unidos, encontramos en la opción de convenios que efectivamente existe un acuerdo, por el cual el tema de ad valorem está liberado al 100%, por lo tanto, para gozar de este beneficio se necesita del certificado de origen.
EXP. 4	Si el Tratado de Libre Comercio, en mi opinión, es muy beneficioso para el Perú porque hay varios productos que ingresan al país sin aranceles.

EXP. 5	Claro que si el Tratado de Libre Comercio, gracias al tratado, el ingreso de celulares de ese país viene con arancel 0 por las preferencias arancelarias del mismo tratado.
---------------	---

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Todos los expertos coincidieron que si existe un acuerdo comercial con Estados Unidos, el cual es el tratado de libre comercio, donde asegura que es muy beneficio para el país, porque libera el 100% de los impuestos, es decir, que varios productos puedan ingresar al país ni necesidad de pagar una cantidad económica y entre lo que más favorece es por productos tecnológicos como Tablet, celular, laptop, entre otros.

Tabla 19

Pregunta 15: ¿En qué consiste el certificado de homologación?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	El certificado de Homologación garantiza que los dispositivos de telecomunicación que ingresen al país cumplan con las normas técnicas adaptadas, a la vez permite bloquear los celulares robados y garantiza que los celulares tengan un adecuado funcionamiento en las bandas de frecuencias del Perú.
EXP. 2	Cuando se lanza un nuevo producto al mercado y por ser nuevo no hay una ficha técnica exacta, entonces hay que homologarlo con un modelo existente o con su antecesor de su equipo móvil, si no hay con quien homologarlo se pide o se saca una revisión técnica, por ello, el estado peruano te dice que si el nuevo celular es similar con su antecesor entonces se homologa, pero, si es diferente no se puede homologar, se tiene que sacar un permiso en donde se manda la ficha técnica, componentes, piezas,

	repuestos y todo lo que corresponda para poder homologarlo.
EXP. 3	El certificado de Homologación consiste en homologar los equipos y aparatos de telecomunicaciones, para qué o con qué finalidad, con la finalidad de garantizar la seguridad y verificar que los equipos operen adecuadamente en las distintas zonas del Perú.
EXP. 4	El certificado de homologación es un procedimiento a través el cual el Ministerio de Transporte y Comunicaciones verifica que los equipos y aparatos de comunicaciones, como los celulares, smartphones y Tablet, cumplan con ciertas características que les permitan operar en el territorio nacional de acuerdo a las normas peruanas
EXP. 5	El certificado de homologación es la forma de cómo se autoriza el funcionamiento de los celulares en el Perú, que lo emite el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, y autoriza que los productos de importación cumplan con la normativa dispuesta en la ley peruana.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Nuestros entrevistados nos mencionan que el certificado de Homologación es la forma que se garantiza que los aparatos de telecomunicaciones cumplan con los estándares y normas de calidad que se rige en el Perú, con esto que tengan un adecuado funcionamiento en las frecuencias en los celulares. Con ello, cuando una empresa lanza un nuevo celular al mercado y al ser catalogado como nuevo no existe una ficha técnica, la solución sería homologarlo con su versión anterior que tuviera las mismas características y que éstas puedan operar adecuadamente en el Perú.

Tabla 20

Pregunta 16: ¿Cuáles son los pasos que se debe seguir para tramitar un certificado de homologación?

N° EXP.	RESPUESTA
EXP. 1	<p>Se puede obtener a través de la plataforma VUCE (La Ventanilla Única de Comercio Exterior), contando con su usuario y clave sol, obtenida por SUNAT.</p> <ul style="list-style-type: none">- Posteriormente, se debe ingresar una solicitud y ubicar el logo del Ministerio de Transporte y Comunicaciones.- Se ingresa la información del nuevo producto que va a ingresar a nuestro país.- Se adjunta la ficha técnica del producto que se va a importar.- Se transmite a la entidad competente que es el Ministerio de Transporte y Comunicaciones para que pueda ser validada. <p>Posteriormente, se recibe una respuesta, a través del correo electrónico o por la misma plataforma, en el cual se autoriza el certificado para el ingreso del producto a nuestro país de manera legal.</p>
EXP. 2	<p>Habría que observar dos cosas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Verificar en la VUCE si se puede tramitar los procesos de homologación, porque con respecto a los certificados de Transportes si se puede realizar por la VUCE. <p>Pero con respecto al tema de la homologación, sería ir directamente al Ministerio de Transportes y Comunicaciones para poder hacer el proceso de homologación, porque no considero que esté activado en la VUCE. Además, se tendría que adjuntar la ficha técnica (documento que describe los materiales, componentes e</p>

insumos basados en el equipo móvil para que este pueda ser fabricado) de manera física o por correo electrónico al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, y realizar el pago correspondiente de 100 a 500 dólares, por medio de un código que te brinda y pagarlo en el banco de la nación.

EXP. 3

Para tramitar el certificado de homologación se puede realizar a través de la VUCE.

- Se debe ingresar a la página VUCE, colocar el RUC y el clave sol de la SUNAT.
- Dentro del portal nos dirigimos a la opción nueva solicitud y encontramos la opción de MTC, donde encontramos varios formatos, para ello tenemos que elegir el formato correspondiente a la homologación
- Luego, aparecerá un formato de solicitud, el cual debe ser llenado con respecto a la marca, modelo y las especificaciones técnicas que son emitidas por el proveedor, basándonos en ello, se va a generar un número de solicitud que se debe tener en cuenta.

Para finalizar llegará un correo con el monto que se debe pagar para dicho trámite.

EXP. 4

Primero verificar que el modelo que uno desea importar esté homologado. Sí no lo tuviese, se tendría que tramitar en la VUCE. Adicional a ello tienen que solicitar el permiso de internamiento por los teléfonos inteligentes.

- Ingresan a la página VUCE.
- Seleccionen la ventanilla MTC y en la opción Servicio de internamiento.
- Luego llenan una serie de información con respecto al modelo.
- En un plazo de 5 días el MTC dará respuesta a la solicitud.

-
- Una vez aceptada la solicitud, lo descargas y podrás enviarlo al sectorista responsable del envío de la mercancía.

EXP. 5

- Para tramitar este permiso es necesario dirigirnos directamente a la página de la VUCE.
- Donde encontraremos la opción del MTC, luego seleccionamos la alternativa nueva solicitud.
- Se llenará esa solicitud con las especificaciones de los productos, es decir, el modelo, las características, entre otros.
- Para finalizar se tendrá que realizar un pago correspondiente por dicho certificado de homologación.

Nota. Elaboración propia.

Memorando Integrador

Todos los especialistas manifestaron que los pasos que se deben seguir para tramitar el certificado de homologación es acudir a la página de la VUCE, colocando el usuario y clave sol de la SUNAT, posteriormente dirigirse a la alternativa “nueva solicitud” y en la opción de Misterio de transporte y comunicaciones, luego se tendrá que llenar con las especificaciones y el modelo del productor importador, después por medio de un correo electrónico otorgado por el MTC se detallará el monto a pagar que asila entre 100 a 500 dólares, de la misma manera, se realiza para el trámite del permiso de internamiento.

Análisis Documentario.

1. Ficha Técnica:

Para un proceso de importación, es necesario conocer la ficha técnica de los productos, en este caso es la importación de celulares de Estados Unidos y con la ficha técnica podremos dar a entender las capacidades, dimensiones, pesos, características, entre otros aspectos que tienen los celulares.

A continuación, se detallará el modelo del iPhone 13, iPhone 14 y iPhone 14 Pro Max:

Figura 6

Ficha Técnica iPhone 13.

Ficha Técnica iPhone 13



Dimensión y peso: 146,7 mm x 71,5 mm x 7,6 mm 173g.

Pantalla: OLED Retina 2.532 x 1.170 píxeles, Super Retina XDR, 19.5:9 460ppp True-tone

Procesador: Apple A15 Bionic, 5nm NPU Neural Engine de 4ª gen

Versiones: 128/256/512 GB

Software: IOS 15

Cámaras Traseras: Principal: 12 MP, f/1.6, OIS, QuadLED flash, Secundaria gran angular: 12MP, f/2.4, Video: 4k Dolby Vision, 1080p/240fps, HDR, modo cinematográfico

Cámara Frontal: 12MP, f/2.2, TOF 3D, slow-motion

Batería: Carga rápida 18W e inalámbrica MagSafe 15W

Otros: Wifi 6, BT 5.0, NFC, GPS, dualSIM, eSim, Altavoces estéreo Dolby Atmos, reconocimiento facial, resistencia al agua IP68


Nota. Elaboración propia.

Comentario. En la imagen se puede apreciar las características que tiene dicho iPhone, con respecto a las dimensiones, software, pantalla, peso, entre otros aspectos.

Figura 7

Ficha Técnica iPhone 14.

Ficha Técnica iPhone 14



- **Dimensión y peso:** 146,7 x 71,5 x 7,8 mm 172g
- **Pantalla:** Super Retina XDR OLED 6,1 pulgadas 2.532 x 1.170 píxeles (460 ppp).
- **Procesador:** Apple A15 Bionic
- **Versiones:** 128/256/512 GB
- **Software:** IOS 16
- **Cámaras Traseras:** Principal: 12MP,f/1.5 (1.9 um), Gran angular: 12 MP f/2.4
- **Cámara Frontal:** 12MP,f/1.9, AF, True Depth
- **Batería:** Carga rápida 18W e inalámbrica MagSafe 15W
- **Conectividad:** 5G, Wifi ax, Bluetooth 5.3, NFC, GPS, dualSIM, Lightning
- **Otros:** Resistencia IP68, Reconocimiento facial, Emergencia SOS, Detección de accidentes.

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Se puede apreciar que el iPhone 14 tiene mayores dimensiones, diferentes pesos y un Software mayor que es el iOS 16.

Figura 8

Ficha Técnica iPhone 14 Pro Max.

Ficha Técnica iPhone 14 Pro Max



- **Dimensión y peso:** 160,7 x 77,6 mm x 7,85 mm 240g.
- **Pantalla:** Super Retina XDR 6,7 pulgadas, True Tone, HDR, ProMotion 120 Hz, 2.778 x 1.284 px, 458 ppp, 2.000 nits, contraste 2.000.000:1, Pantalla siempre activa, Isla dinámica.
- **Procesador:** Apple A16 Bionic.
- **RAM:** 6GB LPDDR5X
- **Versiones:** 128/256/512 GB/1 TB
- **Cámaras Traseras:** **Principal:** 48MP, f/1.78, 24 mm, Sensor Shift de segunda generación, **Ultra angular:** 12MP, f/2.2, 13mm., **Teleobjetivo:** 12MP, f/2.8, 77mm, OIS
- **Cámara Frontal:** 12MP, f1.9, enfoque automático.
- **Sistema Operativo:** IOS 16
- **Conectividad:** 5G (sub-6 GHz), LTE Gigabit con MIMO 4x4 y LAA, Wifi 802.11ax (6ª gen.) con MIMO 2x2, Bluetooth 5.3, Chip de banda ultraancho, NFC.
- **Batería:** 4.323 mAh, Carga rápida 20W, Carga inalámbrica 15W
- **Otros:** IP68, Sonido estéreo, FaceID

Nota. Elaboración propia.

Comentario. En la imagen se visualiza que el nuevo iPhone tiene mejor implementación en sus cámaras, un procesador más elevado, diferentes conectividades y con una duración de batería más duradera.

2. Estados de resultados y evaluación de rentabilidad:

Estados de resultados

Tabla 21

Estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de septiembre a diciembre del 2020 – DIGICELL.

	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales	Promedio por mes
Ventas	S/1,339.50	S/7,785.00	S/5,034.00	S/10,682.00	S/24,840.50	S/6,210.13
Costo de ventas	S/788.50	S/4,925.00	S/2,754.00	S/6,834.00	S/15,301.50	S/3,825.38
Utilidad bruta	S/551.00	S/2,860.00	S/2,280.00	S/3,848.00	S/9,539.00	S/794.92
	41.13%	36.74%	45.29%	36.02%	38.40%	12.80%
Gastos operacionales						
Gastos del personal	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos por alquiler	S/0.00	S/150.00	S/150.00	S/150.00	S/450.00	S/112.50
Gastos por servicios básicos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos de tienda	S/1,731.03	S/322.00	S/138.00	S/412.60	S/2,603.63	S/650.91
Gastos en marketing y publicidad	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/94.00	S/94.00	S/23.50
Gastos por pasajes y viáticos	S/225.00	S/168.50	S/184.30	S/237.50	S/815.30	S/203.83
Gastos por envíos de encomiendas	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Otros gastos diversos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total, gastos operacionales	S/1,956.03	S/640.50	S/472.30	S/894.10	S/3,962.93	S/990.73
Utilidad operativa	-S/1,405.03	S/2,219.50	S/1,807.70	S/2,953.90	S/5,576.07	-S/195.82
	-104.89%	28.51%	35.91%	27.65%	22.45%	-3.15%
Gastos financieros						
Otros gastos financieros	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total, gastos financieros	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00

Utilidad luego de gastos financieros	-S/1,405.03	S/2,219.50	S/1,807.70	S/2,953.90	S/5,576.07	-S/195.82
	-104.89%	28.51%	35.91%	27.65%	22.45%	-3.15%
Impuestos por pagar	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/20.00	S/20.00	S/1.67
Utilidad neta	-S/1,405.03	S/2,219.50	S/1,807.70	S/2,933.90	S/5,556.07	-S/197.48
	-104.89%	28.51%	35.91%	27.47%	22.37%	-3.18%
Accionistas						
Ganancia Julio Santa María Celis	-S/702.52	S/1,109.75	S/903.85	S/1,466.95	S/2,778.04	S/231.50
Ganancia Omar Santa María Celis	-S/702.52	S/1,109.75	S/903.85	S/1,466.95	S/2,778.04	S/231.50
	-S/1,405.03	S/2,219.50	S/1,807.70	S/2,933.90	S/5,556.07	S/463.01

Nota. DIGICELL.

Comentario. Los estados de resultados y evaluación de la rentabilidad brindada por la empresa, ya que en septiembre del 2020 la empresa DIGICELL inauguró la primera tienda en la ciudad de Chepén.

Tabla 22

Estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de enero a julio del 2021 – DIGICELL.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Ventas	S/6,617.50	S/6,234.00	S/9,476.00	S/9,079.00	S/12,238.00	S/10,944.00	S/12,441.00
Costo de ventas	S/3,450.50	S/3,020.50	S/4,629.00	S/4,267.60	S/6,055.90	S/4,735.00	S/5,235.20
Utilidad bruta	S/3,167.00	S/3,213.50	S/4,847.00	S/4,811.40	S/6,182.10	S/6,209.00	S/7,205.80
	47.86%	51.55%	51.15%	52.99%	50.52%	56.73%	57.92%
Gastos operacionales							
Gastos del personal	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/15.00	S/0.00	S/0.00
Gastos por alquiler	S/150.00	S/200.00	S/200.00	S/200.00	S/200.00	S/200.00	S/200.00
Gastos por servicios básicos	S/75.00	S/60.00	S/60.00	S/69.20	S/34.60	S/94.00	S/105.00
Gastos de tienda	S/36.40	S/78.70	S/247.50	S/23.00	S/36.00	S/32.00	S/38.00

Gastos en marketing y publicidad	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos por pasajes y viáticos	S/67.50	S/106.30	S/230.20	S/128.70	S/418.30	S/339.50	S/42.50
Gastos por envíos de encomiendas	S/26.00	S/17.00	S/34.00	S/40.00	S/60.00	S/99.00	S/169.00
Otros gastos diversos	S/0.00	S/17.00	S/0.00	S/180.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total, gastos operacionales	S/354.90	S/479.00	S/771.70	S/640.90	S/763.90	S/764.50	S/554.50
Utilidad operativa	S/2,812.10	S/2,734.50	S/4,075.30	S/4,170.50	S/5,418.20	S/5,444.50	S/6,651.30
	42.49%	43.86%	43.01%	45.94%	44.27%	49.75%	53.46%
Gastos financieros							
Otros gastos financieros	S/0.00	S/0.00	S/20.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/15.00
Total, gastos financieros	S/0.00	S/0.00	S/20.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/15.00
Utilidad luego de gastos financieros	S/2,812.10	S/2,734.50	S/4,055.30	S/4,170.50	S/5,418.20	S/5,444.50	S/6,636.30
	42.49%	43.86%	42.80%	45.94%	44.27%	49.75%	53.34%
Impuestos por pagar	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00
Utilidad neta	S/2,792.10	S/2,714.50	S/4,035.30	S/4,150.50	S/5,398.20	S/5,424.50	S/6,616.30
	42.19%	43.54%	42.58%	45.72%	44.11%	49.57%	53.18%
Accionistas							
Ganancia Julio Santa María Celis	S/1,396.05	S/1,357.25	S/2,017.65	S/2,075.25	S/2,699.10	S/2,712.25	S/3,308.15
Ganancia Omar Santa María Celis	S/1,396.05	S/1,357.25	S/2,017.65	S/2,075.25	S/2,699.10	S/2,712.25	S/3,308.15
	S/2,792.10	S/2,714.50	S/4,035.30	S/4,150.50	S/5,398.20	S/5,424.50	S/6,616.30

Nota. DIGICELL.

Comentario. Los estados de resultados y la evaluación de la rentabilidad brindada por la empresa resaltando que la tienda aún contaba con una sucursal en la ciudad de Chepén hasta septiembre del 2021.

Tabla 23

Estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de agosto a diciembre del 2021 – DIGICELL.

	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales	Promedio por mes
Ventas	S/11,831.00	S/12,323.00	S/14,804.00	S/16,923.00	S/29,109.50	S/152,020.00	S/12,668.33
Costo de ventas	S/5,036.10	S/5,105.73	S/5,782.87	S/6,946.80	S/12,556.80	S/66,822.00	S/5,568.50
Utilidad bruta	S/6,794.90	S/7,217.27	S/9,021.13	S/9,976.20	S/16,552.70	S/85,198.00	S/7,099.83
	57.43%	58.57%	60.94%	58.95%	56.86%	56.04%	56.04%
Gastos operacionales							
Gastos del personal	S/0.00	S/700.00	S/1,220.00	S/1,213.80	S/1,500.00	S/4,648.80	S/387.40
Gastos por alquiler	S/200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/10,350.00	S/862.83
Gastos por servicios básicos	S/65.00	S/105.00	S/128.00	S/292.00	S/312.00	S/1,399.80	S/116.65
Gastos de tienda	S/34.00	S/1,906.00	S/1,063.76	S/111.80	S/615.70	S/4,222.86	S/351.91
Gastos en marketing y publicidad	S/0.00	S/0.00	S/350.00	S/431.00	S/420.00	S/1,201.00	S/100.08
Gastos por pasajes y viáticos	S/110.00	S/63.00	S/107.00	S/74.00	S/64.50	S/1,751.50	S/145.96
Gastos por envíos de encomiendas	S/131.00	S/88.00	S/195.00	S/180.00	S/325.00	S/1,364.00	S/113.67
Otros gastos diversos	S/100.00	S/107.30	S/140.00	S/20.00	S/150.00	S/714.30	S/59.53
Total, gastos operacionales	S/640.00	S/5,169.30	S/5,403.76	S/4,522.60	S/5,587.20	S/25,652.26	S/2,137.69
Utilidad operativa	S/6,154.90	S/2,047.97	S/3,617.37	S/5,453.60	S/10,965.50	S/59,545.74	S/4,962.15
	52.02%	16.62%	24.44%	32.23%	37.67%	39.17%	39.17%
Gastos financieros							
Otros gastos financieros	S/0.00	S/0.00	S/35.00	S/250.44	S/355.63	S/676.07	S/56.34
Total, gastos financieros	S/0.00	S/0.00	S/35.00	S/250.44	S/355.63	S/676.07	S/56.34

Utilidad luego de gastos financieros	S/6,154.90	S/2,047.97	S/3,582.37	S/5,203.16	S/10,609.87	S/58,869.67	S/4,905.81
	52.02%	16.62%	24.20%	30.75%	36.38%	38.72%	38.72%
Impuestos por pagar	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/240.00	S/20.00
Utilidad neta	S/6,134.90	S/2,027.97	S/3,562.37	S/5,183.16	S/10,589.87	S/58,629.67	S/4,885.81
	51.85%	16.46%	24.06%	30.63%	36.38%	38.57%	38.57%
Accionistas							
Ganancia Julio Santa María Celis	S/3,067.45	S/1,013.99	S/1,781.19	S/2,591.58	S/5,294.94	S/29,314.84	S/2,442.90
Ganancia Omar Santa María Celis	S/3,067.45	S/1,013.99	S/1,781.19	S/2,591.58	S/5,294.94	S/29,314.84	S/2,442.90
	S/6,134.90	S/2,027.97	S/3,562.37	S/5,183.16	S/10,589.87	S/58,629.67	S/4,885.81

Nota. DIGICELL.

Comentario. En el 2021, en los últimos tres meses tuvieron más ventas y costos de ventas, porque inauguraron la segunda tienda de DIGICELL en la ciudad de Chepén, logrando obtener más ingresos para la empresa, y por ello, tuvieron más gastos en el personal, alquiler, servicios básicos, gastos en la tienda, marketing y publicidad, encomiendas, pasajes y viáticos, y otros gastos diversos.

Tabla 24

Proyección de estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de enero a julio del 2022 – DIGICELL.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Ventas	S/32,020.45	S/35,222.50	S/38,744.74	S/42,619.22	S/46,881.14	S/51,569.25	S/56,726.18
Costo de ventas	S/12,807.94	S/13,064.09	S/13,325.38	S/13,591.88	S/13,863.72	S/14,141.00	S/14,423.82

Utilidad bruta	S/19,212.51	S/22,158.40	S/25,419.37	S/29,027.33	S/33,017.42	S/37,428.26	S/42,302.36
	60.00%	62.91%	65.61%	68.11%	70.43%	72.58%	74.57%
Gastos operacionales							
Gastos del personal	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00
Gastos por alquiler	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00
Gastos por servicios básicos	S/318.24	S/324.60	S/331.10	S/337.72	S/344.47	S/351.36	S/358.39
Gastos de tienda	S/70.00	S/77.00	S/80.00	S/60.00	S/95.00	S/120.00	S/90.00
Gastos en marketing y publicidad	S/350.00	S/350.00	S/350.00	S/350.00	S/350.00	S/350.00	S/350.00
Gastos por pasajes y viáticos	S/45.00	S/55.00	S/107.00	S/51.00	S/103.00	S/104.00	S/64.00
Gastos por envíos de encomiendas	S/30.00	S/26.00	S/32.00	S/46.00	S/31.00	S/120.00	S/33.00
Otros gastos diversos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/60.00	S/0.00
Total, gastos operacionales	S/4,513.24	S/4,532.60	S/4,600.10	S/4,644.72	S/4,623.47	S/4,805.36	S/4,595.39
Utilidad operativa	S/14,699.27	S/17,625.80	S/20,819.27	S/24,382.62	S/28,393.95	S/32,622.90	S/37,706.97
	45.91%	50.04%	53.73%	57.21%	60.57%	63.26%	66.47%
Gastos financieros							
Otros gastos financieros	S/10.00	S/34.00	S/55.00	S/90.00	S/29.00	S/0.00	S/0.00
Total, gastos financieros	S/10.00	S/34.00	S/55.00	S/90.00	S/29.00	S/0.00	S/0.00
Utilidad luego de gastos financieros	S/14,689.27	S/17,591.80	S/20,764.27	S/24,292.62	S/28,364.95	S/32,622.90	S/37,706.97
	45.87%	49.94%	53.59%	57.00%	60.50%	63.26%	66.47%
Impuestos por pagar	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00
Utilidad neta	S/14,669.27	S/17,571.80	S/20,744.27	S/24,272.62	S/28,344.95	S/32,602.90	S/37,686.97
	45.81%	49.89%	53.54%	56.95%	60.46%	63.22%	66.44%
Accionistas							

Ganancia Julio Santa María Celis	S/7,334.64	S/8,785.90	S/10,372.14	S/12,136.31	S/14,172.47	S/16,301.45	S/18,843.49
Ganancia Omar Santa María Celis	S/7,334.64	S/8,785.90	S/10,372.14	S/12,136.31	S/14,172.47	S/16,301.45	S/18,843.49
	S/14,669.27	S/17,571.80	S/20,744.27	S/24,272.62	S/28,344.95	S/32,602.90	S/37,686.97

Nota. DIGICELL.

Comentario. La empresa DIGICELL realiza sus estados de resultados anualmente, por la cual se hizo una proyección de los estados de resultados y de la evaluación de la rentabilidad del 2022, en la cual, se incrementó en un 10% en las ventas, un 2% en los costos de ventas y un 2% en los servicios básicos de las dos tiendas.

Tabla 25

Proyección de estado de resultados y evaluación de la rentabilidad de agosto a diciembre del 2022 – DIGICELL.

	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales	Promedio por mes
Ventas	S/62,398.80	S/68,638.68	S/75,502.55	S/83,052.80	S/91,358.08	S/684,734.39	S/57,061.20
Costo de ventas	S/14,712.29	S/15,006.54	S/15,306.67	S/15,612.80	S/15,925.06	S/171,781.19	S/14,315.10
Utilidad bruta	S/47,686.51	S/53,632.14	S/60,195.88	S/67,440.00	S/75,433.02	S/512,953.20	S/42,746.10
	76.42%	78.14%	79.73%	81.20%	82.57%	74.91%	74.91%
Gastos operacionales							
Gastos del personal	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/1,500.00	S/18,000.00	S/1,500.00
Gastos por alquiler	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/2,200.00	S/26,400.00	S/2,200.00
Gastos por servicios básicos	S/365.56	S/372.87	S/380.33	S/387.93	S/395.69	S/4,268.26	S/355.69
Gastos de tienda	S/100.00	S/74.00	S/85.00	S/230.00	S/148.00	S/1,229.00	S/102.42
Gastos en marketing y publicidad	S/350.00	S/350.00	S/350.00	S/350.00	S/350.00	S/4,200.00	S/350.00

Gastos por pasajes y viáticos	S/26.00	S/99.00	S/62.00	S/62.00	S/99.00	S/877.00	S/73.08
Gastos por envíos de encomiendas	S/60.00	S/20.00	S/30.00	S/20.00	S/105.00	S/553.00	S/46.08
Otros gastos diversos	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/50.00	S/310.00	S/25.83
Total, gastos operacionales	S/4,701.56	S/4,615.87	S/4,607.33	S/4,749.93	S/4,847.69	S/55,837.26	S/4,653.11
Utilidad operativa	S/42,984.95	S/49,016.27	S/55,588.55	S/62,690.07	S/70,585.33	S/457,115.94	S/38,092.99
	68.89%	71.41%	73.62%	75.48%	77.26%	66.76%	66.76%
Gastos financieros							
Otros gastos financieros	S/0.00	S/50.00	S/35.00	S/4.00	S/100.00	S/407.00	S/33.92
Total, gastos financieros	S/0.00	S/50.00	S/35.00	S/4.00	S/100.00	S/407.00	S/33.92
Utilidad luego de gastos financieros	S/42,984.95	S/48,966.27	S/55,553.55	S/62,686.07	S/70,485.33	S/456,708.94	S/38,059.08
	68.89%	71.34%	73.58%	75.48%	77.15%	66.70%	66.70%
Impuestos por pagar	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/240.00	S/20.00
Utilidad neta	S/42,964.95	S/48,946.27	S/55,533.55	S/62,666.07	S/70,465.33	S/456,468.94	S/38,039.08
	68.86%	71.31%	73.55%	75.45%	77.13%	66.66%	66.66%
Accionistas							
Ganancia julio santa María Celis	S/21,482.47	S/24,473.14	S/27,766.78	S/31,333.03	S/35,232.67	S/228,234.47	S/19,019.54
Ganancia Omar Santa María Celis	S/21,482.47	S/24,473.14	S/27,766.78	S/31,333.03	S/35,232.67	S/228,234.47	S/19,019.54
	S/42,964.95	S/48,946.27	S/55,533.55	S/62,666.07	S/70,465.33	S/456,468.94	S/38,039.08

Nota. DIGICELL.

Comentario. De la misma forma, se realizó una proyección en los estados de resultados y evaluación de la rentabilidad para la empresa DIGICELL.

Evaluación de la rentabilidad

Los estados de resultados que fue brindada por la empresa DIGICELL, durante el periodo septiembre a diciembre del 2020, la empresa tuvo un total de ventas de S/24,840.50, con un costo de ventas de S/15,301.50, dando como resultado S/9,539 de utilidad bruta. Por otro lado, tuvieron S/3,962.93 de gastos operacionales y S/0 de gastos financieros, lo cual en la evaluación de la rentabilidad se puede apreciar que la empresa obtuvo S/5,556.07 de ganancia neta anualmente.

Por otro lado, los estados de resultados por parte de la empresa DIGICELL S.A.C. durante el año 2021, la empresa tuvo un total de ventas de S/152,020, con un costo de ventas de S/66,822, dando como resultado S/85,198 de utilidad bruta. Por otro lado, tuvieron S/26,328 de gastos operacionales y financieros, lo cual en la evaluación de la rentabilidad se puede apreciar que la empresa obtuvo S/58,629.67 de ganancia neta anualmente.

En una estimación de ventas proyectadas para el 2022 se observa que la empresa cuenta con un monto de venta anual de S/684,734, y con un costo de ventas de S/171,781, dando como utilidad bruta S/512,953, con gastos de S/56,244, lo cual el ingreso que le queda a la empresa es de S/456,468 de ganancia.

3. Exportaciones mundiales:

Para realizar una importación de un determinado mercado es necesario buscar información sobre los principales exportadores mundiales de dicho producto, para poder realizar negociaciones con el mercado que se adecue a las necesidades del empresario.

Debido a una reciente actualización de la partida arancelaria 8517130000 con respecto a las importaciones de celulares y al no encontrar datos recientes, se ha establecido que para elaborar el proyecto de investigación tomar la partida arancelaria del año pasado que es la 8517120000 con la finalidad de poder establecer un análisis de los principales exportadores e importadores de celulares.

Exportadores:

Tabla 26

Exportadores Mundiales.

N°	Exportadores	2017	2018	2019	2020	2021
1	China	\$127,265,887	\$141,683,901	\$125,301,522	\$126,085,500	\$147,098,483
2	Vietnam	\$29,646,866	\$31,125,419	\$34,151,090	\$31,090,302	\$39,541,117
3	Hong Kong, China	\$23,862,374	\$31,428,659	\$30,719,929	\$27,454,540	\$32,283,756
4	Estados Unidos	\$11,928,140	\$10,510,790	\$10,142,468	\$9,607,005	\$12,636,562
5	Alemania	\$5,690,047	\$5,369,334	\$5,156,869	\$6,024,851	\$5,650,387
6	República Checa	\$3,784,676	\$6,450,884	\$6,707,427	\$6,501,535	\$5,431,159
7	Singapur	\$4,498,727	\$4,671,521	\$4,693,574	\$3,974,290	\$5,322,986
8	Emiratos Árabes Unidos	\$14,317,250	\$16,148,388	\$17,807,830	\$17,151,660	\$5,021,082
9	Corea	\$6,972,601	\$6,120,802	\$4,744,383	\$4,122,757	\$4,926,365
10	India	\$137,715	\$1,094,491	\$3,406,019	\$2,988,755	\$4,871,528
	Resto del mundo	\$24,486,745	\$24,725,247	\$23,955,028	\$23,341,060	\$25,628,194
	Mundo	\$252,591,028	\$279,329,436	\$266,786,139	\$258,342,255	\$288,411,619

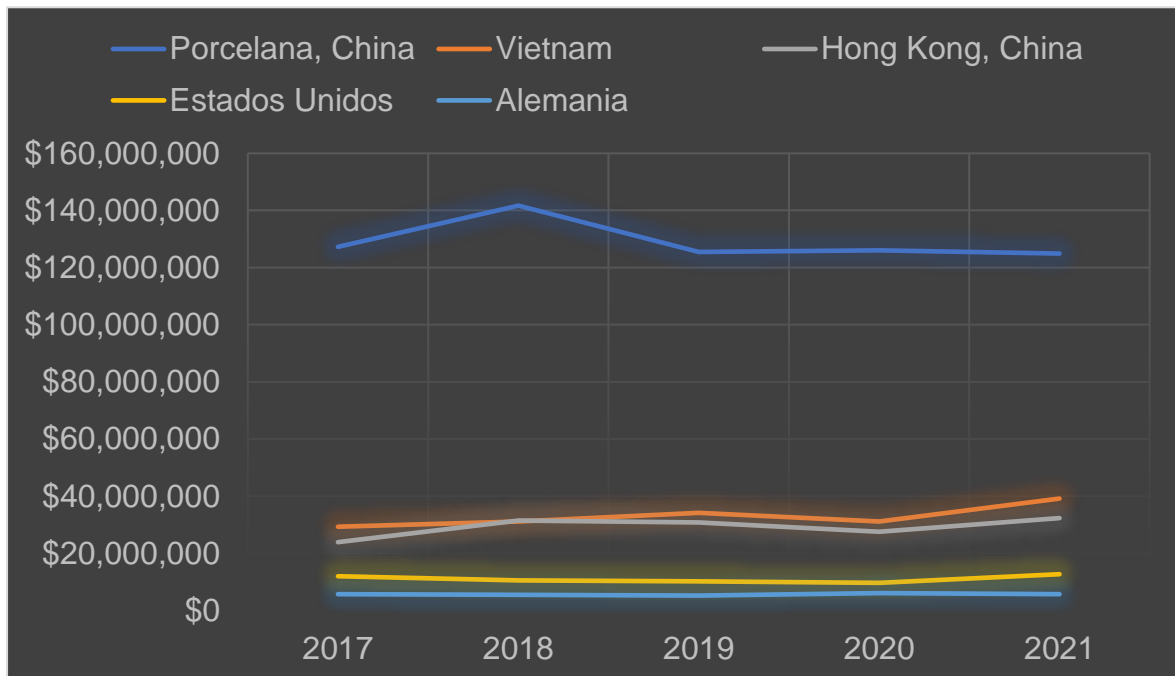
Nota. Trade Map (2022).

Análisis de Resultados:

A través de la página de Trade Map se puede apreciar que Estados Unidos está ubicado dentro de los 5 primeros exportadores del producto, en relación con ello, se puede considerar como potencial mercado para la importación de mercado debido a la gran tecnología que emplea para la comercialización de productos tecnológicos.

Figura 9

Valores de los principales países exportadores con P.A. 8517120000 (Miles de dólares americanos).



Nota: El presente gráfico muestra información de las exportaciones durante los 5 últimos años de los 5 principales países, donde se observa que las exportaciones de Estados Unidos son constantes y no cuenta con ninguna variación con respecto a China y Vietnam.

4. Importaciones mundiales:

Es necesario buscar información sobre los principales importadores mundiales de los celulares, para poder realizar negociaciones con el mercado que se adecue a las necesidades del empresario.

Importaciones:

Tabla 27

Importaciones Mundiales.

N°	Importadores	2017	2018	2019	2020	2021
1	Estados Unidos	\$56,403,427	\$53,921,021	\$54,642,749	\$49,453,039	\$61,659,011
2	Hong Kong, China	\$35,935,172	\$42,138,767	\$37,045,424	\$36,629,243	\$45,636,642
3	Japón	\$16,904,848	\$17,722,672	\$15,441,687	\$14,907,707	\$17,984,777
4	Emiratos Árabes Unidos	\$27,578,836	\$16,798,124	\$18,219,621	\$16,443,277	\$14,339,102
5	Alemania	\$11,975,441	\$12,915,602	\$11,557,092	\$13,565,835	\$12,924,494
6	Reino Unido	\$10,450,931	\$11,160,500	\$10,618,045	\$10,164,379	\$10,366,086
7	Rusia	\$5,312,835	\$6,292,457	\$5,848,128	\$5,873,826	\$7,745,136
8	Francia	\$6,731,467	\$6,904,849	\$6,366,538	\$6,157,003	\$6,695,314
9	Canadá	\$5,546,687	\$6,129,363	\$5,827,640	\$5,107,401	\$6,249,204
10	República Checa	\$4,247,433	\$7,109,313	\$7,192,332	\$7,199,385	\$5,721,425
38	Perú	\$1,096,570	\$1,061,618	\$1,026,564	\$918,921	\$1,416,006
	Resto del mundo	\$105,863,595	\$109,577,299	\$105,878,514	\$105,124,894	\$121,091,738
	Mundo	\$286,950,672	\$290,669,967	\$278,637,770	\$270,625,989	\$310,413,305

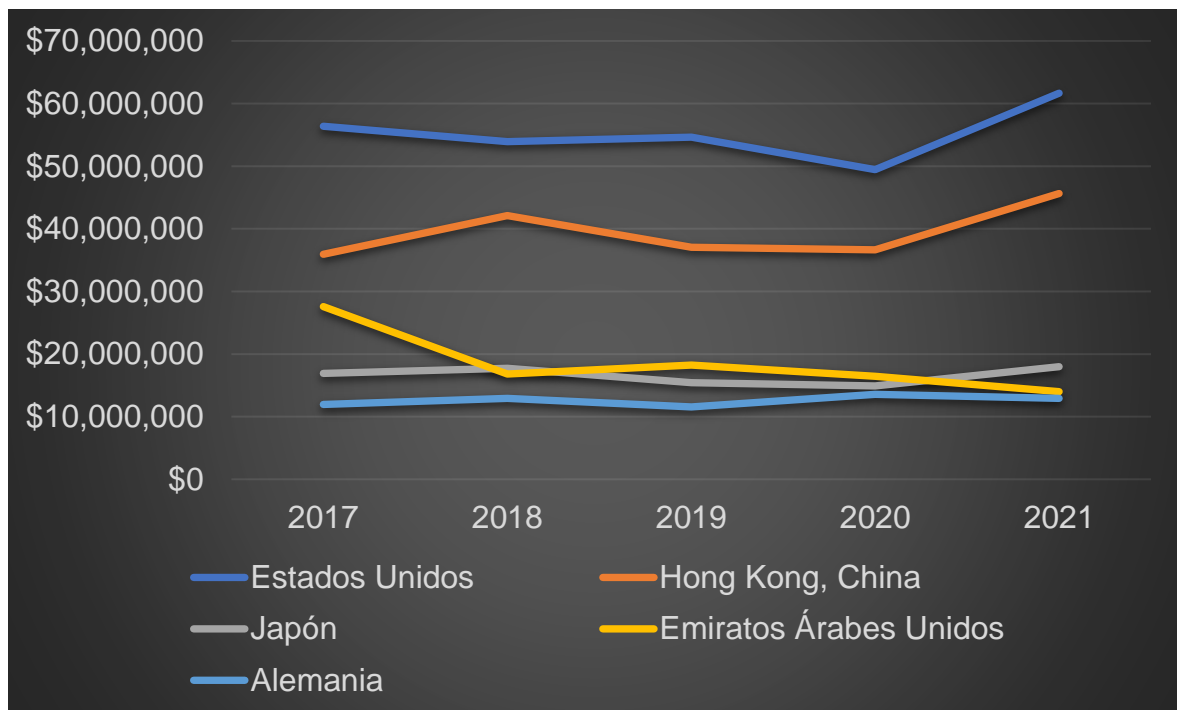
Nota. Trade Map (2022).

Análisis de Resultados:

En la tabla se puede apreciar los 10 principales importadores de celulares, donde en el año 2021 Estados Unidos ocupa el 1 lugar con total de \$61,659,011, el segundo lugar lo ocupa Hong Kong - China con un total de \$45,636,642 y en tercer lugar se encuentra Japón con \$17,984,777 y el Perú ocupa el puesto 38 con un total de \$1,416,006.

Figura 10

Valores de los principales países importadores con P.A. 8517120000 (Miles de dólares americanos)



Nota: El presente gráfico muestra información de las importaciones durante los cinco últimos años de los 5 principales países, donde se aprecia que las importaciones de todos los países varían, pero Estados Unidos y China en el año 2020 tuvieron un decrecimiento a consecuencia del Covid-19. Sin embargo, en el año 2021 hubo un crecimiento en Estados Unidos, China, Japón y Alemania en las importaciones a una recuperación económica en sus habitantes.

Importaciones peruanas:

Tabla 28*Importaciones peruanas con partida arancelaria 8517120000.*

País de Origen	Valor CIF (dólares)	Peso Neto (Kilos)	Peso Bruto (Kilos)	Porcentaje CIF
CN - CHINA	995,630,322.85	3,016,503.120	3,532,629.180	70.89
VN - VIETNAM	402,723,669.35	722,652.490	902,780.51	28.67
EE. UU. - ESTADOS UNIDOS	3,656,417.64	19,152.04	20,403.67	0.26
KR - COREA	842,234.19	804.05	955.8	0.06
HONG KONG	674,573.79	6,535.07	7,448.96	0.05
ES - SPAIN	200,914.67	384.06	482.54	0.01
TOTAL	1,404,538,440.54	3,767,879.370	4,466,674.550	100

*Nota. SUNAT (2021).***5. Descripción del mercado:****Perfil de La Libertad:**

Para comprender las características del público objetivo de La Libertad es fundamental conocer los siguientes datos:

Tabla 29*Perfil de La Libertad.*

Número de Habitantes	2,016.7
Lenguaje	Castellano
Moneda	Sol
N° de economía importante en Perú	3
PBI regional	4,4 %

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos en el Banco Central de Reserva en el Perú.

Población según el género:

Tabla 30

Población según el Género.

Población	2,016.7
Mujeres	1,024.5
Hombres	992.2

Nota. Market Report (2022).

Provincias de la región de La Libertad:

Tabla 31

Provincias de La Libertad.

Trujillo	1,109.8
Sánchez Carrión	158.9
Ascope	133.0
Pacasmayo	117.9
Virú	103.9
Chepén	89.7
Otuzco	86.5
Pataz	83.9
Santiago de Chuco	56.6
Julcán	30.9
Gran Chimú	29.9
Bolívar	15.9

Nota. Market Report (2022).

6. Segmentación de mercado:

Datos sobre la segmentación:

- **Región dirigida:** La Libertad.
- **Sector dirigido:** Población de Chepén.

- **Target:** 61,538.
- **Población objetiva:** Personas que generen ingresos y opten por celulares actualizados e innovadores.
- **Matriz de selección de mercado:**

Tabla 32

Matriz de selección de mercado.

Criterio	%	Cantidad	Unidad	Fuente
Población del país	100	33,396,600	Perú	Market Report
Población del nicho	6.03	2,016,700	La Libertad	Market Report
Género	100	89,700	Chepén	Market Report
Edades	40.11	66,890	18 – 50 años	RENIEC
Poder adquisitivo	92	61,538	habitantes	RENIEC
% de la población que consume	100	61,538	habitantes	RENIEC
Consumo per cápita	100	2.9	persona	INEI
Demanda potencial	100	1,785	Unidad/año	Propia

Nota. Elaboración propia.

El Perú cuenta con una población de 33,396,6 millones, donde 2,016.7 pertenece al 6.03% de la población total de La Libertad. Del 100% de la población de la Región de la Libertad, existen 89,7 que sería parte de nuestra población en la ciudad de Chepén, teniendo como rango de edad de 18 – 50 años de edad a 66,890 personas. Con un poder adquisitivo del 92% de personas que tienen celulares, lo que equivale a 61,538 ciudadanos. Asimismo, el consumo per cápita es de 2.9 por persona y por ende la demanda potencial sería de 1,785 anuales.

- **Total, de personas, según su clasificación:**

Tabla 33

Clasificación.

Población total de 18 a 50 años	66,538
--	--------

Personas que generan ingresos	61,538
--------------------------------------	--------

Nota. Elaboración propia.

3.2. Discusión de resultados.

Con respecto al primer objetivo denominado diagnosticar la situación actual para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., y conforme a los datos de información obtenidos y brindado por parte del Gerente General, el estudio permitió determinar que la empresa DIGICELL S.A.C., cuenta con dos años de experiencia en la venta de productos tecnológicos en la ciudad de Chepén – La Libertad, a raíz del boom de sus productos, en la actualidad cuenta con 2 tiendas que es el fruto de su esfuerzo y emprendimiento. La empresa, los productos que más comercializa, están ligados a los accesorios de celulares como son carcasas, audífonos, baterías portátiles, smartwatch, entre otros.

A raíz de la coyuntura del Covid – 19 y las nuevas tendencias de consumo que existen en nuestro país por la adquisición de celulares que son complementos del uso diario, estos resultados se contrastan con la investigación desarrollada por Espinoza & Bohórquez (2022) denominada: “Manual de importación de celulares bajo el régimen de importación a consumo”, donde, por medio de una encuesta a 70 importadores, se concluyó que a consecuencia de la pandemia hubo un incremento del 5%, debido a que muchas empresas optaron por el teletrabajo y los estudiantes por las clases virtuales, debido a que en su momento el presidente Martín Vizcarra decidió implementar medidas para mitigar la situación. Asimismo, se plasmó que las importaciones de teléfonos inteligentes es un buen negocio debido al alto poder adquisitivo, pero ello, es necesario contar con una información previa, debido a que los celulares son productos restringidos, donde el estado busca salvaguardar la seguridad y privacidad de sus ciudadanos, por esta razón, se necesitan de ciertos documentos para el ingreso al país.

Asimismo, la empresa DIGICELL S.A.C., en sus estados de resultados proyectados, la empresa cuenta con una rentabilidad en el 2020 de S/5,556.07, mientras tanto en el 2021 tuvo una rentabilidad de S/58,629.67.

Debido a la gran acogida de la venta de sus productos tecnológicos, la empresa desea optar por la importación de celulares, por ello en la investigación propuesta por Cañón (2021) en su investigación titulada: “Diseño de un plan de importación de artículos tecnológicos, piezas y repuestos de celulares chinos”, a través de una encuesta para ver la aceptación de las preferencias de los dispositivos móviles, realizada a la población entre las edades de 18 – 75 años, se concluyó que las personas encuestadas optan por celulares y laptop de reconocidas marcas como Apple (Estados Unidos), Samsung (Corea) y Huawei (China). Además, el estudio cuenta con una viabilidad de 27% debido a la gran acogida por los teléfonos inteligentes que engloban a la calidad del producto y el diseño.

Por otro lado, el segundo objetivo denominado establecer los requisitos de acceso para el cumplimiento de la importación de celulares, hace referencia a los resultados de esta investigación que se pudieron apreciar sobre los requisitos de acceso que tienen los celulares para una importación de cualquier país, por ello, en la investigación elaborada por Campos & Yacila (2020) denominada: “Propuesta de Importación de Celulares Básicos desde China para la Empresa Casa Móvil E.I.R.L.”, nos mencionan que los documentos de importación es el certificado de origen y de destino, a la par con las características de los celulares, el Bill of Lading que es sobre la logística de transporte, el Packing List que se describe quien es el importador y el exportador y el detalle del producto, y la DUA que es el documento que permite el levante del producto en almacén.

De esta forma, debemos conocer las barreras arancelarias que tienen los celulares, ante eso, los expertos nos mencionaron que para conocer los impuestos deben ingresar a la página de la SUNAT, donde están establecidos los impuestos, y estos son IGV del 16%, IPM del 2% y se le agregaría los gastos de nacionalización, percepción y un seguro adicional.

En ellas, existen otros documentos, que son primordiales al realizar una importación, ya que los celulares al ingresar al Perú es un producto restringido, por ello, requieren de un certificado de Homologación y un permiso de Internamiento, que son emitidos por el Ministerio de Transporte y Comunicación y por la VUCE, porque al no tener estos documentos, los celulares no pueden ingresar al país,

porque es un producto que recibe conexión a Wifi y a una señal telefónica. Con ello, Reyes (2020) en su tesis titulada: “Las barreras no arancelarias en la importación de celulares de China al Perú en el año 2019”, y tuvo un impacto negativo en las empresas importadoras a causa de la nacionalización del producto, debido a que se ven afectado en los costos logísticos, el imposible acceso a la normativa de la documentación (certificado de homologación), esto generó que distintas empresas dedicadas al rubro de las importaciones disminuyen su competitividad.

Por último, a través del Tratado de Libre Comercio que existe entre Perú y Estados Unidos, y que es muy beneficio para el país, porque libera el 100% de los impuestos, es decir, que varios productos puedan ingresar al país ni necesidad de pagar una cantidad económica.

Para el tercer objetivo, el cual consiste en elaborar un plan de negocios para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., después de haber obtenido toda la información brindada por los expertos en comercio internacional, donde señala que el mercado peruano es un país atractivo para la venta de celulares, primeramente, el Perú no cuenta con un buen desarrollo de tecnología a comparación de China y Estados Unidos, por lo tanto, debido a las necesidades de los consumidores, mucho de los productos de aspecto tecnológico los importamos y uno de ellos son los celulares. Por otro lado, a consecuencia de la pandemia y de una economía digital, se ha vuelto en una herramienta indispensable tanto para teletrabajo como para los estudios. Donde, Gestión (2018) hace mención que en el año 2018 las importaciones de celulares han incrementado más de diez veces, dando gran valor a la economía peruana, lo cual son indicadores positivos. Por otro lado, Statista (2022) menciona que, el rango de edad de la población que accede a los celulares abarca de los 24 a 29 años, siendo un porcentaje del 83.1%, siendo este el más elevado en el Perú. Por el cual, se considera una gran alternativa de adquisición de compra al importar dicho producto.

Ante ello, los teléfonos inteligentes, se han convertido en un potencial importador, debido, al crecimiento por una tendencia de compra en nuestro país, donde existe una renovación de los equipos de 12 a 18 meses. Por ello, se ha vuelto en una herramienta indispensable para la sociedad, teniendo relación, la tesis de Delgado (2020) que en su investigación sobre la implementación de una empresa

comercializadora de celulares y de accesorios en varias ciudades de la zona norte del Perú, como es La Libertad, Lambayeque y Piura, donde busca captar a su público ofreciendo productos de acuerdo a la demanda del mercado. Además, que su población objetiva son los vendedores minoritas debido a que serán los encargados de vender y comercializar los celulares y accesorios en el norte del Perú, a consecuencia de una gran existencia de consumidores por adquirir los equipos de última generación.

Ante estos antecedentes, la empresa DIGICELL al contar recién con dos años en el mercado, lo que genera desconfianza al importar, sobre todo al existir empresas de competencia directa, donde ya tienen tiempo en el rubro y cuentan con una amplia gama de clientes.

Al evaluar todos estos aspectos y teniendo como respaldo a la investigación propuesta por Rondón (2021) sobre un plan de importación de celulares de una cierta marca para la ciudad de Arequipa, donde se consideraron a 26 empresas relacionadas con este rubro de las importaciones, de las cuales el 69.23% se han vuelto más interesantes por las importaciones de smartphones, para luego ser comercializadas en varias partes del país.

En otras palabras, teniendo en cuenta todos estos aspectos, optar por la propuesta de importar teléfonos inteligentes traería buen resultado de ganancias a la empresa, debido a que estos equipos al no ser fabricado en el Perú, existe necesidad de adquirir estos productos, lo cual es indispensable en la sociedad porque es el compañero del día a día de los ciudadanos.

3.3. Aporte práctico - Propuesta.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la empresa DIGICELL se dedica a la venta de productos y accesorios tecnológicos en la ciudad de Chepén, incursionaron en el mercado con 2 años de experiencia, brindando a su público productos de alta calidad según el diseño y modelo requerido.

Basándonos en el diagnóstico, se puede observar que la empresa quiere incursionar en el rubro del comercio internacional, sobre todo, realizar importaciones de celulares, debido a que, en el año 2020, a raíz de la coyuntura del Covid-19, muchos ciudadanos optaron por adquirir un dispositivo móvil, donde muchas empresas prefirieron optar por el trabajo remoto y los estudiantes tuvieron la necesidad de realizar sus clases virtuales.

Por ello, ante el gran incremento por la compra por los teléfonos inteligentes, la empresa tiene la necesidad de realizar importaciones de celulares, pero lamentablemente desconoce del proceso de una importación. Esto conlleva a que un plan de negocios para la importación de celulares de Estados Unidos ayudará a poder tener conocimiento sobre las fases y requisitos que se debe cumplir para que el producto llegue al país de destino, permitiendo que la empresa pueda satisfacer su demanda y por qué no, expandirse en el mercado nacional.

II. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

2.1. Rubro

La empresa DIGICELL, se encuentra en el rubro de venta de carcasas y accesorios para celulares en el mercado nacional.

2.2. Razón Social

DIGICELL

2.3. RUC

10741569561

2.4. Giro de Negocio

DIGICELL es una empresa que se encuentra en el sector de ventas al por menor de aparatos electrónicos para el uso doméstico, equipos de iluminación, entre otros.

III. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

3.1. Reseña Histórica

Al principio la empresa DIGICELL se dedicaba al servicio técnico para la reparación de celulares y Tablet, durante este tiempo brindada se caracterizó de ser excelente atención y calidad, lo cual generó la idea de iniciar una tienda dedicada a la venta de accesorios para celulares al igual que continuar con el servicio técnico. En el 2020, debido a la situación de la Covid-19, se tomó la decisión de emprender la creación de la tienda DIGICELL S.A.C., debido a la demanda de compra de celulares, accesorios y dispositivos tecnológicos, para las clases y trabajos. Siendo el 21 de septiembre del 2020 la fecha en la cual DIGICELL S.A.C. dio inicio a sus actividades en la ciudad de Chepén. DIGICELL S.A.C., se caracteriza por vender una amplia gama de accesorios originales principalmente para celulares y de igual manera la continuación del servicio técnico que da complemento a todo un servicio integral de celulares. Debido a la buena aceptación por parte de los clientes, fue en septiembre del 2021 donde DIGICELL inauguró su segunda tienda en la ciudad de Chepén, la cual fue orientada a la venta exclusiva de accesorios.

Figura 11

Logo de la empresa DIGICELL.

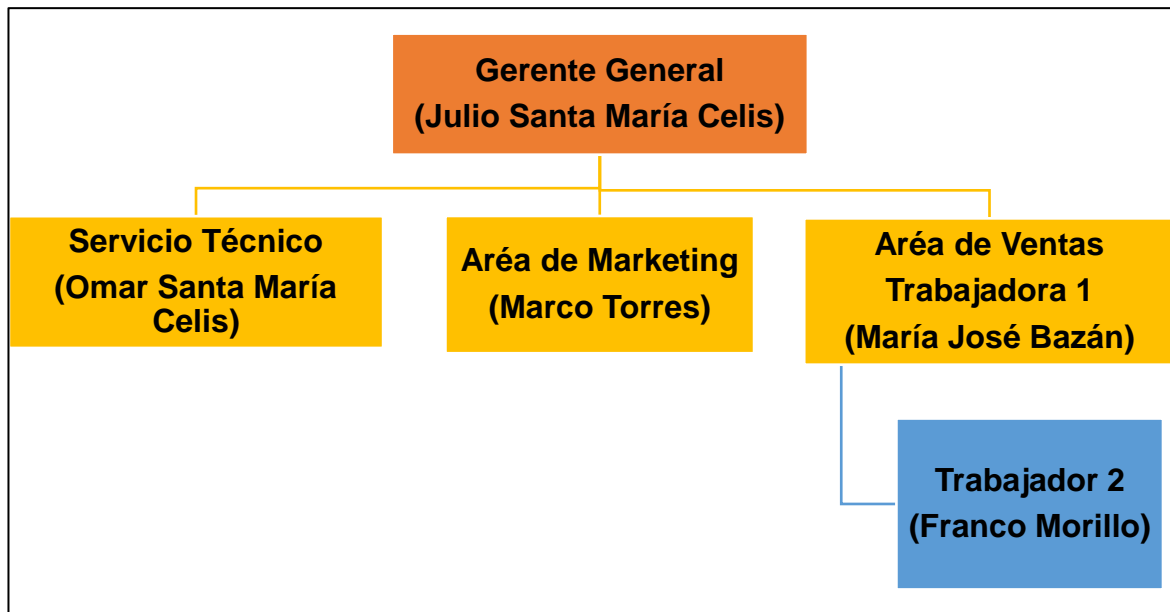


Nota. DIGICELL.

3.2. Organigrama

Figura 12

Organigrama.



3.3. Misión

Te ofrecemos lo mejor en tecnología móvil, con los accesorios más innovadores y las nuevas tendencias que harán de tu experiencia móvil la más agradable.

3.4. Visión

Ser tu opción de exclusividad para tus compras de tecnología móvil y accesorios.

3.5. Realidad Problemática

La empresa DIGICELL S.A.C. tiene una problemática que dificulta que pueda seguir creciendo en la región de La Libertad, la problemática detecta es falta de conocimientos en el proceso de importación de celulares de Estados Unidos, acorde con que la empresa no tiene trabajadores en el área de importaciones que le ayude a investigar nuevos mercados que puedan favorecer a la empresa para dichas importaciones, al no contar con un experto en importaciones, la empresa no tendrá conocimientos sobre sus impuestos y documentos que el Perú exige a los celulares, por ello, al contar la empresa con un experto en importaciones podrá tener una relación con los proveedores internacionales, esta propuesta tiene como propósito diseñar un estudio de mercado internacional, con ello elaborar un proceso logístico de importación, posteriormente elaborar estrategias de marketing para la comercialización de los celulares, además diseñar un plan financiero que permita la importación.

IV. DENOMINACIÓN

Propuesta de plan de importación de celulares y el uso de las estrategias de marketing para la comercialización de los productos de la empresa DIGICELL S.A.C.

V. JUSTIFICACIÓN

En el presente proyecto se propone un plan de importación para que la empresa pueda tener conocimiento sobre el proceso de importación y con ello brindar un plan de mejora, empleando estrategias del marketing que ayude a la comercialización y venta de los productos que la empresa

ofrece, a la vez tener una amplia gama de clientes y que con esto la empresa pueda seguir creciendo en toda la región.

VI. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

Diseñar un plan de importación de celulares para la empresa DIGICELL S.A.C.

6.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado internacional.
- Elaborar un análisis del entorno a la empresa.
- Diseñar un proceso logístico para la importación.
- Elaborar una propuesta de comercialización.
- Identificar los impuestos de importación.

VII. ALCANCE DE LA PROPUESTA

Tabla 34

Contenido de la propuesta.

N°	Objetivos	Actividades	Recursos	Fecha	Hora	Lugar	Responsables	Presupuesto
N° 1	Desarrollar un estudio de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar las importaciones y exportaciones a nivel internacional. 2. Analizar la demanda y los competidores existentes. 3. Determinar las barreras arancelarias y no arancelarias. 4. Reunir información sobre el mercado establecido. 	Laptop e internet	10/11/2022	4:00 pm	Remoto	Maricarmen Ipanaque Guevara Franco Orlando Morillo Cruzado	S/.0.00
N° 2	Elaborar un análisis del entorno a la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un análisis FODA. 2. Elaborar un análisis PESTEL. 	Laptop e internet	10/11/2022	4:00 pm	Remoto	Maricarmen Ipanaque Guevara Franco Orlando Morillo Cruzado	S/.0.00

		3. Elaborar un análisis de las 5 fuerzas de Porter.							
N° 3	Diseñar un proceso logístico para la importación	1. Identificar al proveedor. 2. Describir el proceso de importación. 3. Determinar la documentación.	Laptop e internet	10/11/2022	4:00 pm	Remoto	Maricarmen Ipanaque Guevara Franco Orlando Morillo Cruzado	S/.0.00	
N° 4	Elaborar una propuesta de comercialización	1. Emplear estrategias de marketing mix	Laptop e internet	10/11/2022	4:00 pm	Remoto	Maricarmen Ipanaque Guevara Franco Orlando Morillo Cruzado	S/. 0.00	
N° 5	Identificar los impuestos de importación.	1. Tributación de la importación.	Laptop e internet	12/11/2022	4:00 pm	Remoto	Maricarmen Ipanaque Guevara Franco Orlando Morillo Cruzado	S/. 0.00	

Nota. Elaboración propia.

FASE I:

1. Analizar las importaciones y exportaciones a nivel internacional.

Para realizar esta actividad se utilizó una herramienta internacional TRADE MAP con la finalidad de poder dar a conocer los 5 principales países que exportan e importan celulares durante los últimos 3 años (2019 – 2021). Recalcar que los datos obtenidos serán expresados en dólares americanos.

Debido a una reciente actualización de la partida arancelaria 8517130000 con respecto a las importaciones de celulares y al no encontrar datos recientes, se ha establecido tomar como referencia la partida arancelaria del año pasado que fue 8517120000 con la finalidad de poder establecer un análisis de los principales exportadores e importadores de celulares.

Tabla 35

Exportaciones partida arancelaria 8517120000 - Teléfonos inteligentes.

Exportadores	2019	2020	2021
China	\$125,301,522	\$126,085,500	\$147,098,483
Vietnam	\$34,151,090	\$31,090,302	\$3,954,117
Hong Kong, China	\$30,719,929	\$27,454,540	\$32,283,756
Estados Unidos	\$10,142,468	\$9,607,005	\$12,636,562
Alemania	\$5,156,869	\$6,024,851	\$5,650,387
Resto del mundo	\$61,314,261	\$58,080,057	\$86,788,314
Mundo	\$266,786,139	\$258,342,255	\$288,411,619

Nota. ITC-Trade Map (2021).

Por medio de la página de Trade Map se puede apreciar que China y Estados Unidos, dos grandes potencias internacionales en tecnología, están ubicados dentro de los 5 primeros exportadores del producto. Sobre ello, se puede considerar como potencial mercado para la importación, debido a la gran tecnología que emplea para la comercialización de productos tecnológicos.

Figura 13

Valor exportado en el 2019.

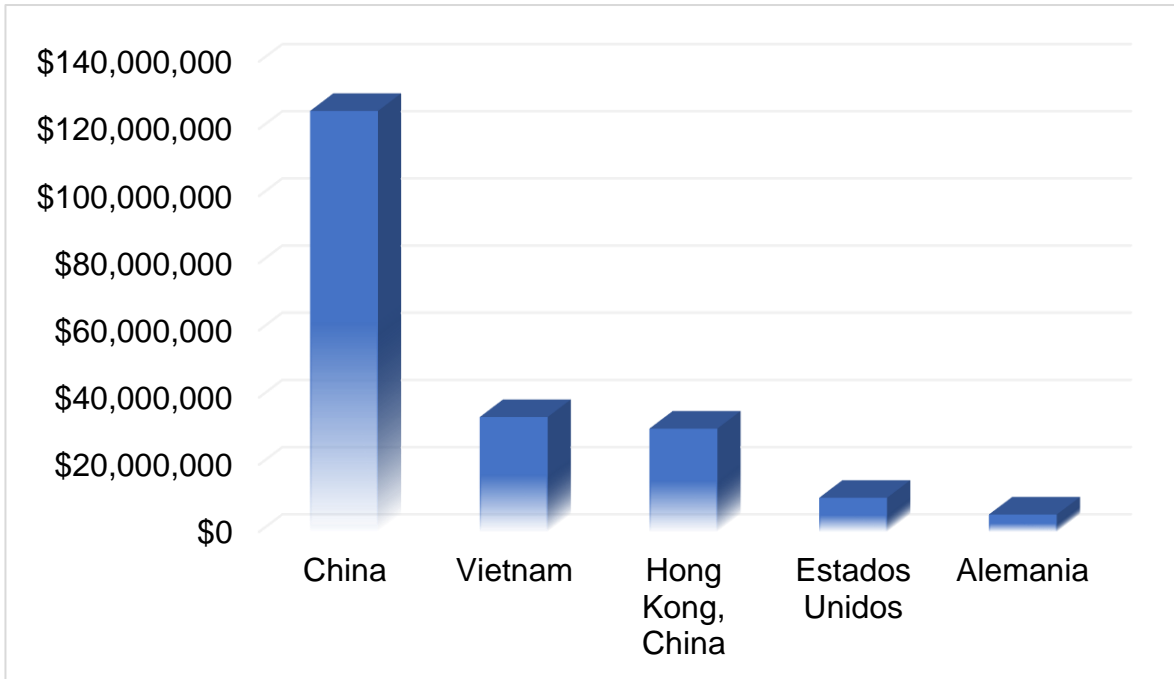


Figura 14

Valor exportado en el 2020.

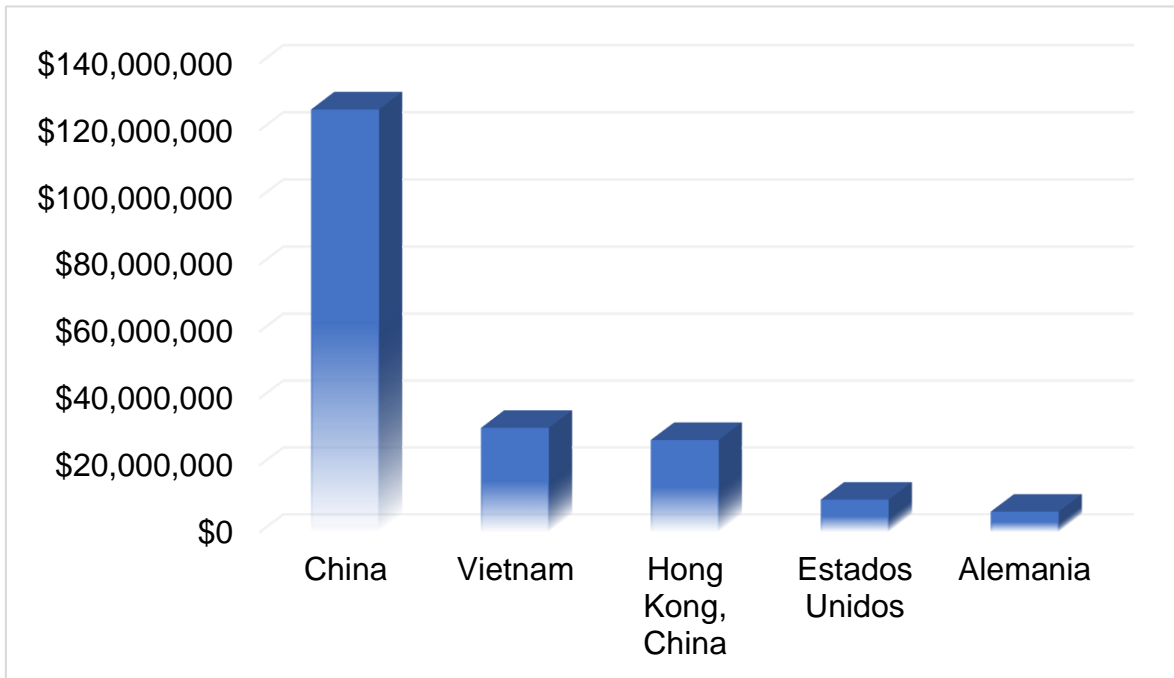
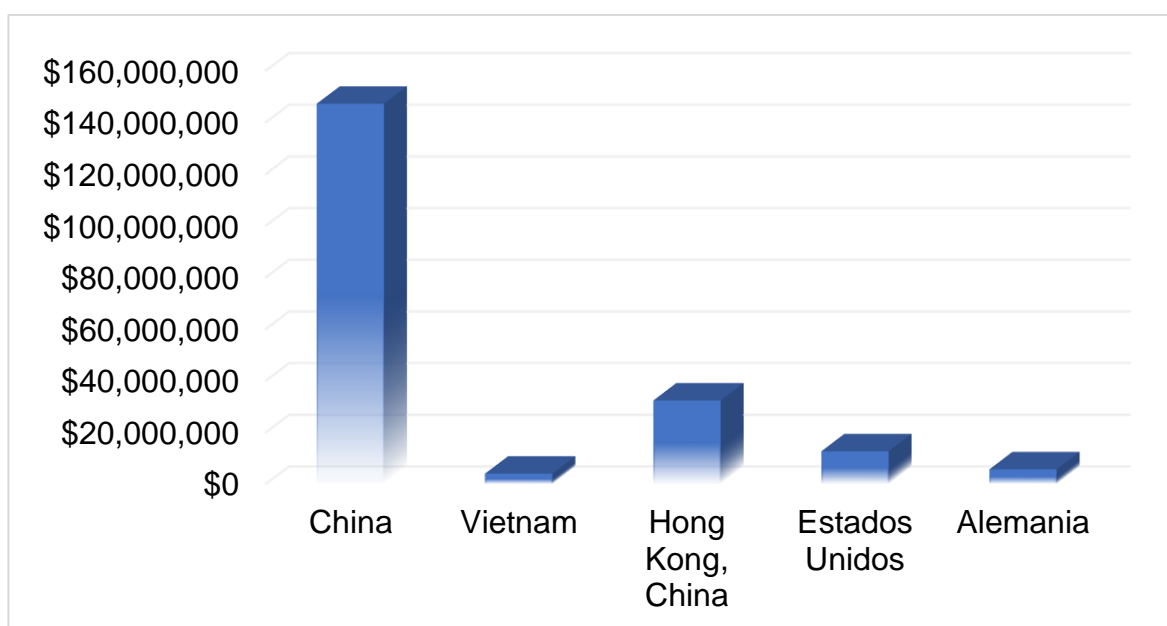


Figura 15

Valor exportado en el 2021.



En los gráficos presentados se muestran información de las exportaciones durante los 3 últimos años de los 5 principales países, donde se observa que las exportaciones de Estados Unidos son constantes y no cuenta con ninguna variación con respecto a China y Vietnam.

Tabla 36

Importaciones partida arancelaria 8517120000 - Teléfonos inteligentes.

N°	Importadores	2019	2020	2021
1	Estados Unidos	\$54,642,749	\$49,453,039	\$61,659,011
2	Hong Kong, China	\$37,045,424	\$36,629,243	\$45,636,642
3	Japón	\$15,441,687	\$14,907,707	\$17,984,777
4	Emiratos Árabes Unidos	\$18,219,621	\$16,443,277	\$14,339,102
5	Alemania	\$11,557,092	\$13,565,835	\$12,924,870
38	Perú	\$1,026,564	\$918,921	\$1,416,006
	Resto del mundo	\$140,704,633	\$138,707,967	\$156,452,897
	Mundo	\$278,637,770	\$270,625,989	\$310,413,305

Nota. ITC-Trade Map (2021).

En la tabla se puede apreciar los 5 principales importadores de celulares, donde en el año 2021 Estados Unidos ocupa el 1 lugar con total de \$61,659,011, el segundo lugar lo ocupa Hong Kong - China con un total de \$45,636,642 y en tercer lugar se encuentra Japón con \$17,984,777 y el Perú ocupa el puesto 38 con un total de \$1,416,006.

Figura 16

Valor importado en el año 2019.

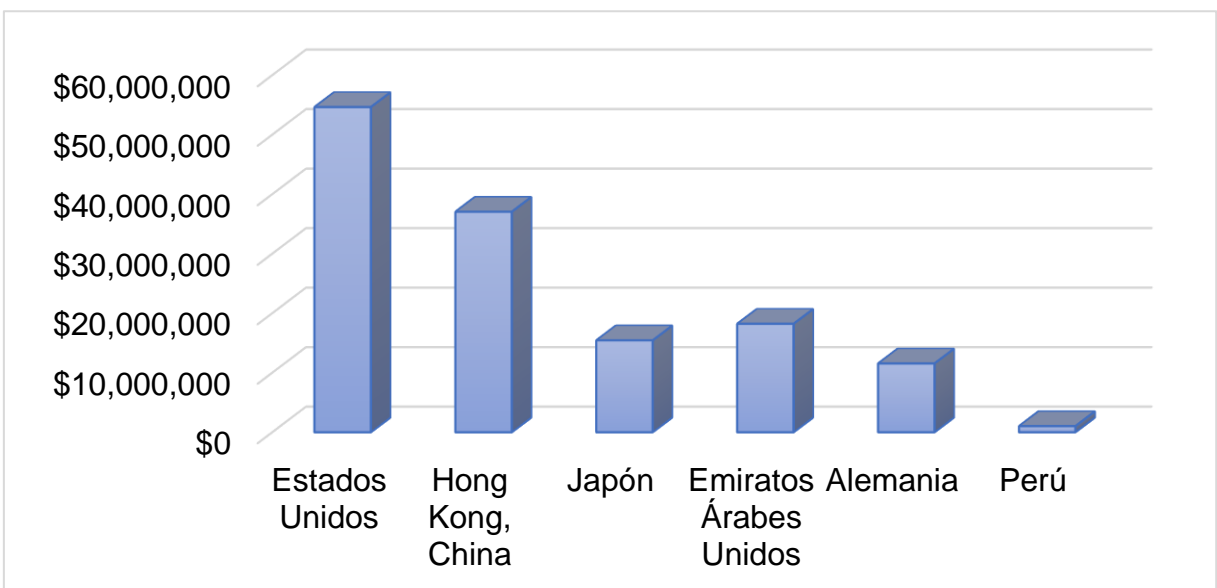


Figura 17

Valor importado en el año 2020.

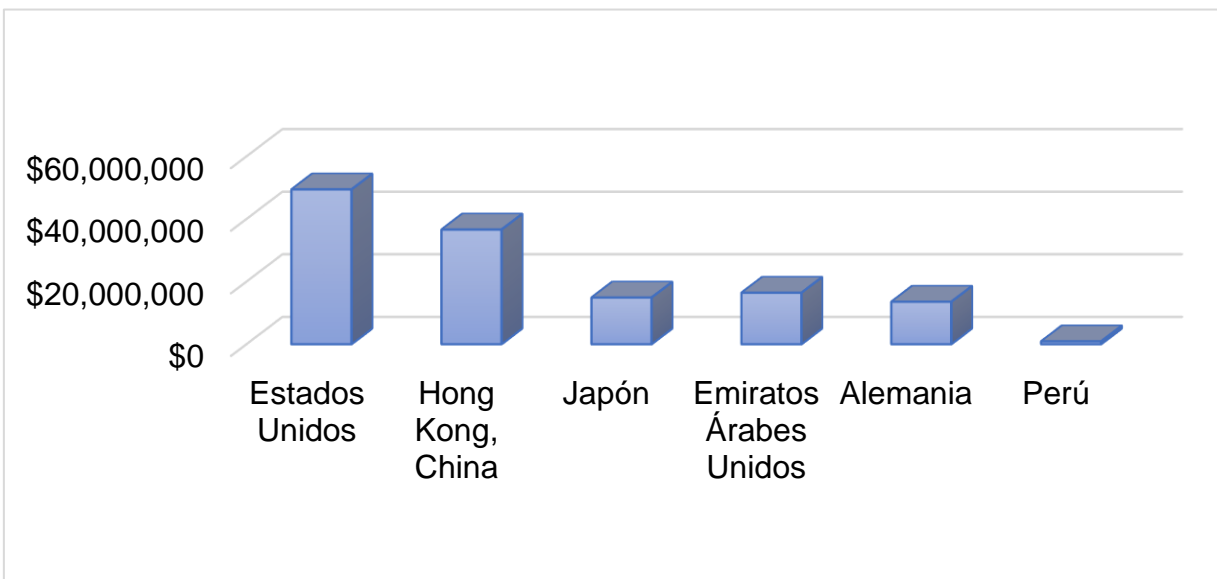
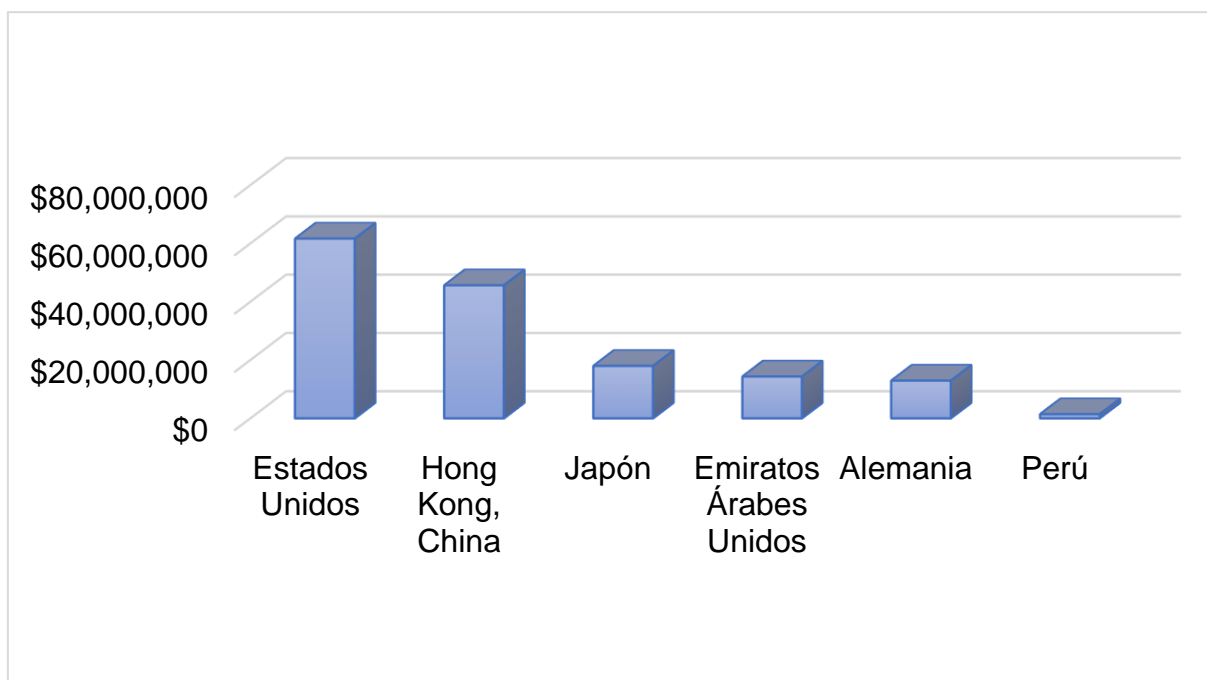


Figura 18

Valor importado en el año 2021.



Los presentes gráficos muestran información de las importaciones durante los cinco últimos años de los 5 principales países, donde se aprecia que las importaciones de todos los países varían, pero Estados Unidos y China en el año 2020 tuvieron un decrecimiento debido a coyuntura del Covid-19. Sin embargo, en el año 2021 hubo un crecimiento en el Perú en las importaciones debido a una recuperación económica en la población.

2. Analizar la demanda y los competidores existentes.

Para tener conocimiento previo se utilizó la herramienta de SUNAT y TRADE MAP con la finalidad de poder obtener información estadística sobre la demanda que existe en el Perú por la adquisición de celulares.

Tabla 37

Importaciones peruanas con partida arancelaria 8517120000.

País de Origen	Valor CIF (dólares)	Peso Neto (Kilos)	Peso Bruto (Kilos)	Porcentaje CIF
CN - CHINA	995,536,460.75	3,016,221.75	3,532,305.95	70.88

VN - VIETNAM	402,723,669.35	722,652.49	902,780.51	28.67
EE. UU. - ESTADOS UNIDOS	3,656,069.88	19,152.04	20,403.67	0.26
KR - COREA	842,234.19	804.05	955.8	0.06
HONG KONG	674,573.79	6,535.07	7,448.96	0.05
ES - SPAIN	200,914.67	384.06	482.54	0.01
LOS DEMÁS	810,308.05	1,848.54	1,973.89	0.07
TOTAL	1,404,444,230.68	3,767,598.00	4,466,351.32	100

Nota. SUNAT.

En la tabla obtenida se puede apreciar que las empresas importadoras peruanas que se dedican a la comercialización de celulares durante el año 2021, optaron por importar dispositivos móviles de los países de China, Vietnam y Estados Unidos.

Tabla 38

Importaciones Peruanas de la P.A. 6404112000 (Toneladas).

	2017	2018	2019	2020	2021
Países	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Porcelana, China	3083	2763	2186	2736	3016
Vietnam	269	66	161	294	724
Estados Unidos	7	26	10	23	16
Hong Kong, China	6	7	21	4	2
Corea	19	10	8	2	1
Resto del mundo	38	8	6	9	3
Mundo	3,422	2,880	2,392	3,068	3,762

Nota. ITC – Trade Map (2021)

En lo que se relaciona a las importaciones en toneladas, se observa en la tabla que los primeros países proveedores de celulares de Perú con partida arancelaria 8517120000 es China, Vietnam y Estados Unidos.

Ante ello, existen empresas que están entrando al rubro del mercado internacional brindando mayores oportunidades y beneficios para que sigan creciendo, para eso cuando vamos a importar o exportar debemos conocer nuestro mercado viendo así su viabilidad, por ello, se debe hacer un análisis sobre la competencia directa de la empresa DIGICELL S.A.C.

Competencia Directa, en esta competencia abarca a empresas que ofrecen el mismo producto que la empresa DIGICELL S.A.C. en el mercado de Chepén, entre ellas tenemos a:

Tabla 39

Competencia directa.

Tecno Jefe



Diex



Ruso



Nota. Elaboración propia.

3. Determinar las barreras arancelarias y no arancelarias.

Barreras Arancelarias:

Conocer las barreras arancelarias que presenta el producto es importante porque permite tener conocimiento sobre los impuestos y requisitos que se debe realizar para poder ejecutar el proceso de importación. Antes de ello, es necesario conocer cuál es la clasificación arancelaria de los celulares, por medio de la página de SUNAT, se identificó la clasificación del producto y los impuestos.

Figura 19

Clasificación arancelaria.

Sección	XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión.
Capítulo	85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen.
Sub partida del S.A.	85.17.13	Teléfonos inteligentes.
Partida Nacional	85.17.13.00	Teléfonos inteligentes.

Nota. SUNAT.

Figura 20

Impuestos.

Ad/ Valorem	0%
Impuestos Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derechos Específicos	N.A.
Derechos Antidumping	N.A.
Seguro	1.75%
Sobretasa Tributo	0%
Sobretasa Sanción	N.A.

Nota. SUNAT.

En la tabla se puede apreciar los impuestos que el estado peruano otorga a los productos importados, en estado caso teléfonos inteligentes con IGV 16% y IPM 2%.

Barreras no Arancelarias:

Es necesario tener en conocimiento que la importación de celulares es un producto restringido en el Perú, por eso, se debe cumplir exitosamente todos los documentos que pide aduanas para el ingreso del producto y que este no sea decomisado. Por ello, para ejecutar la actividad comercial es necesario contar con un permiso otorgado por parte del Ministerio de Transporte y comunicaciones para una mayor seguridad.

Certificado de Homologación: Redacción EC (2022) que es un documento donde el Ministerio de Transporte y Comunicaciones autoriza que los productos de importación cumplen con la normativa dispuesta en la ley.

Figura 21

Certificado de Homologación.



MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES
DIRECCIÓN DE FISCALIZACIONES DE CUMPLIMIENTO DE NORMATIVA EN COMUNICACIONES
CERTIFICADO DE HOMOLOGACION

Código: TRFM43591	Emisión: 08/04/2019
--------------------------	----------------------------

SE CERTIFICA QUE: Visto el INFORME N° 0312-2019-MTC/29.01.LIM.H del 08/04/2019, en el cual se indica que cumple con las disposiciones de la Ley y su Reglamento General, el Reglamento Específico de Homologación de Equipos y Aparatos de Telecomunicaciones (Decreto Supremo N° 001-2006-MTC publicado el 21/01/2006) y Normas Técnicas Vigentes, por lo que se permite su uso en el territorio nacional bajo las siguientes condiciones:

El presente certificado no constituye título habilitante para la prestación de servicios de telecomunicaciones, ni autoriza el uso de frecuencias del espectro radioeléctrico.

La expedición del presente certificado no exime a la Dirección de Fiscalizaciones de Cumplimiento de Normativa en Comunicaciones de realizar las mediciones y comprobaciones técnicas destinadas a verificar el cumplimiento de las condiciones en que se otorgó la homologación.

En caso de incumplirse las disposiciones establecidas en el Reglamento Específico de Homologación de Equipos y Aparatos de Telecomunicaciones o verificarse alguna modificación de las especificaciones técnicas consignadas en el certificado de homologación el órgano competente procederá a cancelar el certificado otorgado.

Las infracciones relativas a la homologación de equipos y aparatos de telecomunicaciones se encuentran tipificadas en la Ley y su Reglamento General y en el ámbito del servicio de radiodifusión por la ley de Radio y Televisión y su Reglamento.

FABRICANTE / CONSTRUCTOR / EMPRESA

Nombre : XIAOMI COMMUNICATIONS CO., LTD.	
Dirección : The Rainbow City of China Resources, NO.58, Qinghe Middle Street, Haidian District, Beijing	País : CHINA

DATOS TECNICOS DEL EQUIPO Y/O APARATO

Descripción : TERMINAL PARA TELEFONIA MOVIL	
Función : Terminal portátil para telefonía móvil	
Marca : MI	Modelo : M1902F1G
Norma Técnica Aplicada : PNAF-R.M. N° 187-2005-MTC/03, pub. el 03/04/2005-Apéndice 2 y 3 del Reglamento de Radiocomunicación	

ESPECIFICACIONES TECNICAS DE FUNCIONAMIENTO

Banda de frecuencia de transmisión	: 824-849 MHz; 1850-1910 MHz; 1710-1770 MHz
Banda de frecuencia de recepción	: 869-894 MHz; 1930-1990 MHz; 2110-2170 MHz
Potencia de transmisión	: 0,3673 W (850 MHz); 0,8531 W (1900 MHz); 0,2239 W (1700 MHz)
Estabilidad de frecuencia	: ± 0,0574 ppm
Estándar(es)	: GSM, GPRS, WCDMA, LTE, IEEE 802.11 a/b/g/n/ac, Bluetooth
Tasa de absorción específica (SAR)	: 0,99 W/kg máx. (cabeza), 0,51 W/kg máx. (cuerpo)
Característica	: FCC ID: 2AFZZ-XMSF1G
Nota	: El equipo cuenta con un módulo WLAN que opera en las bandas de 2,4 / 5 GHz con una potencia máxima de transmisión de 339,8 mW y un módulo Bluetooth que operan en la banda de 2,4 GHz con una potencia máxima de transmisión de 24,3 mW. El equipo cuenta con tecnología NFC en la frecuencia 13,56 MHz. Se emite el presente Certificado sin perjuicio del cumplimiento de la normativa relacionada al Sistema de Mensajería de Alerta Temprana de Emergencias - SISMATE.





ROBERTO MARTÍN CAMPOS VILCHEZ
 Director de Fiscalizaciones de Cumplimiento de Normativa en Comunicaciones

Nota. PERUCONECCTION.

Comentario. Documento otorgado por el MTC para entrada de los celulares al Perú.

Permiso de Internamiento: El Gobierno del Perú (2022) explica que es un documento que tiene como finalidad que los equipos de telecomunicaciones cumplan con la normativa del Ministerio de Transporte y Comunicaciones para que puedan entrar al Perú, este permiso se puede conceder por un periodo temporal o indefinido.

Figura 22

Permiso de Internamiento.

PERÚ
 Ministerio de Transportes y Comunicaciones

Viceministerio de Comunicaciones

Dirección General de Concesiones en Comunicaciones

PERMISO DE INTERNAMIENTO DEFINITIVO DE EQUIPOS Y APARATOS DE TELECOMUNICACIONES (USO PRIVADO)

I. DATOS DEL SOLICITANTE:

*Nombres y Apellidos o Razón Social

* Domicilio Legal (Av./Calle/Ir./Psje./N°/Dpto./Mz./Lote/Urb.)

*Distrito	*Provincia	*Departamento
*D.N.I.	*C.E. o Pasaporte	N° de RUC
* Teléfono	*Celular	*Correo electrónico

Representante Legal (Nombres y Apellidos)

Domicilio Representante Legal (Av./Calle/Ir./Psje./N°/Dpto./Mz./Lote/Urb.)

(*) Obligatorio

II. ADUANA DE INGRESO ():**

Aérea y Postal Marítima Otros.....

(**) Opcional

III. EQUIPOS:

Factura N°..... / Otro Documento N°.....

Nombre del proveedor.....

CANT.	NOMBRE DEL EQUIPO	MARCA	MODELO	CÓDIGO DE HOMOLOGACIÓN(***)

(***) Opcional

IV. DOCUMENTOS ADJUNTADOS RELACIONADOS A LA IMPORTACIÓN (marcar con una "x"):

<input type="checkbox"/> Copia de Factura	<input type="checkbox"/> Copia de Acta de Operaciones Usuales
<input type="checkbox"/> Copia de Notificación	
<input type="checkbox"/> Copia de Consulta de Guía	
<input type="checkbox"/> Copia de Comprobante de Custodia	<input type="checkbox"/> Otro.....

V. BASE LEGAL (Para conocimiento del usuario)

Jr. Zorritos 1203 – Lima – Perú
 T-(511) 615-7800
www.mtc.gob.pe

Nota. Ministerio de Transporte y Comunicaciones.

Comentario. Permiso para los equipos de telecomunicaciones para entrada de los celulares al Perú.

4. Reunir información sobre el mercado establecido.

Datos sobre la segmentación:

- **Región dirigida:** La Libertad.
- **Sector dirigido:** Población de Chepén.
- **Target:** 61,538.
- **Población objetiva:** Personas que generen ingresos y opten por celulares actualizados e innovadores.
- **Matriz de selección de mercado:**

Tabla 40

Matriz de selección de mercado.

Criterio	%	Cantidad	Unidad	Fuente
Población del país	100	33,396,600	Perú	Market Report
Población del nicho	6.03	2,016,700	La Libertad	Market Report
Género	100	89,700	Chepén	Market Report
Edades	40.11	66,890	18 – 50 años	RENIEC
Poder adquisitivo	92	61,538	habitantes	RENIEC
% de la población que consume	100	61,538	habitantes	RENIEC
Consumo per cápita	100	2.9	persona	INEI
Demanda potencial	100	1,785	Unidad/año	Propia

Nota. Elaboración propia.

El Perú cuenta con una población de 33,396,6 millones, donde 2,016.7 pertenece al 6.03% de la población total de La Libertad. Del 100% de la población de la Región de la Libertad, existen 89,7 que sería parte de nuestra población en la ciudad de Chepén, teniendo como rango de edad de 18 – 50 años de edad a 66,890 personas. Con un poder adquisitivo del 92% de personas que tienen celulares, lo que equivale a 61,538 ciudadanos. Asimismo, el consumo per cápita es de 2.9 por persona y por ende la demanda potencial sería de 1,785 anuales.

➤ **Total, de personas, según su clasificación:**

Tabla 41

Clasificación.

Población total de 18 a 50 años	66,538
Personas que generan ingresos	61,538

Nota. Elaboración propia.

FASE II:

1. Elaborar un análisis FODA.

Para que una empresa haga una importación debe conocer como está su empresa, ante ello, se realizó un análisis FODA, para conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades que tienen la empresa y a la vez contar con las oportunidades y amenazas, para que se haga factible la importación de celulares.

Tabla 42

Análisis FODA.

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con nuevos modelos de celulares. • Tener una amplia gama de clientes. • Hacer ventas a través de redes sociales. • Tener un capital suficiente para la importación de celulares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en el mercado. • Desconocimiento en el proceso de importación. • Capacidad de compra limitada.
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

-
- Poder expandir la empresa a otras ciudades.
 - Poder atraer a nuevos clientes y poder fidelizarlos.
 - Aprovechar las redes sociales para generar ingresos.
 - Incremento de la demanda de celulares.
 - Empresas competidoras que ofrecen los mismos productos que DIGICELL.
 - La crisis económica y política en el país.
 - El tipo de cambio.
-

Nota. Elaboración propia.

2. Elaborar un análisis PESTEL.

Para que la empresa pueda realizar el proceso de importación, es importante realizar un análisis PESTEL que le permita poder conocer el entorno del mercado, para plasmar estrategias ante situaciones imprevistas y poder mejorarla con el objetivo del buen funcionamiento y crecimiento de la empresa.

La empresa DIGICELL es una empresa pequeña donde no cuenta con la capacidad para realizar una negociación internacional. Asimismo, no tiene el personal adecuado que lo oriente en las importaciones. Para ello, se realizó un análisis PESTEL.

Tabla 43

Análisis PESTEL.

Factores Políticos	Factores Económicos
<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política peruana. • Los celulares tienen un impuesto de Ad/Valorem del 0%, IPM del 2% e IGV del 16%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del dólar. • Estabilidad económica de la empresa. • El Perú en el 2020 tuvo una importación de celulares de \$918,921 y en el 2021 tuvo una importación de \$1,416,006, con esto podemos aprovechar e

impulsar las importaciones de celulares para el Perú.

Factores Sociales

- Aumento del uso de accesorios de celulares.
- Mayor dependencia por los dispositivos móviles.
- Crecimiento del negocio y cumpliendo con los estándares acordar del mercado.

Factores Tecnológicos

- Estilo de vida digital.
- Innovación tecnológica en los celulares.
- La empresa maneja los inventarios, estados de resultados, caja chica mediante un Excel.

Factores Ecológicos

- DIGICELL ayuda en la parte ecológica, como es reciclando el plástico y cartón de los productos que vienen, distribuyendo cada uno y después regalarlo a los recicladores.

Factores Legales

- Acuerdos comerciales Perú – Estados Unidos.
- Pago de los derechos de la Sunat como persona natural.

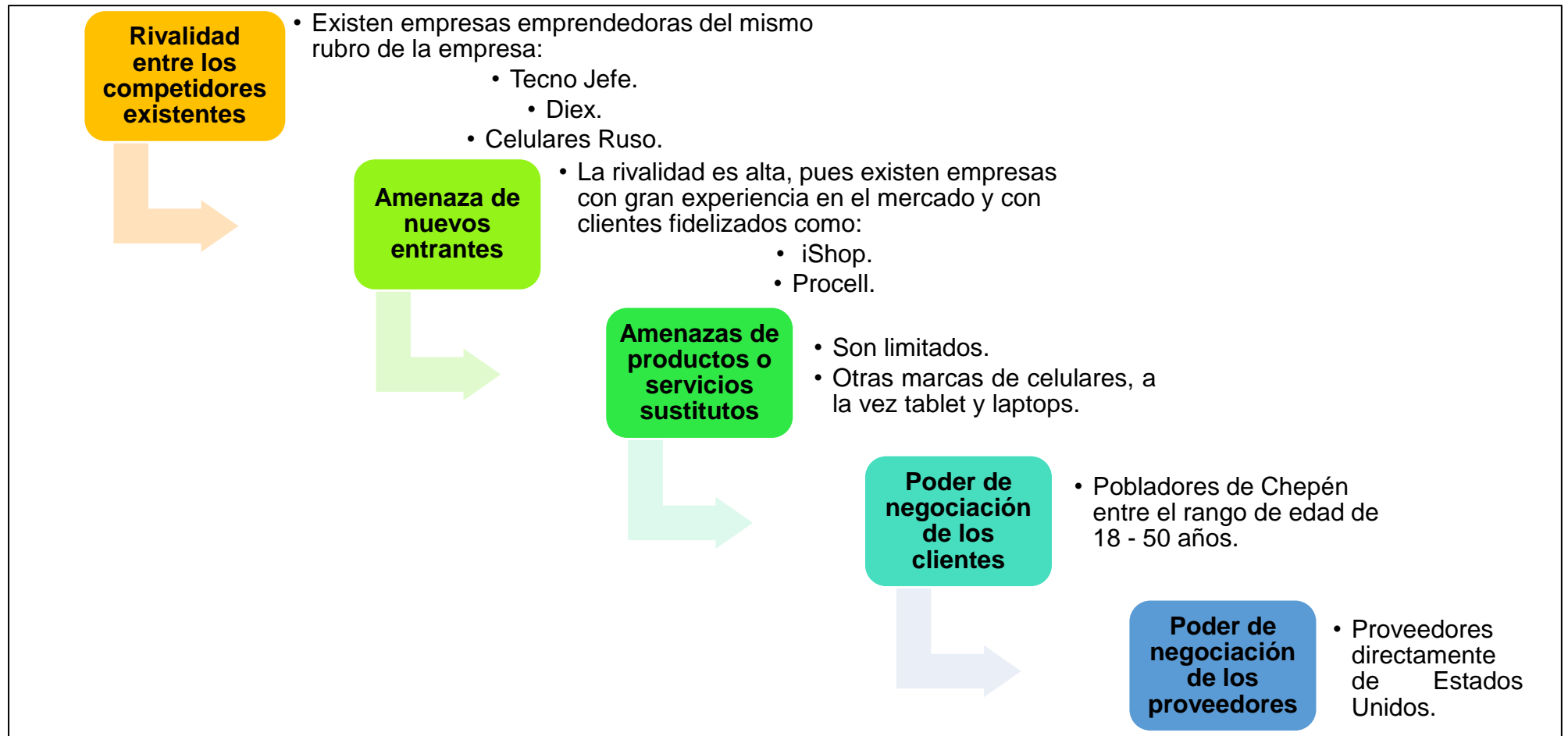
Nota. Elaboración propia.

3. Elaborar un análisis de las 5 fuerzas de Porter.

La empresa DIGICELL brinda sus productos en la ciudad de Chepén, donde en la actualidad no cuenta con el personal idóneo para llevar a cabo un proceso de importación que le permita mejorar sus condiciones económicas y captar más clientes. Con base en ello, observamos que existen muchas empresas del mismo rubro con mayor experiencia, por esta razón se desarrollara un análisis PORTER para poder determinar el entorno de la empresa en la actualidad.

Figura 23

Análisis de las 5 fuerzas de Porter.



Nota. Elaboración propia.


FASE III:

1. Identificar al proveedor.

Nuestra empresa proveedora se encuentra en la ciudad de Miami – Florida, será nuestra proveedora de celulares en Estados Unidos.

Tabla 44

Elección de nuestra empresa proveedora.

Empresa	Logo
BuhoTec Miami LLC	 The logo for BuhoTec features a stylized blue owl head icon on the left, followed by a vertical line and the text "BuhoTec" in a bold, grey, sans-serif font.

Nota. Elaboración propia.

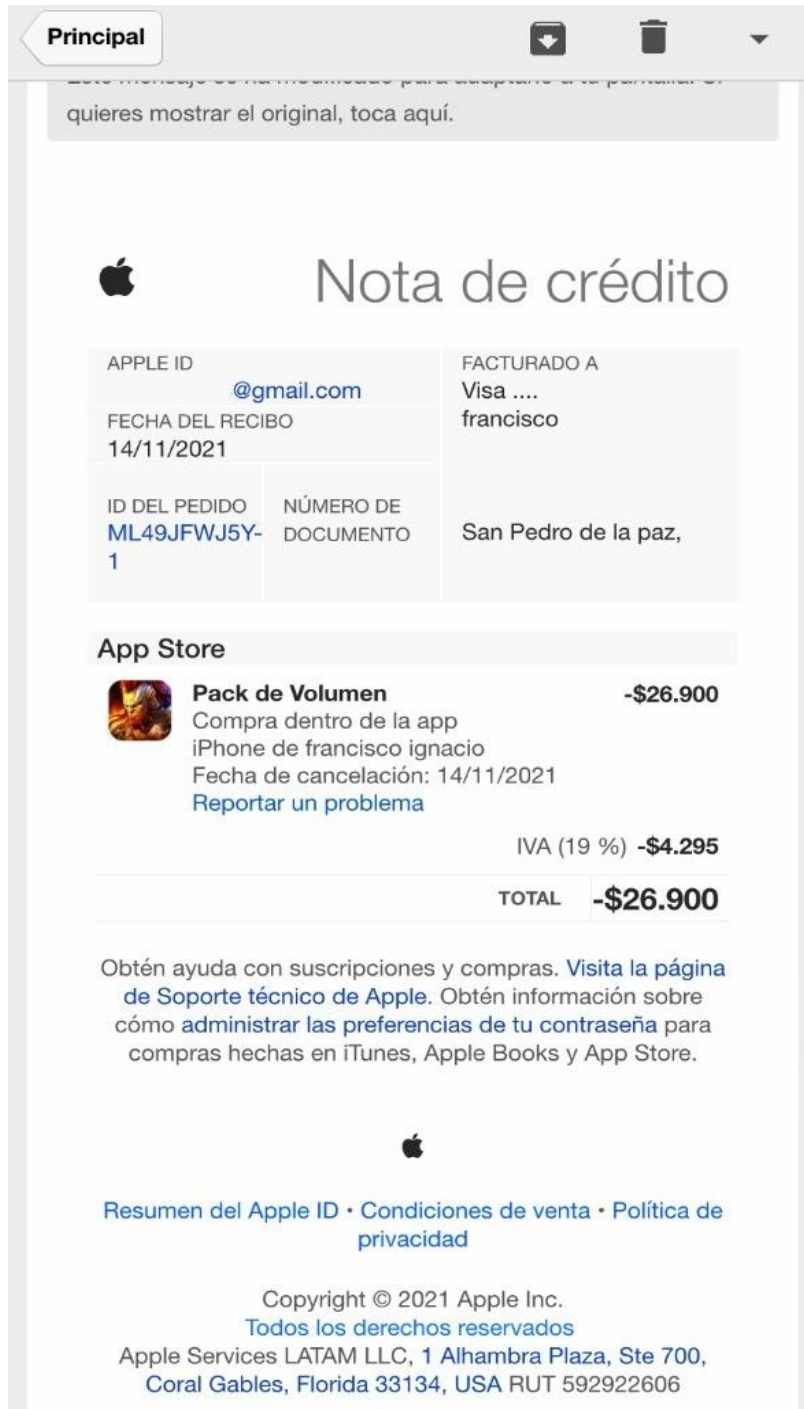
Se eligió esta empresa por contar con más de cinco años en el rubro de las exportaciones de celulares no solo en Estados Unidos sino en varias partes del mundo, presentando productos de calidad, de primera clase y un servicio excepcional a las empresas en todo el mundo, y contando con ventaja competitiva en el mercado.

La empresa BuhoTec cuenta con una acreditación que es BBB Accredited Business – Better Business Bureau (Oficina de Mejores Negocios – Negocio Acreditado), esta acreditación se le a las empresas para promover la confianza en el mercado internacional y con esto mejorar la relación entre clientes y empresas a lo largo de años.

Con ello, el proveedor nos brinda una garantía directamente con la empresa, que es en un tiempo máximo de 12 meses (un año), con esto, la empresa nos menciona que, si el producto llega dañado o defectuoso, debemos mandar una prueba, en este caso foto o video y si es que se puede arreglar localmente, la empresa correrá con el gasto del valor del arreglo, en caso contrario, la empresa hará la reintegración del monto del celular con la nota de crédito.

Figura 24

Ejemplo de Nota de crédito.



Nota. iShop (2021).

Comentario. En la imagen se aprecia un ejemplo de una nota de crédito que emite la tienda iShop a un ciudadano chile, donde le transfiere la devolución de su dinero.

Figura 25

BBB - Accredited Business.



Fuente. BuhoTec.

Comentario. Acreditación internacional.

2. Describir el proceso de importación.

El proceso logístico se puede establecer como las actividades que estén enlazadas para la distribución y transporte de los productos, por ello, International Trade and Customs (2020) que para un buen proceso logístico se deben considerar los siguientes pasos:

Ubicar al proveedor; como poder identificar el producto y a la vez con qué incoterm se va a importar desde Estados Unidos hacia el Perú.

Embarque de origen; poder identificar cuál será el puerto de embarque del producto, definir el puerto de destino y establecer qué línea naviera será la encargada de traer la mercancía.

Puerto de destino; realizar el desembarque del producto y realizar la revisión de la carga.

Agente aduanal; solicitar maniobras, comprobación de los documentos, poder clasificar la mercancía, calcular los aranceles del producto y el pago de pedimento aduana.

Aduana; la verificación del producto, color verde es libre de revisión y rojo que tendrán que realizar la revisión de mercancía.

Transporte destino final; esta actividad mayormente es contratado por el cliente o por su agente aduanal.

Almacén del cliente.

Regreso del contenedor; el lavado y recepción del contenedor vacío.

Figura 26

Proceso logístico.



Nota. International Trade and Customs (2021).

Comentario. El proceso logístico para cualquier producto de importación.

3. Determinar la documentación.

La documentación es un conjunto de papeles que acreditan de manera oficial la pertenencia de un material a una persona natural, no como medio informativo que ayude a comprobar una información necesaria, entre ellas, tienen varias documentaciones que el Perú exige para la importación de celulares, éstas, son:

Factura Comercial: Mondragón (2020) menciona que es un documento donde certifica las características o información indispensable del producto.

Figura 27

Factura Comercial.

FACTURA NEGOCIABLE				
Apellidos y nombres, o denominación o razón social del proveedor Dirección del domicilio fiscal Dirección del punto de emisión (puede consignarse la totalidad de establecimientos de la empresa)			R.U.C. (Número de RUC del proveedor) FACTURA N° DE SERIE - N° CORRELATIVO	
Señor (es):	<small>(Apellidos y nombres, o denominación o razón social del adquirente o usuario)*</small>		Fecha de emisión:	<small>(día, mes, año)*</small>
RUC N°:	<small>(N° de RUC del adquirente o usuario)*</small>		Guía de Remisión del Remitente:	<small>(Número de la guía de remisión relacionada con la operación)*</small>
Dirección:	<small>(Domicilio del adquirente o usuario)*</small>			<small>Número de otro documento relacionado a la operación*</small>
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Son: (IMPORTE TOTAL EN LETRAS)*			VALOR DE VENTA	
			IGV 18%	
			IMPORTE TOTAL	
<small>Datos de imprenta o empresa grafías que efectuó la impresión: a) Número de RUC b) Fecha de impresión c) Número de autorización de impresión otorgado por la SUNAT</small>				
<small>* Información no necesariamente impresa</small>			Copia Transferible - No Válida para Efectos Tributarios	

Nota. El Comercio.

Comentario. Es un documento que detalla las cantidades del producto, los precios, condiciones, entre otros.

Certificado de origen: Gómez (2017) dice que consiste en un comprobante donde acredita que los productos de importación cumplen adecuadamente con los requisitos establecidos en el país de fabricación.

Figura 28

Certificado de origen.

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACIÓN LATINO-AMERICANA DE INTEGRACIÓN
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

CERTIFICADO N° _____

PAÍS EXPORTADOR _____ PAÍS IMPORTADOR _____

N° DE ORDEN (1)	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS

DECLARACIÓN DE ORIGEN (DECLARACIÓN JURADA)

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario correspondientes a la Factura Comercial _____ cumplen con lo establecido en las normas de origen de Acuerdo(2) _____. De conformidad con el siguiente desglose:

N° DE ORDEN	NORMAS (3)

Fecha _____
Razon Social, Sello y firma del exportador o productor: _____

OBSERVACIONES: _____

CERTIFICADO DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración que sello y firmo en la ciudad de: _____

a las: _____

Nombre, sello y firma Entidad Certificadora

Notas:
(1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado, en caso de ser insuficiente, se continuará la individualización en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados consecutivamente.
(2) Especificar si se trata de un acuerdo de alcance regional o alcance parcial, indicando número de registro.
(3) En esta columna se identificará la norma de origen con las que cada mercadería individualizada por su número de orden.

El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

Nota. PYMES.

Comentario. Es el que acredita que esté en regla los requisitos y dichas disposiciones.

Packing List: Acevedo (2022) menciona que es un documento más detallado donde especifica minuciosamente el color del producto, marca, peso, entre otros.

Figura 29

Packing List.

KUNOF S.A.C. IMPORTADOR - EXPORTADOR R.U.C.: 20511596751 Jr. José Manuel Ugarteche 373 (antes Tupac Katari) Pueblo Libre - LIMA 21 - PERU Telfs.: 261-5106 / 462-2897 / 461-7443 Fax: 461-7443 E-mail: kunof@terra.com.pe / kunof2005@gmail.com	
LISTA DE EMBALAJE	
Factura No. 001-006140 y Factura No. 001-006141 de fecha 27.09.2014 + Factura No. 001-006143 del 30.09.2014 A nombre de la firma SIGRID PAWLOWSKI	
CILINDRO No. 01 (P.B. 154.00 kgs) Caja No. 01 Caja No. 02,03 Caja No. 04 Caja No. 05 Caja No. 06 Caja No. 07 Caja No. 08 Caja No. 09 Caja No. 10 Bolsa de plástico No. 1 Bolsa de plástico No. 2 Bolsa de plástico No. 3,4,5 Bolsa de plástico No. 6 al 13	Medida 93 x 61 cms. Diám. 300 pzas. Nacimientos – Miniaturas de piedra Alabaster (P.N. 6.90 kgs.) 180 pzas. Nacimientos chicos lida de piedra Alabaster (P.N.27.00 kgs.) 5 pzas. Nacimientos grande de piedra Alabaster (P.N. 3.00 kgs.) 15.00 kg. Figuras irregulares de piedra Pirita (410 pzas.) 8.00 kg. Figuras irregulares de piedra Manganocalcita (310 pzas.) 10.00 kg. Figuras irregulares de piedra Crisocola (400 pzas.) 10.00 kg. Figuras irregulares de piedra Aragonita (370 pzas.) 10.00 kg. Figuras irregulares de piedra Angelita (280 pzas.) 4.00 kg. Bolas de piedra crisocola (14 pzas.) 100 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 2 (P.N. 0.60 kgs.) 52 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 3 (P.N. 0.91 kgs.) 120 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 4 (P.N. 3.60 kgs.) 176 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 7 (P.N. 22.00 kgs.)
CILINDRO No. 02 (P.B. 40.50 kgs) Caja No. 11 Caja No. 12	Medida 57 x 39 cms. Diám. 20.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IA 14.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIA
CILINDRO No. 03 (P.B. 186.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 181.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (1-3mm)
CILINDRO No. 04 (P.B. 186.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 181.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (1-3mm)
CILINDRO No. 05 (P.B. 184.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 179.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (3-6mm)
CILINDRO No. 06 (P.B. 184.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 179.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (3-6mm)
CILINDRO No. 07 (P.B. 175.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 170.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (10-15mm)
CILINDRO No. 08 (P.B. 175.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 170.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (10-15mm)
PESO NETO TOTAL: 1,215.01 kgs. PESO BRUTO TOTAL: 1,287.50 kgs.	
KUNOF S.A.C. RUC 20511596751 F. Katsch FERDINAND ZÄTSCH 1921-1924-1927	

Nota. Diario el exportador.

Comentario. Es un documento que describe las mercancías, cantidades, marcas, pesos netos, entre otros.

Guía Aérea o Air Waybill: Mondragón (2020) explica que es un documento indispensable porque sirve como un comprobante de transporte de los productos que estás importando y al momento de la llegada de la mercadería a territorio nacional no causar problemas con la aduana.

Figura 30

Guía aérea o Air Waybill.

DOC. NO.	TYPE 311	DESTINATION AIRPORT CODE	GRU (<small>BOOK + LETTER CODE</small>)	FLIGHT / DAY	EXECUTION DATE	DHL Global Forwarding ORIGIN CODE	TARIFF NUMBER 6266466
CONSIGNEE'S ACCT. NO. 2854D		CONSIGNEE'S ORDER NO. NA		AIR WAYBILL		Not negotiable	
COMERCIO INTERIOR	NAME & ADDRESS DOREMUS ALIMENTOS LTDA RUA SANTA MARIA DO PARA 32 BONSUCESSO GUARULHOS BRAZIL CEP 07175-400 BRASIL CNPJ 54 289 830-0001-00			 100 South Pine Island Road • Suite 140 • Plantation, FL 33324 USA • 1 (800) 234 2778 NAME AND ADDRESS OF CARRIER / AGENT: DHL GF / LIM			
	SHIPPER'S ACCT. NO. 10116						
SEMI-GRUPO	NAME & ADDRESS DMBAPEX SA LOTE 32 URB CALLE 06 GALLOS CALLE PRADERAS DE LURIN MZ E LIMA PERU RUC20459949535			SIGNATURE OF ISSUING OFFICE EXECUTED ON: 12JAN2012 AT: DHL GF / LIM JOB AAO			
	<small>It is agreed that the goods described herein are accepted for carriage in apparent good order and condition (except as noted) and SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY CARRIER MEANS INCLUDING ROAD, RAIL, WATER, AIR OR ANY OTHER MODE UNLESS SPECIFIC CONTRACTORY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPPER MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplementary charge if required.</small>						
NO. OF PCS. & PACKING	DIMENSIONS			GROSS WEIGHT		CARRIER CARRIER'S GOODS DESCRIBED HERE IN ARE RECEIVED FOR CARRIAGE SUBJECT TO THE CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF IF THE GOODS THEN BEING IN APPARENT GOOD ORDER AND CONDITION EXCEPT AS NOTED HEREON	
	L	W	H	LBS	KGS	QUANTITY, DESCRIPTION & MARKS (INCLUDING OTHER DIVISION CLAUSE & SPECIAL INSTRUCTIONS)	
20 PCS	40	40	77		585.0	CARMINE WATERSOLUBLE NATURAL COLOURING TAM CARGO MAWB: 957-01239221	

Nota. Diario el exportador.

Comentario. Se detalla el nombre del exportador, el destinatario, el destino, el aeropuerto de donde va a salir y de donde va a llegar, detalle de la carga, el flete, el número de la guía y la fecha de emisión.

FASE IV:

1. Emplear estrategias de marketing mix.

Para que la empresa DIGICELL S.A.C., pueda tener una gran acogida de su público, se empleara estrategias de marketing mix, con la finalidad de poder dar a conocer sus productos en el mercado de La libertad y esto influya en el proceso de compra de nuestro consumidor final.

Producto: Teléfonos inteligentes (iPhone) que serán ofrecidas al público de La libertad. Por la cual se traerá 5 unidades de cada modelo, las cuáles son el iPhone 13, 14 y 14 Pro Max, estos tres modelos tendrán una memoria interna de 128Gb.

Figura 31

Producto – iPhone.



Nota. Elaboración propia.

Comentario. Productos a importar desde Estados Unidos.

Precio: El precio por la venta de iPhone dependerá del modelo del celular, pero el precio relativo sería:

- iPhone 13 (128Gb): S/.4,499.
- iPhone 14 (128Gb): S/.4,999.
- iPhone 14 Pro Max (128Gb): S/.7,890.

Plaza: La empresa importadora DIGICEL S.A.C. tiene dos tiendas en la ciudad de Chepén.

Figura 32

Plaza – tienda.



Nota. Elaboración propia.

Comentario. Las dos tiendas de DIGICELL ubicadas en la ciudad de Chepén – La Libertad.

Promoción: Los productos serán promocionados a través de las redes sociales, tales como Facebook, Instagram y WhatsApp, manteniendo un constante seguimiento y actualización, lanzando promociones para las fechas especiales que la empresa considere.

FASE V:

1. Tributación de la importación.

Tributación

Tabla 45

Detalle a importar y precios establecidos.

Producto	Cantidad	Precio unidad	Precio FOB
iPhone 13	5	\$720.00	\$3,600.00
iPhone 14	5	\$800.00	\$4,000.00
iPhone 14 Pro Max	5	\$1,240.00	\$6,200.00

Nota. Elaboración propia.

Tabla 46*Impuestos de importación.*

Valor FOB		\$13,800.00
Flete		\$624.92
Seguro	1.75%	\$241.50
Valor CIF		\$14,666.42
Adv.	0%	\$0.00
IGV + IPM	18%	\$2,639.96
Total, derechos arancelarios		\$2,639.96

Nota. Elaboración propia.**Tabla 47***Demás impuestos a importar.*

Gasto de nacionalización		\$110.00
Percepción	10%	\$1,730.64
Almacén		\$0.00
Transporte internacional		\$60.00
Transferencia bancaria		\$39.00
Total, demás impuestos		\$19,004.51

Nota. Elaboración propia.**Tabla 48***Estructura de financiamiento.*

Detalle	Estructura	Inversión
Inversión total	100%	S/74,117.60
Inversión a banco	40%	S/30,000.00
Inversión Socios	2 60%	S/44,117.60

Nota. Elaboración propia.

Tipo de cambio: 3.90 (08/11/2022)

Tabla 49

Descripción detallada de los impuestos, precios de venta y ganancias por la importación.

Producto	Unidad	Precio unitario	Precio FOB	Distribución	Flete
iPhone 13	5	\$720.00	\$3,600	26%	\$163.02
iPhone 14	5	\$800.00	\$4,000	29%	\$181.14
iPhone 14 Pro Max	5	\$1,240.00	\$6,200	45%	\$280.76
Total	15		\$13,800	100%	\$624.92

Impuestos	Percepción	Gastos de nacionalización	Almacén	Transporte	Transferencia Bancaria	Total, por producto
\$688.68	\$451.47	\$28.70	\$0.00	\$15.65	\$10.17	\$4,957.70
\$765.20	\$501.63	\$31.88	\$0.00	\$17.39	\$11.30	\$5,508.55
\$1,186.07	\$777.53	\$49.42	\$0.00	\$26.96	\$17.52	\$8,538.26
\$2,639.96	\$1,730.64	\$110.00	\$0.00	\$60.00	\$39.00	\$19,004.51
						S/ 74,117.60

Costo por unidad \$	Costo total S/.	Precio venta S/.	Ganancia por unidad S/.	Ganancia total producto S/.	% de ganancia por modelo
\$991.54	S/ 3,867.01	S/ 4,499.00	S/ 631.99	S/ 3,159.97	16.3%
\$1,101.71	S/ 4,296.67	S/ 4,999.00	S/ 702.33	S/ 3,511.64	16.3%
\$1,707.65	S/ 6,659.84	S/ 7,890.00	S/ 1,230.16	S/ 6,150.79	18.5%
S/ 86,940.00			S/ 12,822.40		

Nota. Elaboración propia.

Proyección de la demanda

En la proyección de la demanda se conocerá como aumentará la población de La Libertad en transcurso de los años, con ello, como será el mercado objetivo y el mercado potencial.

Tabla 50

Cuadro resumen población objetiva.

Población de La Libertad	2,016,700
Rango de edades	18 - 50
Mercado potencial	66,890
Mercado objetivo (0.92%)	615

Nota. Elaboración propia.

Tabla 51

Proyección de la demanda mensual.

Meses	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
Tasa de crecimiento de la población (Banco Mundial)	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%
Alcance (personas)	615	619	623	627	630
Proyección de la Demanda	615	619	623	627	630

Nota. Elaboración propia.

En este gráfico se aprecia como va a ir evolucionando la tasa de crecimiento de la población objetivo obtenida por el Banco Mundial, a la vez el alcance que va a tener en las personas y tener la proyección de la demanda exacta, teniendo en un principio 615 hasta llegar a 630 de posibles compradores de teléfonos inteligentes.

Préstamo

Para la importación de celulares de Estados Unidos, la empresa DIGICELL va a cubrir el 60% de los gastos totales por la dicha importación, por ello, se requirió un préstamo para que cubra el 40% de la inversión inicial.

Tabla 52

Préstamo.

Banco	Interbank	
Monto	S/30,000.00	S/33,784.68
Plazo	12 meses	
TEA	25%	
Tasa mensual	1.88%	
Cuota mensual	S/2,815.39	

Nota. Elaboración propia.

En la tabla se aprecia que el banco que nos brindará el préstamo es Interbank, el plazo se hizo de un año (12 meses), con una tasa de interés anual % (TEA) del 25% y la tasa mensual del 1.88%. Por ello, el monto a pagar mensual es de S/2,815.39 en un plazo de 12 meses.

Tabla 53*Cronograma de pago del servicio de deuda.*

Cronograma de pago del servicio de deuda						
Fecha de pago	Periodo	Saldo inicial	Amortización	Interés	Cuota	Saldo final
15/01/2023	1	S/30,000.00	S/2,252.31	S/563.08	S/2,815.39	S/27,747.69
15/02/2023	2	S/27,747.69	S/2,294.59	S/520.80	S/2,815.39	S/25,453.10
15/03/2023	3	S/25,453.10	S/2,337.65	S/477.74	S/2,815.39	S/23,115.45
15/04/2023	4	S/23,115.45	S/2,381.53	S/433.86	S/2,815.39	S/20,733.92
15/05/2023	5	S/20,733.92	S/2,426.23	S/389.16	S/2,815.39	S/18,307.69
15/06/2023	6	S/18,307.69	S/2,471.77	S/343.62	S/2,815.39	S/15,835.92
15/07/2023	7	S/15,835.92	S/2,518.16	S/297.23	S/2,815.39	S/13,317.76
15/08/2023	8	S/13,317.76	S/2,565.43	S/249.96	S/2,815.39	S/10,752.33
15/09/2023	9	S/10,752.33	S/2,613.58	S/201.81	S/2,815.39	S/8,138.76
15/10/2023	10	S/8,138.76	S/2,662.63	S/152.76	S/2,815.39	S/5,476.13
15/11/2023	11	S/5,476.13	S/2,712.61	S/102.78	S/2,815.39	S/2,763.52
15/12/2023	12	S/2,763.52	S/2,763.52	S/51.87	S/2,815.39	-
Total			S/30,000.00	S/3,784.68	S/33,784.68	

Nota. Elaboración propia.

Devoluciones

Tabla 54

Devoluciones

Devolver a banco		S/33,784.68	12 meses
Devolver a socios (2)		S/44,117.60	12 meses
Ganancia	S/12,822.40	S/9,037.72	12 meses
Monto total a ganar		S/86,940.00	

Nota. Elaboración propia.

Las devoluciones plasmadas en la tabla se realizarán mediante un plazo de 12 meses, tanto para el banco como para los socios, y las ganancias por la importación y venta de los celulares es de S/12,822.40, pero restándole los intereses del banco tendríamos una ganancia de S/9.037.72.

Tabla 55*Devoluciones detalladas.*

	2023					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Préstamo a banco (mensual)	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39
Devolución a socios (mensual)	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47
Ganancia (mensual)	S/753.14	S/753.14	S/753.14	S/753.14	S/753.14	S/753.14
Total	S/7,245.00	S/14,490.00	S/21,735.00	S/28,980.00	S/36,225.00	S/43,470.00

	2023					
	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39	S/2,815.39
	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47	S/3,676.47
	S/753.14	S/753.14	S/753.14	S/753.14	S/753.14	S/753.14
	S/50,715.00	S/57,960.00	S/65,205.00	S/72,450.00	S/79,695.00	S/86,940.00

Nota. Elaboración propia.

Las devoluciones se harán mediante todo el año 2023 para el banco, para los socios y las ganancias, teniendo mensual ciertas cantidades para poder pagar los montos ya establecidos.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

4.1. Conclusiones.

1. El análisis establecido permitió determinar que la empresa DIGICELL S.A.C., desde su creación en el año 2020, dedicada al rubro de las ventas de productos tecnológicos importados, ha conseguido grandes ganancias, donde en la actualidad, cuenta con 2 tiendas en la ciudad de Chepén (La Libertad). Además, que en las importaciones peruanas por productos tecnológicos (teléfonos inteligentes) destaca el mercado de Estados Unidos con \$3,656,417.64. Por otro lado, se pudo identificar, que la demanda de celulares va en aumento, debido a las nuevas actualizaciones de estos equipos, donde el consumo per cápita es de 2.9% por persona.

2. Para la importación de celulares de Estados Unidos, primeramente, se debe cumplir, con los requisitos de acceso que dispone el estado peruano ante una actividad de comercio internacional. Por ello, identificando la partida arancelaria 8517130000 (teléfonos inteligentes), teniendo como gravámenes vigentes un IGV 16%, IPM 2% y un arancel 0 gracias al tratado de libre comercio dicho país. Por otro lado, al ser un producto restringido, debido a que transmite una señal telefónica y conexión a Wifi, se debe presentar el certificado de Homologación y el permiso de internamiento, que son emitidos por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones y por la VUCE, al no contar con estos documentos primordiales, el producto es retenido y no puede ingresar al país.

3. Al diseñar el plan de negocios permitirá que la empresa DIGICELL, pueda aumentar el nivel de ventas en la región de la libertad, sobre todo, se ha visto un incremento por la compra de teléfonos inteligentes, más aún, al vivir en un mundo globalizado y digital, lo cual es indispensable en el día a día de los ciudadanos. La parte primordial en este proceso es la elección del proveedor, el cual, es la empresa BuhoTec que cuenta con una acreditación BBB Accredited Business, el cual, promueve confianza en el mercado internacional y a los clientes, además, que los precios y garantías que ofrece son convenientes para la empresa. Asimismo, al realizar el estudio financiero, se obtiene una ganancia de S/12,822.40, pero restándole el pago de los intereses del banco tendríamos una ganancia total de S/9.037.72, esto indica que el plan de negocios para la importación de celulares es viable en este proceso.

4.2. Recomendaciones.

1. Se recomienda a la empresa DIGICEL S.A.C. aprovechar el boom que tiene en la actualidad, los teléfonos inteligentes, pues sin duda alguna son dispositivos móviles indispensables para la sociedad y el Perú al no desarrollar esta tecnología, es un buen negocio para invertir en la importación de celulares.

2. Asimismo, también se recomienda a la empresa DIGICELL S.A.C. implementar e invertir por un mejor desarrollo de marketing, pues, la empresa promociona sus productos directamente en la tienda o publican en redes sociales las personas que adquirieron sus productos, donde no se tiene un registro perfecto de sus productos y de esta manera el cliente pueda observar y conocer lo que ofrecen, además que la empresa no cuenta con una página web para una mejor promoción de sus productos, lo que genera una desventaja competitiva en comparación de sus competidores. Por ello, al no contar con una correcta estrategia de marketing, se verá perjudicada en las ventas de sus productos, a pesar de que ellos, si cuentan con redes sociales en Facebook, no les ayuda en el manejo de las ventas.

3. Se sugiere a la empresa, participar en ferias nacionales, con la finalidad de poder dar a conocer a la población peruana los productos que importa, logrando buscar compradores, y porque no expandir sus tiendas no solamente en la región de La Libertad, sino también a nivel nacional.

REFERENCIAS:

- Acevedo, E. (2022, agosto 19). *Packing list: Qué es, cómo llenarlo e importancia*. Blog del E-commerce. <https://n9.cl/c0n5x>
- Aguilar, D. (2016). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. <https://n9.cl/8uovp>
- Alvino, C. (2021a, abril 30). Situación digital de Estados Unidos en el 2020-2021. *Branch Agencia*. <https://n9.cl/34igf>
- Alvino, C. (2021b, mayo 7). Estadísticas de la situación digital de Perú en el 2020-2021. *Branch Agencia*. <https://n9.cl/70rpl>
- Aranda, A. (2018, abril 10). *Segmentación de mercados: Definición, tipos y estrategia*. <https://n9.cl/a1a6o>
- Arias, E. (2021, agosto 1). *Historia de la empresa*. Economipedia. <https://n9.cl/nlarf>
- Arteaga, G. (2022, septiembre 24). *Qué es el análisis de contenido*. <https://n9.cl/qm6ld>
- Boletín de Noticias. (2022, abril 8). *Tendencias en consumo de teléfonos inteligentes, realme le cuenta | Boletín de Noticias*. <https://n9.cl/pj89v>
- Cahun, A. (2022, enero 18). *Apple fue el líder del mercado mundial de smartphones hacia finales de 2021, según Canalys: Samsung y Xiaomi retrocedieron puestos*. <https://n9.cl/snw9z>
- Cámara de Comercio de Madrid. (2021, agosto 25). *Qué es un plan de ventas*. <https://n9.cl/glxwg>
- Campos, W., & Yacila, M. (2020). Propuesta de importación de celulares básicos desde China para la empresa Casa Móvil E.I.R.L. provincia de Sullana-Piura 2019. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://n9.cl/gqjl1>
- Cañón, M. (2021). *DISEÑO DE UN PLAN DE IMPORTACIÓN DE ARTICULOS TECNÓLOGICOS, PIEZAS Y REPUESTOS DE CELULARES CHINOS AL MERCADO COLOMBIANO*. 61.
- Ceballos, A. (2022, abril 22). *¿Qué es comercio internacional? Comercio y Aduanas*. <https://n9.cl/lrks>
- Comercio Exterior Latinoamérica. (2018, diciembre 8). Régimen de importación. *Comercio Exterior Latinoamérica*. <https://n9.cl/568x2>
- Correo. (2022, octubre 4). *Osiptel | 85.3 % de hogares de La Libertad cuenta con por lo menos un dispositivo móvil para acceder a internet | Perú | EDICION*. Correo; NOTICIAS CORREO. <https://n9.cl/uinnb>

- Custodio, A. (2021, marzo 22). *¿qué es una guía de entrevista en una investigación?* <https://n9.cl/qbo2v>
- Da Silva, D. (2021, febrero 24). *Mercado objetivo: ¿Qué es? ¿Cómo definirlo en 5 pasos?* Zendesk MX. <https://n9.cl/co44b>
- Delgado, K. (2020). Implementación de una empresa comercializadora de celulares y accesorios en la zona norte del Perú. *Repositorio Académico USMP*. <https://n9.cl/69i17>
- Diario el Exportador. (2018). La ficha técnica: Definición, contenido y modelos. *DIARIO DEL EXPORTADOR*. <https://n9.cl/9ms08>
- El peruano. (2022, abril 22). *MTC destaca ley que agiliza trámites para instalar antenas y redes de banda ancha*. <https://n9.cl/xk6ue>
- ESAN BUSINESS. (2020, febrero 7). *Indicadores de rentabilidad en proyectos de inversión ¿cuáles son?* <https://n9.cl/nbq5h>
- Eslava, L. (2017). *Canales de distribución logístico comerciales*. Ediciones de la U. <https://n9.cl/63mle>
- Espinoza, M., & Bohórquez, A. (2022). *Manual de importación de celulares bajo el régimen de importación a consumo*. <https://n9.cl/akf74>
- ÉTECE. (2020, septiembre 25). Entrevista—Concepto, tipos, características y ejemplos. *Concepto*. <https://n9.cl/3cx8>
- FONDEP. (2020, septiembre 4). *Registro de iniciativas pedagógicas: Maestro de La Libertad utiliza los celulares como portafolio digital*. FONDEP. <https://n9.cl/zosfd>
- Gestión. (2018, enero 24). *Penetración de smartphones en Perú casi se triplicó en últimos cuatro años*. <https://n9.cl/njhbi>
- Gobierno del Perú. (2021, noviembre 18). *Ingreso de mercancías al Perú (importación)*. <https://n9.cl/n5klm>
- Gobierno del Perú. (2022a). *Clasificación Arancelaria de Mercancías*. <https://n9.cl/lbcyy>
- Gobierno del Perú. (2022b). *Internamiento de Equipos y Aparatos de Telecomunicaciones—DGPPC*. <https://n9.cl/ud1wx>
- Gobierno Regional de La Libertad. (2022, agosto 25). *La Libertad estará totalmente conectada al 2021 tras inicio del Proyecto Regional de banda ancha*. <https://n9.cl/oii9>


- Gómez, C. (2017, noviembre 13). *¿Qué es el certificado de origen en el comercio internacional? | Sertrans*. <https://n9.cl/zsc0oq>
- Instituto Europeo de Posgrado. (2018, julio 31). *Negocios internacionales, exportación e importación*. <https://n9.cl/rn4r6>
- IPSOS. (2022, enero 4). *Usos del smartphone en la vida cotidiana 2021*. Ipsos. <https://n9.cl/l06fk>
- Lenis, A. (2022, marzo 9). *Competencia directa e indirecta: Definición, diferencias y ejemplos*. <https://n9.cl/kozid>
- Logística y Comercio Exterior. (2022). *Barreras arancelarias: Qué son y cómo superarlas al exportar*. <https://n9.cl/b1929>
- Mangas, M. (2020, diciembre 16). *Definición de visión y misión*. <https://n9.cl/ed7u0>
- Masabanda, C. (2022). *Efecto de las restricciones a las importaciones de equipos celulares en Ecuador*. <https://n9.cl/azcpf>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). *Acuerdos Vigentes*. <https://n9.cl/nqzab>
- Mondragon, V. (2020). Factura Comercial: Definición, contenido y consideraciones en la exportación. *DIARIO DEL EXPORTADOR*. <https://n9.cl/vys8g>
- Mondragón, V. (2020). La Guía Aérea: Definición y funciones. *DIARIO DEL EXPORTADOR*. <https://n9.cl/s4h0o>
- Mones, M. (2020, enero 15). *¿Qué es importar? Empieza a importar productos. Comercio y Aduanas*. <https://n9.cl/9dewf>
- Morales, O. B. (2017, diciembre 28). *Informe Belmont*. Sitio Web del Comité de ética en investigación. <https://n9.cl/3s895h>
- MuyPymes. (2019, febrero 5). *¿Qué es un plan de negocio?* <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>
- Olivero, E. (2018, julio 19). Hábitos de Consumo Mobile en España y en el Mundo en 2018. *PICKASO*. <https://n9.cl/4j2zu>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Peralta, E. (2016, septiembre 7). Marketing Mix: Qué Es y Cómo Aplicarlo en Tu Empresa. *Blog de Marketing*. <https://n9.cl/psuyh>
- Quintana, C. (2021, noviembre 3). *Descripción del producto: Qué es y cómo se escribe*. <https://n9.cl/v71gx>

- RAE. (2021). *Documentación | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/documentación>
- Raeburn, A. (2021, julio 1). *Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo (con ejemplos)* • Asana. Asana. <https://n9.cl/zkfrp>
- Redacción. (2021, abril 4). *Evolución del mercado de los teléfonos móviles*. Marketing Directo. <https://n9.cl/mgciu>
- Redacción EC. (2022, septiembre 29). iPhone 14: MTC emitió certificados de homologación para tres modelos, ¿cuáles son? *El Comercio*. <https://n9.cl/3sdrk>
- Reyes Fernández, K. M. (2020). Las barreras no arancelarias en la importación de celulares de China al Perú en el año 2019. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://n9.cl/hagyb>
- Rondon Medina, J. L. (2021). Diseño de un plan de importación de equipos móviles marca Xiaomi de China para su comercialización en MYPES de Arequipa Metropolitana, 2019. *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*. <https://n9.cl/h75xc>
- RPP Noticias. (2020, octubre 13). *Demanda de smartphones aumentó un 120% este año, ¿cuánto gastan los peruanos en un celular?* <https://n9.cl/72xsn>
- Salas, A. (2016). *Criterios de rigor en investigación cualitativa. Investigación cualitativa en el ámbito—PDF Descargar libre*. <https://n9.cl/zltkd>
- Sánchez, C. R. (2016, enero 28). *Análisis documental de contenido y forma*. IFT. <https://n9.cl/ozfkr>
- Statista. (2022, marzo 28). *Porcentaje de población con acceso a un smartphone por edad en Perú*. <https://n9.cl/dxfq1>
- Urzúa, F. (2022, marzo 30). Estado de resultados ¿qué es y para qué sirve? ¡Revisa acá! *Chipax*. <https://n9.cl/4kb4>
- Westreicher, G. (2018, enero 9). *Barreras no arancelarias—Qué es, definición y concepto*. <https://n9.cl/q5bm>
- Westreicher, G. (2021, mayo 9). *Memorándum*. Economipedia. <https://n9.cl/s3q9j>

ANEXOS

Figura 33

Entrevista aplicada al gerente general de la empresa DIGICELL.



ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA DIGICELL
S.A.C.

DATOS: Julio Cesar Santa María Celis.

CELULAR: 975181008

INSTRUCCIONES: A continuación, tiene usted una serie de preguntas, las cuales deben ser leídas y respondidas cuidadosamente.


PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Nos podría contar acerca de la historia de la empresa?	
2. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?	
3. ¿Cuáles son los productos principales que usted comercializa?	
4. ¿Por qué desea importar los celulares?	
5. ¿Nos podría decir cuáles son las características que tiene el producto a importar?	
6. ¿Por qué la empresa tiene como objetivo importar desde los Estados Unidos?	
7. ¿Conoce acerca de la comercialización de celulares en el Perú?	
8. ¿Qué opina del mercado de celulares en la región de La Libertad?	
9. ¿Conoce cuál es la partida arancelaria del producto a importar?	
10. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de su empresa?	
11. ¿Cuáles considera usted que son sus oportunidades y amenazas?	
12. ¿Cuáles son las estrategias de marketing mix que emplea la empresa?	
13. ¿Cuáles son sus principales competidores directos en el mercado?	
14. ¿Nos puede mencionar cuáles son los competidores indirectos de la empresa que venden productos sustitutos?	
15. ¿Cuáles son sus estrategias de plan de ventas?	
16. ¿Cuáles son las expectativas que tiene con la importación de celulares?	

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Preguntas que se le aplicaron al gerente de la empresa.

Figura 34

Entrevista aplicada a los expertos en comercio internacional.



ENTREVISTA APLICADA A LOS EXPERTOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

INSTRUCCIONES: A continuación, tiene usted una serie de preguntas, las cuales deben ser leídas y respondidas cuidadosamente

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Conoce usted si existen empresas importadoras de celulares a nivel nacional? ¿Cuáles?	
2. ¿Usted cree que los celulares se han convertido en un producto potencial importador? ¿Por qué?	
3. ¿Qué considera usted que debe tener una empresa para realizar una importación de celulares de Estados Unidos?	
4. ¿Considera usted que el Perú es un país atractivo para la venta de celulares? ¿Por qué?	
5. ¿Cuál es la marca más recomendada para la importación de celulares?	
6. ¿Por qué las empresas trabajan con Android y no con otro sistema operativo?	
7. ¿Conoce usted acerca de los sistemas de garantía para los productos de importación de celulares?	
8. ¿Nos puede mencionar cuánto es el promedio aproximado de la renovación de los celulares?	
9. ¿Nos podría mencionar algunas características del consumidor de la región de La Libertad?	
10. ¿Cuál es la mejor plaza para la venta de productos: minorista o mayorista?	
11. ¿Cuál es el canal recomendado para la importación de celulares: aéreo o marítimo?	
12. ¿Cuáles son las barreras arancelarias del producto?	
13. ¿Cuáles son los documentos que el Perú exige para la importación de celulares?	
14. ¿Existe un acuerdo comercial con Estados Unidos?	
15. ¿En qué consiste el certificado de homologación?	
16. ¿Cuáles son los pasos que se debe seguir para tramitar un certificado de homologación?	

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Preguntas que se le aplicaron a los 5 expertos en comercio.

Figura 35

Solicitud de Validación de Instrumento.

	UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Solicitud		
<p>Estimado (a) señor (a): Mg. José Alberto García Araujo.</p>		
<p>Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación de contenido del instrumento de investigación: Entrevista, que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024".</p>		
<p>Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.</p>		
<p>Gracias por su valioso aporte y participación.</p>		
<p>Atentamente,</p>		
 _____ Maricarmen Ipanaque Guevara	 _____ Franco Orlando Morillo Cruzado	

Nota. Elaboración propia.


Comentario. Solicitud para dicha validación de instrumentos.

Figura 36

Datos del Instrumento (Expertos en Comercio Internacional) y Juez Experto.

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Recolección de datos para la investigación.	
Dirigido a:	Expertos en Comercio Internacional.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	José Alberto García Araujo	
Documento de Identidad:	18032333	
Grado Académico:	Magister	
Especialidad:	Magister en Finanzas	
Experiencia Profesional (años):	22 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO


.....
Magíster en Finanzas
José Alberto García Araujo

Nota. Elaboración propia.


Comentario. Cartilla de datos del juez y de juicio de aplicabilidad a expertos.

Figura 37

Criterios de Evaluación.

VARIABLE		DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN				
					Relación entre:												
					VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA						
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO										
Variable Dependiente: Importación	Tipo de Importación	Importación para el consumo	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	X		X		X		X							
	Canal de distribución	Minorista	11-12	X		X		X		X							
		Mayorista	11-12	X		X		X		X							
	Barreras de Acceso	Barreras arancelarias	13	X		X		X		X							
		Documentación	14	X		X		X		X							
Acuerdos Comerciales		15	X		X		X		X								

Grado, Nombre y Firma del jurado:



Magíster en Finanzas
José Alberto García Araujo

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Criterios establecidos, dimensiones, indicadores e ítems.

Figura 38

Solicitud de Validación de Instrumento.

 UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Solicitud

Estimado (a) señor (a): **Mg. José Alberto García Araujo.**

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación de contenido del instrumento de investigación: Entrevista, que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024".

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Maricarmen Ipanaque Guevara





Franco Orlando Morillo Cruzado

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Solicitud para dicha validación de instrumentos.

Figura 39

Datos del Instrumento (Gerente General) y Juez Experto.

		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
DATOS DEL INSTRUMENTO			
Nombre del instrumento:	Entrevista		
Objetivo:	Recolección de datos para la investigación.		
Dirigido a:	Gerente General de la empresa DIGICELL S.A.C.		
JUEZ EXPERTO			
Apellidos y Nombres:	José Alberto García Araujo		
Documento de Identidad:	18032333		
Grado Académico:	Magister		
Especialidad:	Magister en Finanzas		
Experiencia Profesional (años):	22 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD			
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable	
X			
Sugerencia:			
CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO			
			
Magíster en Finanzas José Alberto García Araujo			

Nota. Elaboración propia.


Comentario. Cartilla de datos del juez y de juicio de aplicabilidad al gerente.

Figura 40

Criterios de Evaluación.

VARIABLE		DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
					Relación entre:								
					VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Plan de Negocio	Descripción de la empresa	Historia de la empresa	1	X		X		X		X			
		Misión	2	X		X		X		X			
		Visión	2	X		X		X		X			
	Producto	Descripción del producto	3 – 4 – 5 – 6	X		X		X		X			
		Clasificación arancelaria	7 – 8	X		X		X		X			
		Análisis FODA	9 – 10	X		X		X		X			
		Marketing Mix	11	X		X		X		X			
	Análisis de la competencia	Competencia directa	12	X		X		X		X			
		Competencia indirecta	13	X		X		X		X			
	Plan financiero	Plan de ventas	14	X		X		X		X			

Grado, Nombre y Firma del jurado:



Magister en Finanzas
José Alberto García Araujo

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Criterios establecidos, dimensiones, indicadores e ítems.

Figura 41

Solicitud de Validación de Instrumento.

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Solicitud	
Estimado (a) señor (a): Mg. Jean Michell Carrión Mezones.	
Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación de contenido del instrumento de investigación: Entrevista, que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024".	
Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.	
Gracias por su valioso aporte y participación.	
Atentamente,	
 _____ Maricarmen Ipanaque Guevara	 _____ Franco Orlando Morillo Cruzado

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Solicitud para dicha validación de instrumentos.

Figura 42

Datos del Instrumento (Expertos en Comercio Internacional) y Juez Experto.

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Recolección de datos para la investigación.	
Dirigido a:	Expertos en Comercio Internacional.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	CARRION MEZONES JEAN MICHELL	
Documento de Identidad:	41609079	
Grado Académico:	MAGISTER	
Especialidad:	FINANZAS CORPORATIVAS	
Experiencia Profesional (años):	6 AÑOS	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
	X	
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO



.....
 Magíster en Finanzas Corporativas
 Jean Michell Carrión Mezones

Nota. Elaboración propia.


Comentario. Cartilla de datos del juez y de juicio de aplicabilidad a expertos.

Figura 43

Criterios de Evaluación.

VARIABLE		DIMENSIÓN		INDICADOR		ÍTEMS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN				
								Relación entre:								
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR			INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA	
								SI	NO	SI	NO		SI	NO	SI	NO
Variable Dependiente: Importación	Tipo de Importación	Importación para el consumo	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9	X		X		X		X						
	Canal de distribución	Minorista	10 – 11	X		X		X		X						
		Mayorista	10 – 11	X		X		X		X						
	Barreras de Acceso	Barreras arancelarias	12	X		X		X		X						
		Documentación	13	X		X		X		X						
		Acuerdos Comerciales	14	X		X		X		X						

Grado, Nombre y Firma del jurado:



Magíster en Finanzas Corporativas
Jean Michell Carrión Mezones

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Criterios establecidos, dimensiones, indicadores e ítems.

Figura 44

Solicitud de Validación de Instrumento.

	UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Solicitud		
<p>Estimado (a) señor (a): Mg. Jean Michell Carrión Mezones.</p>		
<p>Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación de contenido del instrumento de investigación: Entrevista, que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024".</p>		
<p>Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.</p>		
<p>Gracias por su valioso aporte y participación.</p>		
<p>Atentamente,</p>		
		
<hr/> Maricarmen Ipanaque Guevara	<hr/> Franco Orlando Morillo Cruzado	

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Solicitud para dicha validación de instrumentos.

Figura 45

Datos del Instrumento (Gerente General) y Juez Experto.

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
DATOS DEL INSTRUMENTO			
Nombre del instrumento:	Entrevista		
Objetivo:	Recolección de datos para la investigación.		
Dirigido a:	Gerente General de la empresa DIGICELL S.A.C.		
JUEZ EXPERTO			
Apellidos y Nombres:	CARRION MEZONES JEAN MICHELL		
Documento de Identidad:	41609079		
Grado Académico:	MAGISTER		
Especialidad:	FINANZAS CORPORATIVAS		
Experiencia Profesional (años):	6 AÑOS		
JUICIO DE APLICABILIDAD			
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable	
	X		
Sugerencia:			

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO



.....

Magíster en Finanzas Corporativas
Jean Michel Carrión Mezones

Nota. Elaboración propia.


Comentario. Cartilla de datos del juez y de juicio de aplicabilidad al gerente.

Figura 46

Criterios de Evaluación.

		UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN										FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES				
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM S	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN				
				Relación entre:												
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSION E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCION RESPUESTA						
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO									
Variable Independiente: Plan de Negocio	Descripción de la empresa	Historia de la empresa	1	X		X		X		X						
		Misión	2	X		X		X		X						
		Visión	2	X		X		X		X						
	Producto	Descripción del producto	3 – 4 – 5 – 6	X		X		X		X						
		Clasificación arancelaria	7	X		X		X		X						
		Análisis FODA	8 – 9	X		X		X		X						
		Marketing Mix	10	X		X		X		X						
	Análisis de la competencia	Competencia directa	11	X		X		X		X						
		Competencia indirecta	12	X		X		X		X						
	Plan financiero	Plan de ventas	13	X		X		X		X						

Grado, Nombre y Firma del jurado:



Magíster en Finanzas Corporativas
Jean Michell Carrión Mezones

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Criterios establecidos, dimensiones, indicadores e ítems.

Figura 47

Solicitud de Validación de Instrumento.

	UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Solicitud		
<p>Estimado (a) señor (a): Dr. Martel Acosta Rafael.</p>		
<p>Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación de contenido del instrumento de investigación: Entrevista, que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024".</p>		
<p>Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.</p>		
<p>Gracias por su valioso aporte y participación.</p>		
<p>Atentamente,</p>		
 _____ Maricarmen Ipanaque Guevara	 _____ Franco Orlando Morillo Cruzado	

Nota. Elaboración propia.

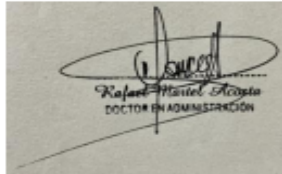
Comentario. Solicitud para dicha validación de instrumentos.

Figura 49

Criterios de Evaluación.

VARIABLE		DIMENSIÓN		INDICADOR		ÍTEMS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN				
								Relación entre:												
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA						
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO													
Variable Dependiente: Importación	Tipo de Importación	Importación para el consumo	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9	x		x		x		x										
	Canal de distribución	Minorista	10 - 11	x		x		x		x										
		Mayorista	10 - 11	x		x		x		x										
	Barreras de Acceso	Barreras arancelarias	12	x		x		x		x										
		Documentación	13	x		x		x		x										
		Acuerdos Comerciales	14	x		x		x		x										

Grado, Nombre y Firma del jurado: Dr. Rafael Martel Acosta



Nota. Elaboración propia.

Comentario. Criterios establecidos, dimensiones, indicadores e ítems.

Figura 50

Solicitud de Validación de Instrumento.

	UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Solicitud		
<p>Estimado (a) señor (a): Dr. Martel Acosta Rafael.</p> <p>Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación de contenido del instrumento de investigación: Entrevista, que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Plan de negocio para la importación de celulares de Estados Unidos para la empresa DIGICELL S.A.C., 2022 - 2024".</p> <p>Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.</p> <p>Gracias por su valioso aporte y participación.</p> <p>Atentamente,</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"><div style="text-align: center;"> _____ Maricarmen Ipanaque Guevara</div><div style="text-align: center;"> _____ Franco Orlando Morillo Cruzado</div></div>		

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Solicitud para dicha validación de instrumentos.

Figura 51

Datos del Instrumento (Gerente General) y Juez Experto.

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Recolección de datos para la investigación.	
Dirigido a:	Gerente General de la empresa DIGICELL S.A.C.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Martel Acosta Rafael	
Documento de Identidad:	40701866	
Grado Académico:	Doctor	
Especialidad:	Investigación	
Experiencia Profesional (años):	17	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO



Rafael Martel Acosta
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

.....
Grado, Nombre y Firma del jurado

Nota. Elaboración propia.

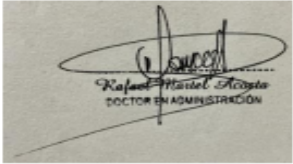
Comentario. Cartilla de datos del juez y de juicio de aplicabilidad al gerente.

Figura 52

Criterios de Evaluación.

VARIABLE		DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACION Relación entre:								OBSERVACION Y/O RECOMENDACIÓN
					VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Plan de Negocio	Descripción de la empresa	Historia de la empresa	1	x		x		x		x			
		Misión	2	x		x		x		x			
		Visión	2	x		x		x		x			
	Producto	Descripción del producto	3 - 4 - 5 - 6	x		x		x		x			
		Clasificación arancelaria	7	x		x		x		x			
		Análisis FODA	8 - 9	x		x		x		x			
		Marketing Mix	10	x		x		x		x			
	Análisis de la competencia	Competencia directa	11	x		x		x		x			
		Competencia indirecta	12	x		x		x		x			
	Plan financiero	Plan de ventas	13	x		x		x		x			

Grado, Nombre y Firma del jurado:



Nota. Elaboración propia.

Comentario. Criterios establecidos, dimensiones, indicadores e ítems.

Figura 53

Autorización para el recojo de información.

AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN


Chiclayo, sábado 30 de abril del 2022.

Quien suscribe:
Sr. Julio Cesar Santa María Celis.
Gerente General – DIGICELL de Claudia Bazán.

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: Plan de Negocio para la importación de celulares inteligentes de Estados Unidos para la empresa DIGICELL, 2022 – 2024.

Por el presente, el que suscribe, señor Julio Cesar Santa María Celis, Gerente General de la empresa: DIGICELL de Claudia Bazán, AUTORIZO a la alumna: Maricarmen Ipanaque Guevara, identificado con DNI N° 77332110 y al alumno: Franco Orlando Morillo Cruzado, identificado con DNI N° 74978789, estudiantes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, y autor del trabajo de investigación denominado: Plan de Negocio para la importación de celulares inteligentes de Estados Unidos para la empresa DIGICELL, 2022 – 2024, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos, para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de proyecto de investigación, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.


Julio Cesar Santa Maria Celis
DNI N° 44736960
Gerente General

Nota. Elaboración propia.

Comentario. Permiso por la empresa para el recojo de la información.

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS COMPLETA.docx

AUTOR

MARICARMEN IPANAQUE GUEVARA

RECUENTO DE PALABRAS

26451 Words

RECUENTO DE CARACTERES

142193 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

130 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.0MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 28, 2023 9:24 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 28, 2023 9:26 AM GMT-5**● 6% de similitud general**

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

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)