



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Negocios Internacionales

TESIS

**PROPUESTA DE IMPORTACIÓN DE LOS
PRINCIPALES PRODUCTOS INFANTILES CON
BRAND AWARENESS PROCEDENTES DE CHINA,
PARA LA MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN EN
LA ACTUAL CARTERA DE CLIENTES DE LA
EMPRESA BABY INDUSTRIAS DEL PERÚ E.I.R.L.,
EN EL AÑO 2014.**

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios
Internacionales**

Autores

**Bach. Inga Siesquén José Luis
Bach. Lozano Díaz Julio César**

Pimentel – Perú 2014

RESUMEN

El presente proyecto es elaborado con el objetivo de analizar si la propuesta de importación de los principales productos infantiles con marca propia procedentes de China, mejorará la comercialización en la actual cartera de clientes de la empresa Baby Industrias del Perú E.I.R.L., en el año 2014.

Con frecuencia, se habla de importar como si se tratara de una simple tarea de compra del exterior. Sin embargo, esa compra es la última fase y consecuencia de un conjunto de operaciones que posibilitan el paso de un producto entre el fabricante y el comprador, cuyo conocimiento sistemático y ordenado, y su aplicación, forman el sentido mismo de la comercialización internacional.

Se determinó la subpartida nacional 8715.00.10.00 como primer producto principal a estudiar. Está libre de restricción o prohibición para su importación, además está exento de ad-valorem. Asimismo, mediante matrices de criterios básicos de selección, se eligió a los potenciales operadores de la DFI: Hefei SKS International Trading Company como proveedor internacional, South America's Hub Logistics como operador logístico, y Cosco, como naviera.

Actualmente la empresa posee un costo unitario de compra de S/.127.00, y un precio de venta de S/.135.00. Gana por coche cuna un 6% aproximadamente, pero si analiza la propuesta de esta investigación, entonces la empresa Baby Industrias del Perú E.I.R.L. tendría un porcentaje de margen de contribución unitario; teniendo como nueva base, el costo unitario de importación (S/.86.70), y siguiendo con el mismo precio de venta; alrededor de 54% por coche cuna. Importar es total e incuestionablemente factible.

ABSTRACT

This project is developed in order to analyze whether the import proposed of leading children's products with own brand from China, will improve marketing in the current clients of the company Baby Industrias del Peru E.I.R.L., in 2014.

Often talking to import as if it were a simple task of buying from abroad. However, this purchase is the last phase and consequence of a set of operations that allow the passage of a product between the manufacturer and purchaser, whose systematic and orderly knowledge, and its application, form the same sense of international marketing.

Was determined the national subheading 8715.00.10.00 as the first major product to study. It is free from restriction or prohibition on importation, also is exempt from ad-valorem. Also, through matrices of basic selection criteria, were elected potentials operators IPD: Hefei SKS International Trading Company as international supplier, South America's Logistics Hub as logistics operator, and Cosco, as shipping.

Currently the company has a unit cost of purchase of S/.127.00, and a retail price of S/.135.00. Earns by baby stroller about 6%, but if analyzes the proposal of this investigation, then the company Baby Industrias del Peru E.I.R.L. would have a percentage of unit contribution margin; having as new base, unit cost of import (S/.86.70), and following the same selling price; about 54% per baby stroller. Import is fully and unquestionably feasible.