



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**IMPORTACIÓN DE PLACAS DE IMPRESIÓN DE LA MARCA  
HUAGUANG DE CHINA Y EL PRECIO DE VENTA EN EL  
MERCADO NACIONAL 2006 - 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:**

**CONDOR REAP, JEANETH KARINA**

**ASESOR:**

**DR. CARLOS A. CHOQUEHUANCA S.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**“COMERCIO INTERNACIONAL”**

**LIMA - PERÚ**

**2014**

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi familia por haberme apoyado y en especial a mi madre por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y esfuerzo.

### **Agradecimiento**

Expreso mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Jeaneth Karina Condor Reap con DNI N° 40486074 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 17 de noviembre de 2014

Jeaneth Karina Condor Reap

## **Presentación**

Señores miembros del jurado en el mundo globalizado en el que hoy vivimos es necesario saber cómo las empresas de las industrias gráficas comercializan las placas de impresión importándolas del mercado internacional y para conocer dicho proceso es indispensable conocer cuál es el precio de venta que las empresas ofrecen en el mercado nacional, por lo cual presente ante ustedes la tesis titulada “Importación de las placas de impresión de la marca Huaguang de China y el precio de venta en el mercado nacional 2006 – 2013”, tiene como principal objetivo investigar la relación entre ambas variables.

Para el cumplimiento de tal estudio, se ha tenido en cuenta los pasos esenciales que menciona la investigación científica.

La tesis se ha estructurado de la siguiente manera:

Capítulo uno: Introducción, consta de las siguientes partes; el problema de investigación, planteamiento del problema, justificación, antecedentes, el marco teórico donde se utilizaron fuentes secundarias que sirvieron como ayuda para tener una mejor noción sobre el tema, hipótesis general y específicas y los objetivos, el cual nos sirve como base para nuestro trabajo.

Capítulo dos: Comprende el marco metodológico, variables, metodología, población y muestra, método de investigación, técnica y métodos de análisis de datos, todo lo mencionado sirve como base para obtener información acerca del tema.

Capítulo tres: Comprende los resultados de la investigación, en base a la información recolectada de páginas oficiales y de las empresas que comercializan el producto.

Capítulo cuatro: Comprende las discusiones, donde se comparan los resultados de mi investigación con los autores que hayan realizado investigaciones similares que se mencionaron en nuestros antecedentes.

Capítulo cinco: Se procede a realizar las conclusiones, cuya importancia es la justificación de la investigación.

Capítulo seis: Se procede a sugerir recomendaciones, cuya finalidad es mejorar el nivel competitivo de las importaciones de placas de impresión.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas y anexos.

Agradezco a mis queridos profesores por el apoyo brindado a lo largo de esta investigación.

## Índice

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Problema	12
1.2 Hipótesis	12
1.3 Objetivos	13
II. MARCO METODOLÓGICO	14
2.1 Variables	14
2.2 Operacionalización de variables	14
2.3 Metodología	14
2.4 Tipos de estudio	14
2.5 Diseño	14
2.6 Población, muestra y muestreo	14
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
2.8 Métodos de análisis de datos	14
2.9 Aspectos éticos	14
III. RESULTADOS	15
IV. DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIONES	26
VI. RECOMENDACIONES	27
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
ANEXOS	30

## RESUMEN

La investigación titulada “Importación de placas de impresión de la marca Huaguang de China y precio de venta en el mercado nacional 2006 - 2013”. Tuvo como objetivo principal determinar si existe relación entre el precio de venta en el mercado nacional y la importación de placas de impresión de la marca Huaguang de China, y como los objetivos secundarios de esta tesis intenta determinar el volumen, el valor y precio de importación, sobre el precio de venta en el mercado nacional.

La metodología empleada es de tipo descriptivo correlacional, y de diseño no experimental, puesto que no existe manipulación de las variables, además se observan antecedentes históricos y se consultaran fuentes secundarias.

Al hacer el análisis respectivo de la prueba de hipótesis, se pudo constatar que existe una relación entre la importación de placas de impresión de la marca Huaguang de China y el precio de venta en el mercado nacional, en la cual existe una relación baja entre ambas variables.

Además, se comprobó que el valor, volumen y precio de importación se relacionan con el precio de venta en el mercado nacional, en la cual existe una relación baja entre ambas variables.

Sin embargo se encontró que la importación de placas de impresión con respecto al precio tienen una tendencia creciente en estos últimos años, según lo confirma el coeficiente de determinación.

Finalmente se pudo concluir que la investigación, reflejó que existe una baja relación entre las variables, ello expresado en el incremento del precio de importación y la constante variación del volumen y valor de importación, en referencia con el precio de venta que las empresas ofrecen en el mercado nacional según el tipo de placa.

## ABSTRACT

The research entitled "Importing printing plates Huaguang brand in China and selling price in the domestic market 2006 - 2013". Its main objective was to determine the correlation between the selling price in the domestic market and imported printing plates Huaguang brand in China, and as the secondary objectives of this thesis attempts to determine the volume, value and import price on the selling price in the domestic market. In order to do international business. The methodology used is descriptive correlational and non experimental design, since there is no manipulation of variables, plus historical background are observed and secondary sources were consulted.

When to conduct an analysis of hypothesis testing, it was found that there is a relationship between importation of printing plates from China Huaguang brand and the sales price in the domestic market, in which there is a low ratio between the two variables. Furthermore, it was found that the value, volume and import price relate to the sale price in the domestic market, in which there is a low relationship between the two variables. However it was found that the import of printing plates from the price are a growing trend in recent years, as confirmed by the coefficient of determination. Finally it was concluded that the research showed that there is a low relationship between variables, it expressed in the increase of the import price and the constant change in the volume and value of imports, referring to the selling price which companies offer in the domestic market by type of plate.