



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

ESTRATEGIAS DE IMPORTACION DE EMPRESAS  
COMERCIALIZADORAS DE MATERIA PRIMA Y ARTICULOS  
TERMINADOS DE BISUTERIA DEL MERCADO DE LIMA-2015

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

AUTOR:

RUTH CELIA QUISPE QUIÑONES

ASESORES:

Dr. SABINO MUÑOZ LEDESMA

MG. RICARDO COSSIO BORDA

LINEA DE INVESTIGACION:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2015

## PAGINA DEL JURADO

---

PRESIDENTE

---

SECRETARIO

---

VOCAL

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis amados padres: Guadalupe Quispe y Lourdes Quiñones, por su amor incondicional, su cariño e comprensión incomparable, por su apoyo y su constante motivación que hizo de mí una gran persona, enseñándonos a no dejarnos vencer ante las adversidades de la vida y siempre luchar por lo que te propones. Gracias a su apoyo y esfuerzo han hecho posible mi educación.

A mis hermanas, por creer en mí y apoyarme anímicamente.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por haberme dado la vida, salud, inteligencia emocional y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante en mi vida.

A mis padres, hermanas, y mamita Magdalena por ser el pilar más importante y por demostrarme su apoyo incondicional.

A mis asesores Ricardo Cossio y Sabino Muñoz quienes fueron los principales guías para que este proyecto se vaya fortaleciendo.

A mis incondicionales amigas Rosita Pérez y Sofía Cànepa por el apoyo mutuo que nos brindamos, al animarnos unas con otras cuando queríamos darnos por vencidas.

A mi novio Jerry Fernández por su apoyo incondicional y por el gran trabajo en equipo que logramos consolidar entre nosotros.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo QUISPE QUIÑONES, RUTH CELIA con DNI N° 47676657, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, 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 u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 08 de noviembre del 2015

---

Quispe Quiñones Ruth Celia

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “ESTRATEGIAS DE IMPORTACION DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MATERIA PRIMA Y ARTICULOS TERMINADOS DE BISUTERIA DEL CERCADO DE LIMA-2015”, con la finalidad de identificar cuáles son estrategias de importación de las empresas ya mencionadas, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título de Licenciado en Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

QUISPE QUIÑONES RUTH CELIA

# INDICE

PAGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	V
PRESENTACIÓN .....	VI
INDICE .....	VII
RESUMEN .....	IX
ABSTRACT.....	X
I. INTRODUCCION.....	1
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	2
1.2 TRABAJOS PREVIOS.....	3
1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA .....	7
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	13
1.6 OBJETIVOS .....	14
II. METODO .....	14
2.1 TIPO DE ESTUDIO .....	15
2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	15
2.3 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES .....	15
2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE .....	16
2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	17
2.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD. ....	17
2.7 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	19
2.8 ASPECTOS ÉTICOS .....	19

III. RESULTADOS .....	20
3.1 VARIABLE: ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN .....	20
3.2 DIMENSIÓN: CALIDAD Y PRECIO DE LA MATERIA PRIMA .....	21
3.3 DIMENSIÓN: EFICIENCIA EN EL PROCESO PRODUCTIVO.....	23
3.4 DIMENSIÓN: CUMPLIMIENTO Y CAPACIDAD DE ABASTECIMIENTO DE LOS PROVEEDORES .....	24
IV. DISCUSION .....	26
V. CONCLUSION .....	28
VI. RECOMENDACIONES.....	29
VII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA.....	30
ANEXO .....	32
ANEXO 001.....	32

## RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación Descriptiva fue identificar las estrategias de importación de las empresas comercializadoras de materia prima y artículos terminados de bisutería del cercado de lima-2015.

Para el desarrollo de la presente tesis, el autor utilizó las Teorías de ventaja absoluta, Teoría de ventaja comparativa, Teoría de costos de transacción. El enfoque fue cuantitativo de diseño no experimental con el método Hipotético – Deductivo. Se utilizó como unidades muestrales a 30 empresas dedicadas a las importaciones de materia prima o artículos terminados de bisutería ubicadas en el cercado de lima. La técnica utilizada fue el censo y el instrumento de medición un cuestionario con 34 preguntas, válido y confiable.

Utilizando SPSS y Estadística Descriptiva, se concluye que las estrategias que manejan los encuestados implementan sus estrategias de nivel regular con un 66% mientras que un 33% obtuvo un nivel Buena.

Mediante esta tesis, pretendemos aportar teóricamente, socialmente, metodológicamente y prácticamente a otras investigaciones futuras relacionadas al tema propuesto como guía para la determinación de estrategias de importación y asimismo a las empresas que se dedican al mismo sector con problemas similares.

Palabra clave: Estrategias de importación, comercializadoras.

## ABSTRACT

The main objective of this descriptive study was to identify strategies for trading companies import raw materials and finished imitation jewelery fencing lime-2015.

For the development of this thesis, the author used the theories of absolute advantage, comparative advantage theory, theory of transaction costs. The focus was no quantitative experimental design with the hypothetic - deductive method. It was used as sampling units to 30 companies engaged in imports of raw materials or finished articles of jewelery located in downtown Lima. The technique used was the census and the measuring instrument a questionnaire with 34 questions, valid and reliable.

Using SPSS and descriptive statistics, it is concluded that the strategies implemented respondents manage their regular level strategies with 66% while 33% received a good level.

By this thesis, we aim to provide theoretically, socially, methodologically and practically other future research related to the proposed guidance for determining import strategies and also to companies engaged in the same sector with similar problems topic.

Keyword: Strategies import, marketing