



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CHINA Y LAS VENTAS DE LA

EMPRESA RASH PERÚ S.A.C. EN LIMA METROPOLITANA

DURANTE EL PERIODO 2012 – 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

Mautino Caballero Claudia Roxana

ASESOR:

MGTR. ROMANI FRANCO VIVIAN ISABEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MERCADOS EMERGENTES

LIMA – PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) MAUTINO CABALLERO CLAUDIA ROXANA, cuyo título es: IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CHINA Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA RASH PERU S.A.C. EN LIMA METROPOLITANA DURANTE EL PERÍODO 2012 – 2017.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (número) Catorce (letras).

Lima, 5 de Diciembre de 2018



.....  
MICHCA MAGUIÑA, MARY  
PRESIDENTE



.....  
ROMANI FRANCO, VIVIAN ISABEL  
SECRETARIO



.....  
GUERRA BENDEZÚ, CARLOS ANDRES  
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

## **DEDICATORIA**

Este proyecto lo dedico principalmente a mis padres, ya que ellos fueron el impulso para la realización de este trabajo, también a todas aquellas personas que contribuyeron con esta investigación.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres ya que gracias a ellos es que puedo terminar una etapa más en mi vida, fueron el impulso que tuve para poder realizar esta investigación.

Finalmente a la profesora Vivian Romaní ya que gracias a ella pude culminar esta investigación, por su gran apoyo. Mi más sincero agradecimiento a cada uno de ellos.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.**

Yo, Claudia Roxana Mautino Caballero con DNI N°75845736, 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 corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como la información aportada por lo cual me someto a los dispuestos en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Noviembre del 2018.



Claudia Roxana Mautino Caballero

## **PRESENTACION**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Importación de productos de China y las ventas en la empresa Rash Perú S.A.C. en Lima metropolitana durante el periodo 2012 – 2017”, la misma que somete a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada de Negocios Internacionales.

Este trabajo de investigación se divide en siete capítulos, en el primer capítulo se establece y describe el problema de la investigación con relación a las variables, en el segundo capítulo se desarrolla la metodología de la investigación, en el tercer capítulo se presentan los resultados obtenidos, en el cuarto capítulo se realiza la discusión, en el quinto y sexto capítulo se desarrollan las conclusiones y conclusiones relativamente y por último el séptimo capítulo se presentan las referencias.

Claudia Roxana Mautino Caballero

## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación titulado “Importación de productos de China y las ventas en la empresa Rash Perú S.A.C. en lima metropolitana durante el periodo 2012 – 2017” tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la importación de productos de China y las ventas de la empresa Rash Perú S.A.C. de lima metropolitana durante el periodo 2012 – 2017

El método utilizado para la investigación es no experimental, ya que los datos son ex post facto, esto quiere decir que no hubo manipulación de los datos, ya que los datos se encuentran existentes sacados de fuentes confiables, los cuales fueron organizados por dos variables, la importación y ventas. Para analizar los datos se ha utilizado el método estadístico que consiste en organizar los datos a través de cuadros, presentar los datos a través de gráficos de lineal y describir los datos a través de números estadísticos.

Se concluye, las importantes de dichos periodos 2012 – 2017 fueron variados, en el cual los equipos de audio obtuvieron la menor demanda, ya que contaban con sobre stock de dichos productos, si hablamos de las radios de comunicación no hubo tendencia, ya que en dicho no hubo mucha demanda.

Palabras clave: importación y ventas.

## **ABSTRACT**

This research project entitled "Import of products from China and sales in the company Rash Peru S.A.C. in metropolitan Lima during the period 2012 - 2017 "aims to determine the relationship between the import of products from China and the sales of the company Rash Peru S.A.C. of metropolitan Lima during the period 2012 – 2017.

The method used for the research is not experimental, since the data are ex post facto, this means that there was no manipulation of the data, since the data are existing taken from reliable sources, which were organized by two variables, The import and sales. To analyze the data, the statistical method has been used, which consists of organizing the data through tables, presenting the data through linear charts and describing the data through statistical numbers.

It is concluded, the important ones of said periods 2012 - 2017 were varied, in which the audio equipment obtained the lowest demand, since they had over stock of said products, if we talk about the communication radios there was no tendency, since in said there was not much demand.

Keywords: import and sales.

## ÍNDICE

PAGINA DE JURADO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	
PRESENTACION	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad Problemática	11
1.2 Trabajos Previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	14
1.3.1 Importación	14
1.3.2 Ventas	16
1.4 Formulación del Problema	16
1.4.1 Problema General	16
1.4.2 Problemas Específicos	17
1.5 Justificación del Estudio	17
1.6 Objetivos	17
1.6.1 Objetivo General	17
1.6.2 Objetivos Específicos	18
II. MÉTODO	19
2.1 Diseño de Investigación	19
2.2 Variables, Operacionalización	19
2.3 Población y muestra	21
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
2.5 Métodos de análisis de datos	21
2.6 Aspectos éticos	21
III. RESULTADOS	22
IV. DISCUSION	32
V. CONCLUSIONES	33
VI. RECOMENDACIONES	34

REFERENCIAS	35
ANEXOS	37
Anexo 1: Matriz de Consistencia	38
Anexo 2: Juicio de Expertos	39
Anexo 3: Valor de importación de equipos de audio, en miles de dólares Americanos	49
Anexo 4: Valor de importación de radios de comunicación	50
Anexo 5: Valor de importación de cámaras de video	51
Anexo 6: Ventas de Zona Sur	52
Anexo 7: Ventas de Zona Este	53
Anexo 8: Ventas de Zona Norte	54
Anexo 9: Ventas de Zona Top	55

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad Problemática

Actualmente, el país de China es uno de los líderes en tecnología o aparatos electrónicos. Los métodos de comunicación internacionales son muy complicados con la calidad de los productos de China y países desarrollados como Europa y Estados Unidos han levantado barreras de entrada para sus productos. Sin embargo, la Delegación estatal de Estadísticas de China informo que la expectativa de vida chino intermedio se incrementó en el año 2012 a 2016, China es ahora el mayor comprador de materias primas en el universo, respecto a los países con estrictas normas de calidad como los Estados Unidos y las naciones europeos. Por lo tanto, se puede argumentar que muchas evaluaciones de calidad en China no son objetivas.

China es uno de las naciones superiores económicamente más poderosas, ya que entretanto los veinte años ha poseído un desenvolvimiento perseverante del 9%, lo cual convierte en el país con gran mayor desarrollo ya sea por el crecimiento de la su economía, la participación en gestión en el comercio internacional lo convierte el más grande inversionista de industrias en su país.

Según la mención de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), los bienes de China es una participación esencial al sostenimiento del arancel global, con una tarifa del 9,2% para el 2011, lo cual conlleva al comienzo de las oportunidades de compras y la contribución de su transformación en los mercados superficiales; China persistirá formando el sustancial impulsor de la progresión mundial. En efecto, la región cooperó con un 28% de la subida del PIB mundial en todo el periodo.

En tanto el modo de importación se puede mostrar numerosos impedimentos y no perennemente se da como lo planteamos, ya sea a causa de que el producto no llega a tiempo a dicho embarque, o los documentos no tienen alguna falla y la certificación está incorrectos y no están conforme digitado.

En referencia a la historia de la empresa podemos decir que en el país se ha posicionado muy bien, ya que actualmente cuenta con 142 tiendas ubicadas estratégicamente a nivel nacional, el cual esta reputación hace que las ventas que obtiene se da de forma positiva.

En la presentación investigación se desea conocer el valor de importación (concentrándonos en la empresa Rash Perú S.A.C.) en la importación de productos Chinos y sus ventas del año

2012 hasta el año 2017.

## **1.2 Trabajos Previos**

Chaupis (2014) en su tesis para obtener el título en Negocios Internacionales en la Universidad César Vallejo con el título “Efecto del Tratado de Libre Comercio con China sobre la competitividad de las MYPES del emporio de Gamarra 2010-2012,” sustentada en la ciudad Lima, tuvo como objetivo determinar el efecto del Tratado de Libre Comercio con China sobre la competitividad de las MYPES del emporio de Gamarra 2010-2012, desarrollada bajo un enfoque cuantitativo. Concluyo, tuvo como resultado que el tratado realizado con China no tuvo un efecto positivo, ya que afectado a la competitividad hablando sobre las MYPES del emporio de Gamarra.

Echeverry y Montenegro (2013) en su tesis para obtener el título profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales en la Universidad Autónoma de Occidente con el título “Factibilidad para la importación de artículos Tecnológicos Chinos al mercado de Santiago de Cali”, tuvo como objetivo determinar la factibilidad de la importación de los artículos o aparatos electrónicos y tecnológicos elaborado en China para ser distribuido en el mercado local, teniendo en cuenta los requerimientos que se necesitan y la percepción de calidad que tiene el cliente local, la metodología fue de tipo descriptiva, concluyo que China en el año 2012 tuvo un crecimiento de las importaciones al 49.3% y las exportaciones 43.1% teniendo como consecuencia que algunas marcas chinas todavía expresa con una perspectiva negativa, no obstante a quienes ya han sostenido determinada comprobación con estos productos califican una imagen apropiada. Además, analizando a nuestro cliente local tenemos como resultado la mejor calidad de productos de China adquiriéndolo a un precio menor al mercado competitivo.

Monte (2017) en su tesis para obtener el título de Tecnóloga en Exportaciones e importaciones con el título “Importación de productos tecnológicos ONT desde China”, sustentada en la ciudad Lima,. En la Universidad de las Américas, tuvo como objetivo importar equipos electrónicos de telecomunicaciones desde el mercado de China, la metodología fue de tipo descriptiva, y concluyó que la tecnología tienes muchas ventajas las cuales nos puede facilitar nuestra vida cotidiana y una desventaja,

cada vez se va innovando; una de las desventajas sería que siempre estamos apegados a ellos y dejamos de socializarnos con los demás.

Parrales y Tamayo (2012) en su tesis para obtener el título de Magister en Gestión de la productividad y la calidad en el Instituto de Ciencias Matemáticas, con el título “La gestión estratégico para el mejoramiento de la productividad y calidad aplicado a una planta procesadora de alimentos balanceados”, sustentada en la ciudad de Quito, la metodología fue de tipo cualitativo, tuvo como objetivo fue incrementar la competencia de la empresa mejorando el rendimiento y disposición de sus operaciones, mediante la planeación, medición, análisis y mejora de sus procesos, teniendo como prioridad esencial la función y el estudio de modelos estadísticos, llegando a la siguiente conclusión, la recopilación de las transformaciones, corresponde una conformidad metodológico aceptablemente canalizada, para eludir que los procedimientos no conserven la trascendencia oportuna, y susciten una indagación reducida.

Regal (2016) en su tesis para obtener el título de Licenciado en Administración y Gerencia en la Universidad Ricardo Palma con el título “Propuesta de Formalización de un Procedimiento de Importación para la Optimización de los Tiempos de Nacionalización caso Empresa IQ Corporation S.A.C.” sustentada en la ciudad de Lima, en su tesis metodológica y descriptiva, tuvo como objetivo la mejora del procedimiento de importación, como así el análisis del proceso de importación y sus volúmenes de importación de dicha empresa, así también cómo ello impacta en la producción de dicha empresa. el autor concluye que: Analizando el volumen y el proceso de importación de dicha empresa, concluyo que la empresa no tiene el conocimiento necesario en el proceso de importación generando sobre costos al momento de importar, y que ello afecta a la producción de la empresa, ya que la producción demora en realizarse puesto que la mercancía no llega a tiempo a sus almacenes.

Morones (2014) en su tesis para obtener el grado de Maestría en Economía Aplicada con el título “El impacto de las importaciones de calzado de China en el nivel de empleo de la industria de México”, sustentada en la ciudad de Tijuana, la metodología

fue de tipo cuantitativa, dicha investigación presenta como objetivo determinar el impacto de las importaciones chinas en el nivel de empleo de la industria manufacturera del calzado de México durante el periodo 2007 – 2012, de este modo aportar lo detallado de las estrategias de los fabricantes mexicanos para neutralizar la jurisdicción con China se condujeron en la percusión de las importaciones de China en los mercados regionales y oponiéndose que el planteamiento a la oposición de importaciones chinas perjudica a los mercados laborales locales estadounidenses en la eminencia de empleo, con la intervención en la potencia laboral y salarios. La fragmentación de la restricción del empleo industrial se explica por la manifestación a las importaciones chinas. El decrecimiento en los niveles de empleo y salarios encarrilan a un fuerte desprendimiento en los ingresos medios de los hogares, lo cual subvenciona al desenvolvimiento de traspaso por seguros de desempleo a través de compuestos esquemas gubernativos y asociativos. A través de la disertación que se procedió se da como conclusión, al respecto al nivel del empleo de México sobre la industria de China estaría afectando en forma directa al mercado mexicano, ya que China tiene una ventaja competitiva sobre esa industria y su posición y nivel internacional.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Importación**

El termino importación es el transporte autentico de bienes o servicios en el extranjero, mediante otras empresas o uno mismo buscando que nos conviene para nuestro mercado, por el cual la empresa Rash Perú lo utilizan o manejan para obtener productos tecnológicos que no consiguen en su nación, correspondiente los siguientes autores definen importación.

Daniels (2012, p. 501) Nos dice que la importación es el ingreso arbitrario de mercancías y servicios a un país, tiene como propósito el reembolso de dinero del comprador al exportador teniendo como fines de naturaleza confidencial, social o favorecedor.

Osorio (2011, p. 164) nos indica que la importación nos permite incorporar mercancía de ascendencia extranjera a la jurisdicción gubernamental, realizando un desembolso pospuesto de derecho aduanero que se declara en divisas emigrantes o regional.

Madrid (2015, p.35) define la importación como el régimen por el cual las mercancías extranjeras son regularizadas y puestas a condiciones para la utilización o consumo, mediante el cual ejecute económicamente en la propiedad gubernamental

- **Volumen de importación**

Con respecto a la definición del volumen de importación Hernández (2014) indica que: “El volumen de importación es el total de productos importados, expresadas en una medida física de valor, con relación a un periodo específico anterior al actual.” (p. 57)

- **.Precio de importación**

Medir y evaluar los cambios y la evolución del valor de importación permite calcular el balance productivo de un país. Con respecto a ello Cuenca et al. (2012) menciona que: “El precio de importación es una clasificación que reconoce la variabilidad del importe, ya sea en aumento o disminución, de los productos y/o servicios importados en un territorio. Al comprender la modificación en los costos de importación, se podrá concluir si un agravamiento en la balanza mercantil es por la elevación del volumen de las importaciones. En otras palabras, es importante medir el precio de importaciones para determinar si el aumento en estos puede afectar la inflación de un país.” (p. 464)

- **Teorías del Comercio Internacional**

Ventaja Absoluta

Smith (1776, p. 2) sostuvo que:

El negocio entre patria proporciona a cada uno potenciar su patrimonio, consiguiendo en el fundamento de la fragmentación del análisis. En otro termino, sin una patria logra originar una entidad de un interés designado a un mínimo valor que tiene diferente patria. De determinar con aseveración, las considerables rentabilidad de la negociación que se demuestran en el comienzo de la ventaja absoluta, reduciendo el razonamiento proyectado que una patria logre ser más eficaz en la productividad de otros.

David Ricardo en su teoría de ventaja comparativa:

Czinkota, Ronkanen y Moffete (2007, p. 159) afirma que si un país A es eficaz en la realización del haber, correspondiente al otro país B que provoca parecidos bienes, el A tendrá la obligación de preferir concentrarse en la industria de un bien, ya sea porque le propaga más ingresos que elaborar el otro bien.

## Ventaja Competitiva

Con relación a la teoría, Porter (1987) indica que:

“La ventaja competitiva es el beneficio que una empresa genera para sus clientes, como reduciendo los costos de elaboración para competir en precios con la competencia. Dicha utilidad es la afluencia que los usuarios están preparados a desembolsar por el bien, si dicha utilidad es mayor al costo de producción, entonces se puede decir que el bien producido es competitivo.” (p. 21)

Para que el mercado sea más competitivo es necesaria la modernización continua. Porter (1987) también menciona que:

“El único modo de seguir teniendo una ventaja competitiva en el comercio internacional es siempre adquirir nueva tecnología en la transformación de realización de la capital dentro de la compañía.” (p. 21)

### 1.3.2 Ventas

Parra (2003, p. 34) las transacciones son los movimientos más pretendidas por la empresas u organizaciones, además se encarga de la comercialización entre un bien o servicio, por lo cual tiene como finalidad llegar al margen de ganancia que la empresa produce y generando mayor rentabilidad. Son unas de las actividades más importantes de la empresa, ya que se puede ver que productos son más destacados en dicha empresa, además ver a qué objetivo vamos a llegar.

- **Productos a importar**

Audífonos

Según la RAE es un dispositivo electrónico que proporciona comunicarse a distancia, generalmente por medio de una red telefónica interior o particular (RAE)

## 1.4 Formulación del Problema

### 1.4.1 Problema General

¿Cómo fue la importación de productos de China y las Ventas de la Empresa Rash Perú SAC de Lima Metropolitana durante el período 2012-2017?

#### 1.4.2 Problemas Específicos

1. ¿Cómo fue la importación de productos de China de la Empresa Rash Perú SAC de Lima Metropolitana durante el período 2012-2017?
2. ¿Cómo fueron las ventas de la Empresa Rash Perú SAC de Lima Metropolitana durante el período 2012-2017?

### 1.5 Justificación del Estudio

#### **Justificación Metodológica**

El fundamento comprende especialmente en los rendimientos alcanzados en las variables instruidas, en este acontecimiento la importación y las ventas.

#### **Justificación Legal**

Mediante el progreso de esta investigación se persigue alcanzar el título profesional de licenciada en Negocios Internacionales, de aprobación al estatus de grados de la Escuela Académico Profesional De Negocios Internacionales.

#### **Justificación Práctica**

La presente investigación se busca especificar la descripción que se encuentra entre la importación de productos de China y las ventas de la empresa Rash Perú S.A.C, estableciendo los años como ha ido desarrollando en el caso lo que es las ventas.

#### **Justificación Teórica**

Esta investigación, tiene como propósito dar desenlaces verdaderos para que más adelante consideren una partida confidencial para las diferentes investigaciones que se muestren a futuras que alcancen o efectuen un argumento tratado.

### 1.6 Objetivos

#### 1.6.1 Objetivo General

Determinar cómo fue la importación de productos de China y las ventas de la empresa Rash Perú S.A.C de Lima Metropolitana durante el periodo 2012 - 2017

### 1.6.2 Objetivos Específicos

- Determinar cómo fue la importación de productos de China y las ventas de la empresa Rash Perú S.A.C de Lima Metropolitana durante el periodo 2012 – 2017
- Determinar cómo fueron las ventas de la empresa Rash Perú S.A.C de Lima Metropolitana durante el periodo 2012 - 2017

## II. MÉTODO

### 2.1 Diseño de Investigación

La investigación que se desarrollara corresponderá de tipo aplicada, ya que las definiciones que obtendremos logran verificar la relación que se encuentra en medio de nuestras variables estudiadas, es decir a través de la importación y las ventas, las cuales nos podrán ayudar en la circunstancia de producir las contingentes soluciones en cuanto a la problemática originada en el proyecto.

Al respecto esta, investigación en este acontecimiento tiene como enfoque cuantitativo, en el cual el diseño de la investigación es no – experimental y además descriptiva.

Según Hernández Sampieri (2014) manifestó que una exploración corresponde de manera aplicada en el momento que la investigación subvenciona a corregir una cuestión auténtica colectivamente a través de procedimientos que al orden cooperen a siguientes investigaciones. (pp. 129, Metodología de la Investigación Científica).

### 2.2 Variables, Operacionalización

Referente a la Operacionalización de la investigación, en este acontecimiento las variables se desvincularan para alcanzar calcular en varias dimensiones, en este argumento también contamos con indicadores de estas, por lo interpretado precedentemente se comienza a analizar con los fundamentos indicados.

**Tabla 1. Variables, Operacionalización**

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Importación	Osorio (2011) nos menciona que la importación consiste en incorporar una mercancía de origen extranjero a territorio nacional, mediando un pago previo de impuestos y derechos aduaneros que se expresan en divisas extranjeras o nacionales (p.164).	Para determinar la importación de la empresa Rash Perú se empleara indicadores que midan el valor de la importación de audio y video, comunicaciones y seguridad, los cuales se asociaran en tablas, cuadros, gráficamente y así exponer la información.	Equipos de audio	Valor FOB de equipos de audio
			Radios de Comunicación	Valor FOB de Radios de comunicación
			Seguridad	Valor FOB de Cámaras de video y
Ventas	Parra (2003). las transacciones son los movimientos más pretendidas por la empresas u organizaciones, además se encarga de la comercialización entre un bien o servicio, por lo cual tiene como finalidad llegar al margen de ganancia que la empresa produce y generando mayor rentabilidad (p.34).	Para determinar las ventas de la empresa Rash Perú se empleara indicadores que midan el valor de las ventas de audio y video, comunicaciones y seguridad, los cuales se asociaran en tablas, cuadros, gráficamente y así exponer la información.	Equipos de audio	Valor de ventas
			Radios de Comunicacion	Valor de ventas
			Camaras de seguridad	Valor de ventas

### **2.3 Población y muestra**

En la reciente investigación elaborada hemos utilizado a la empresa Rash Perú con sus respectivas tiendas las cuales son divididas por zonas, las cuales son zona sur, zona este, zona norte y zona top, de las cuales a nivel de Lima metropolitana cuenta con 75 tiendas. Respecto a la muestra estamos utilizando las tiendas que tiene en todo Lima metropolitana

### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

En la reciente investigación no es terminantemente analizar un método, ni un instrumento recopilador de antecedentes, ya que la investigación es de tipo ex post-facto y se apoya la indagación de orígenes existentes o auténticas.

Actualmente comentando en especificación de validez, esta alcanzó ser aprobada por el conocimiento e instrucción de tres personas expertas en la materia.

Por último, la confiabilidad en esta investigación no se proporcionó, ya que los datos que se manejaban ya se hallaban que a la vez se originaran de fuentes confiables.

### **2.5 Métodos de análisis de datos**

Posteriormente que los datos estén juntados, se concentra en el modo estadístico que sostiene como propósito en constituir en cuadros, gráficos de barras, descriptiva y recopilar datos.

### **2.6 Aspectos éticos**

Los datos presentados durante el proceso de este proyecto de investigación son auténticos, cuenta con la franqueza de los resultados acatando la participación intelectual de todos los autores y entidades beneficiadas en ello, correspondientemente citados. Se trabajó con honestidad y ecuanimidad.

## I. RESULTADOS

### 3.1 Resultados sobre el valor de importación de equipos de audio

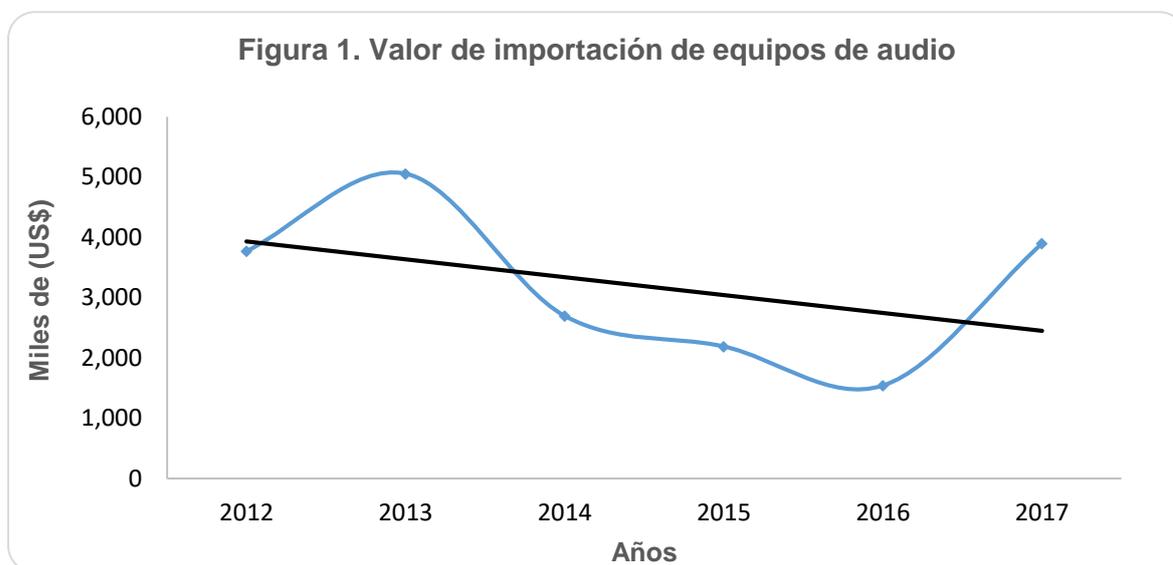
En la siguiente tabla 1 se expresa el valor de importación de reproductores de audio, durante el periodo 2012 – 2017, expresada en miles de US\$. Indicando la variación porcentual en correlación al año anterior.

**Tabla 1 Valor de importación de equipos de audio de China, 2012 - 2017, en miles de dólares (US\$)**

Años	Valor de importación	Variación
2012	3,770	
2013	5,056	34%
2014	2,697	-47%
2015	2,190	-19%
2016	1,542	-30%
2017	3,897	153%

En la tabla mostrada se percibe que el valor de la importación de equipos de audio experimento una gran variedad respecto al año 2017, ya que consiguió una progresión 153% correspondiente al periodo estudiado, sin embargo, en los años que padeció el mayor descenso se dio en los años 2014,2015 y 2016 con una variación de -47%, -19% y 30% respectivamente. El mayor valor importado se dio en el año 2013 con un total de 5,056 mil dólares y el menor valor se dio en el año 2016 con un total de 1,542 mil dólares.

En la figura 1 se ilustra el valor de importación de equipos de audio, durante el periodo 2008 – 2017.



Si se estima la línea de tendencia del valor de importación de equipos de audio, obtendremos los siguientes resultados:

$$Y = -297.54x + 4233.4$$

$$r^2 = 0.1872$$

Dónde: y es valor de importación de equipos de audio

X es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Manifestado los resultados expresan la recta de tendencia con un coeficiente de especificación ( $r^2 = 0.1872$ ) lo que se representa en el conocimiento que si existe una tendencia decreciente, y es relevante ya que existe un buen acoplamiento de los datos a la línea de tendencia en el valor de importación de los equipos de audio, durante el periodo 2012 – 2017.

En dichos años el factor fundamental de debilitación fue porque la demanda no lo ameritaba es por eso que se pidió menos productos.

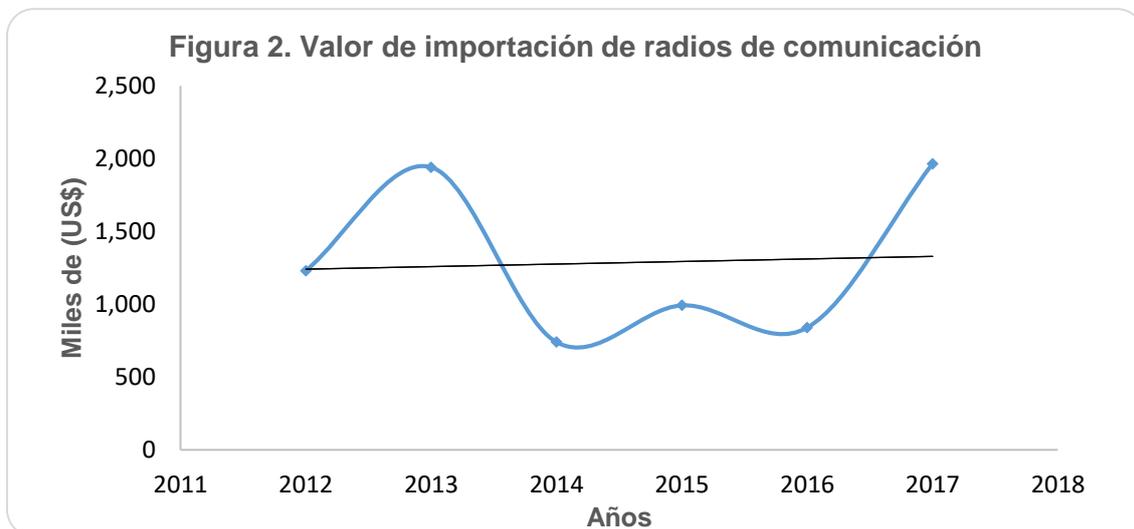
### 3.2 Resultados sobre el valor de importación de radios de comunicación

En la siguiente tabla 2 se expresa el valor de importación de radios de comunicación, durante el periodo 2012 – 2017, expresada en miles de US\$. Indicando la variación porcentual en relación al año anterior.

<b>Años</b>	<b>Valor de importación</b>	<b>Variación</b>
<b>2012</b>	1,231	
<b>2013</b>	1,942	58%
<b>2014</b>	741	-62%
<b>2015</b>	993	34%
<b>2016</b>	840.35	-15%
<b>2017</b>	1,966	134%

En la tabla presentada se observa que el valor de la importación de radios de comunicación experimento una gran variedad respecto al año 2017, ya que obtuvo un crecimiento del 134% respecto al periodo estudiado, sin embargo, en los años que sufrió el mayor descenso se dio en los años 2014 y 2016 con una variación de -62% y -15% respectivamente. El mayor valor importado se dio en el año 2017 con un total de 1,966 mil dólares y el menor valor se dio en el año 2014 con un total de 741 mil dólares.

En la figura 2 se ilustra el valor de importación de radios de comunicación durante el periodo 2012 - 2017



Si se considera la línea de tendencia del valor de importación de radios de comunicación, alcanzamos los siguientes resultados:

$$Y = 17.7773x - 34518$$

$$r^2 = 0.0037$$

Dónde: y es valor de importación de radios de comunicación

X es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran la recta de tendencia con un coeficiente de determinación ( $r^2 = 0.61872$ ) lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia, ya que existe un buen ajuste de los datos a la línea de tendencia en el valor de importación de los radios de comunicación, durante el periodo 2012 – 2017.

En dichos años el factor fundamental de decadencia fue por lo que no hubo mucha demanda en esos años.

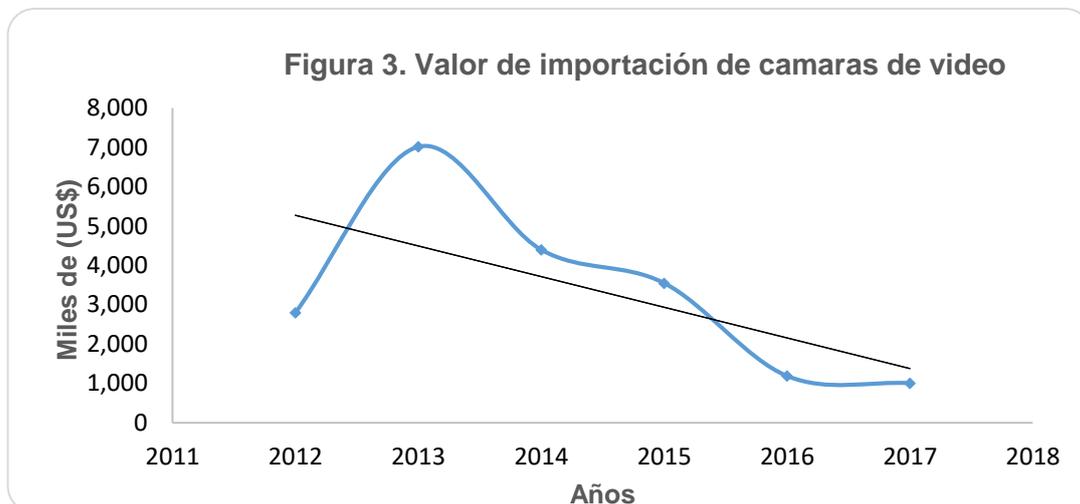
### 3.3 Resultados sobre el valor de importación de cámaras de video

En la siguiente tabla 3 se expresa el valor de importación de cámaras de video, durante el periodo 2012 – 2017, expresada en miles de US\$. Indicando la variación porcentual en relación al año anterior.

<b>Años</b>	<b>Valor de importación</b>	<b>Variación</b>
<b>2012</b>	2,801	
<b>2013</b>	7,015	150.45%
<b>2014</b>	4,394	-37.36%
<b>2015</b>	3,547	-19.28%
<b>2016</b>	1,187	-66.54%
<b>2017</b>	1,004	-15.42%

En la tabla presentada se observa que el valor de la importación de cámaras de video experimento una gran variedad respecto al año 2013, ya que obtuvo un crecimiento del 150% respecto al periodo estudiado, sin embargo, en los años que sufrió el mayor descenso se dio en los años 2014, 2015, 2016 y 2017 con una variación de -37.36%, -19.28%, 19.28% y -15.42% respectivamente. El superior valor importado se dio en el año 2013 con un total de 7,015 mil dólares y el mínimo valor se dio en el año 2017 con un total de 1,004 mil dólares.

En la figura 3 se ilustra el valor de importación de cámaras de video durante el periodo 2012 – 2017



Si se estima la línea de tendencia del valor de importación de cámaras de video, obtendremos los siguientes resultados:

$$Y = -780.46x + 2E + 06$$

$$r^2 = 0.4257$$

Dónde: y es valor de importación de cámaras de video

X es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran la recta de tendencia con un coeficiente de determinación ( $r^2 = 0.4257$ ) lo que se interpreta en el sentido que si existe una tendencia decreciente, y es relevante ya que existe un buen ajuste de los datos a la línea de tendencia en el valor de importación de los radios de comunicación, durante el periodo 2012 – 2017.

En dichos años el factor fundamental de decadencia fue por lo que no hubo mucha demanda en esos años.

### 3.4 Resultados sobre las ventas totales de la Zona Sur

En la siguiente tabla 4 se expresa el valor ventas en la zona sur, durante el periodo 2012 – 2017, expresada en miles de S/. Indicando la variación porcentual en relación al año anterior.

Tabla 4 ventas			
AÑOS	VENTAS	VARIACIÓN	Zona Sur
2012	56,450,269		S/15,806,075.32
2013	135,835,024	1.40627771	S/33,958,756.00
2014	170,717,061	0.25679708	S/35,850,582.81
2015	180,467,725	0.05711593	S/45,116,931.25
2016	202,123,852	0.12	S/50,530,963.00
2017	226,378,714	0.12	S/49,803,317.08

*Fuente: Rash Perú S.A.C*

En la tabla presentada se observa de como las ventas han ido evolucionando, ya sea que en el año 2012 tuvo la menor venta con un monto de S/. 15,806,075.32, por lo cual podemos decir no hubo mucha acogida de los clientes, ya que no conocían muy bien los productos que venden o si contaban con la garantía adecuada.

### 3.5 Resultados sobre las ventas totales de la Zona Este

En la siguiente tabla 5 se expresa el valor ventas de la zona este, durante el periodo 2012 – 2017, expresada en miles de S/. Señalando la alteración porcentual en relación al año anterior.

Tabla 5 VENTAS			
AÑOS	VENTAS	VARIACIÓN	Zona este
2012	56,450,269		S/13,548,064.56
2013	135,835,024	1.41	S/32,600,405.76
2014	170,717,061	0.26	S/40,972,094.64
2015	180,467,725	0.057	S/43,312,254.00
2016	202,123,852	0.12	S/48,509,724.48
2017	226,378,714	0.12	S/54,330,891.36

*Fuente: Rash Perú S.A.C*

En la tabla presentada se observa de como las ventas han ido evolucionando, ya sea que en el año 2012 tuvo la menor venta con un monto de S/. 13,548,064.56, por lo cual podemos decir no hubo mucha acogida de los clientes, ya que no conocían muy bien los productos que venden o si contaban con la garantía adecuada.

### 3.6 Resultados sobre las ventas totales de la Zona Norte

En la siguiente tabla 5 se expresa el valor ventas de la zona norte, durante el periodo 2012 – 2017, expresada en miles de S/. Indicando la variación porcentual en relación al año anterior.

Tabla 6 Ventas			
AÑOS	VENTAS	VARIACIÓN	Zona Norte
2012	56,450,269		S/19,757,594.15
2013	135,835,024	1.41	S/42,108,857.44
2014	170,717,061	0.26	S/52,922,288.91
2015	180,467,725	0.06	S/55,944,994.75
2016	202,123,852	0.12	S/62,658,394.12
2017	226,378,714	0.12	S/70,177,401.34

*Fuente: Rash Perú S.A.C*

En la tabla presentada se observa de como las ventas han ido evolucionando, ya sea que en el año 2012 tuvo la menor venta con un monto de S/. 19,757,594.15, por lo cual podemos decir no hubo mucha acogida de los clientes, ya que no conocían muy bien los productos que venden o si contaban con la garantía adecuada.

### 3.7 Resultados sobre las ventas totales de la Zona Top

En la siguiente tabla 6 se expresa el valor ventas de la zona top, durante el periodo 2012 – 2017, expresada en miles de S/. Indicando la variación porcentual en relación al año anterior.

Tabla 7 VENTAS			
AÑOS	VENTAS	VARIACIÓN	Zona Top
2012	56,450,269		S/10,161,048.42
2013	135,835,024	1.41	S/27,167,004.80
2014	170,717,061	0.26	S/34,143,412.20
2015	180,467,725	0.06	S/36,093,545.00
2016	202,123,852	0.12	S/40,424,770.40
2017	226,378,714	0.12	S/45,275,742.80

*Fuente: Rash Perú S.A.C*

En la tabla presentada se observa de como las ventas han ido evolucionando, ya sea que en el año 2012 tuvo la menor venta con un monto de S/. 10,161,048.42, la zona top se encuentra las mejores tiendas que tiene mayores ventas en lo que es todo el año,

### III. DISCUSION

Chaupis (2014) en su tesis publicada por la Universidad César Vallejo, comento que en la industria textil que fue la que el estudio China tuvo mucho más competitividad que el país en referencias a las MYPES, pero en este caso en dicha investigación se enfoca en la industria tecnológica el cual en los resultados sobre las ventas podemos apreciar que habido una mejora gracias a las importaciones de los productos estudiados de los cuales son reproductores de audio, radios de comunicación y cámaras de video, ya que desde el 2012 y 2016 tuvo una tendencia de crecimiento lo cual nos corrobora que China fue un gran mercado para la industria tecnológica en el país y más que todo para la empresa.

Montes (2017) en su tesis publicada por la Universidad las Américas, comento que en la tecnología es de mucha importancia, ya que hoy en día las personas dependen mucho de estos ya sea en la forma laboral, empresarial, social y a nivel de estudio, e base a la investigación que se realizó podemos corroborar su punto de vista ya que en los productos que se analizaron se pudo verificar que esos tres productos si tuvieron esa gran acogida y con el pasar de los años cada vez más. El cual podremos comprobar que el año 2016 tuvo el menor valor de importación de reproductores de audio con un total de 1,542 mil dólares.

Regal (2016) en su tesis publicada por la Universidad Ricardo Palma, comento que la empresa no tiene el conocimiento adecuado en el proceso de importación, ya que mediante eso por una mala documentación se genera sobre costos al momento de importar es por ello que afecta a la producción de la empresa, y así los productos tardaran en llegar y generaremos menor ganancia y las ventas irán bajando. En el cual podemos comprobar que en el año 2012 tuvimos el menor valor de ventas porque no contamos con los productos requeridos por los clientes.

Morones (2014) en su tesis publicada por Colegio de la Frontera Norte, comento a nivel del empleo de México sobre la industria de China estaría afectando en forma directa al mercado mexicano, como se sabe China es un país muy desarrollado, ya que tiene muchos tratados con diferentes países, si nos referimos al incremento de las importaciones de China, la industria del producto de México tiene que tener un impacto positivo para que tenga un incremento en las importaciones.

#### IV. CONCLUSIONES

1. Se concluye, durante el periodo 2012 – 2017 sobre el aspecto de importación y ventas, comenzando con la primera variable que en base de todo el periodo hubo un crecimiento pero esto dependió mucho a la demanda que lo requería, ya que en ciertos años hubo montos menores debido a que ya habría un sobre stock en el año requerido, por ende no se necesitó de mucha importación, basándonos en la segunda variable es decir sobre las ventas se puede concluir que ha tenido una tendencia de crecimiento desde el inicio del periodo.
2. Se concluye, las importantes de dichos periodos 2012 – 2017 fueron variados, en el cual las cámaras de video obtuvieron la menor demanda, ya que contaban con sobre stock de dichos productos, si hablamos de las radios de comunicación y equipos de audio si hubo un crecimiento en los últimos años.
3. Se concluye, durante los periodos de ventas 2012 – 2017 de cada sector se muestra que la zona norte tiene el mayor porcentaje de ventas total, ya que cuentan con mayores afluencias de público y además muestra mayor variedad de productos tecnológicos, comparando con las demás zonas como la zona top son tiendas que venden mayor cantidad de productos,

## **V. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda, mantener la tendencia creciente en las ventas, como se ha estado manteniendo en los últimos años, a través de diferentes promociones las cuales se realizan a nivel semanal el cual es su principal estrategia para generar ventas de forma más seguida.
2. Se recomienda elegir mejor las cantidades que importaremos para así no generamos sobre stock de dichos productos, además también los productos deben encontrarse en buen estado así nos evitaremos los reclamos de cliente.
3. Se recomienda que cada zona planifique mejor sus estrategias para poder obtener resultados mayores de ventas de los años anteriores, ya que así pasan dos años consecutivos el presupuesto que les indican pasarían hacer zona Top ya que esa zona son las tiendas que tienen mayor acogido por los clientes.

## REFERENCIAS

- Aveiga, k. (2016). *Análisis de los problemas que tienen los importadores en almacenamiento y despacho en carga general de importación en autoridad portuaria de esmeraldas* (Tesis de grado). Recuperado de <https://repositorio.pucese.ed.ec/bitstream/123456789/1403/1/AVEIGA%20ROBINZON%20KAREN%20PAOLA%20.pdf>
- Castro, G. Y Cantos, M. (2012) Plan de Importación y Logística de Comercialización del Insecticida Neonicotinoide Para el Control de Plagas en los Cultivos en la Provincia de Guayas (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador.
- Cuenca, E. et al. (2012) Manual de Comercio Internacional. Sevilla, España: Extenda.
- Czinkota, M., Ronkainen, L. y Moffett, M. (2007). *Negocios Internacionales*. (7.a ed.). México: Thomson.
- Echeverry y Montenegro (2013). Factibilidad para importación de los artículos tecnológicos chinos al mercado de Santiago de Cali. Recuperado de: <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5039/1/TMD01414.pdf>
- Hanson, D. (2016). Impacto de las importaciones de calzado de China en el nivel de empleo de la industria de México (Tesis de grado). Recuperado de: <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2014/11/TESIS-Morones-Carrillo-Ana-Lourdes1.pdf>
- Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta Ed). México: McGraw-Hill.
- Huesca, C. (2012). *Comercio Internacional*. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Comercio\\_internacional.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf)
- Madrid, C. (2015). *Importación y Exportación*. Recuperado de <https://archivos.juridicas.uma.mx/www/bjv/libros/6/2951/10.pdf>

- Osorio, C. (2011). *Diccionario de comercio Internacional*. Recuperado de <http://ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Diccionario-de-comercio-interacional.pdf>
- Parra, E. (2003). *Estrategias de ventas y Negociación*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=HGpXazBqgh0C&pg=PA33&dq=definicion+de+ventas&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWdSzvZHcAhXINJoKHX5qAHQQ6AEIJAA#v=onepage&q=definicion%20de%20ventas&f=false>
- Porter, M. (1987) *La Ventaja Competitiva, Creación y Sostenimiento de Un Desempeño Superior*. Buenos Aires, Argentina: CECSA
- Regal, C. (2016) *Propuesta de Formalización de un Procedimiento de Importación para la Optimización de los Tiempos de Nacionalización caso Empresa IQ Corporation S.A.C* (tesis de pregrado). Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú.
- Schroeder, R. (2009). *Elementos de Administración*. Ciudad de México, México: FCE
- Smith, A. (1776). *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Recuperado el 21 de octubre del 2015, de: [http://books.google.com,pe/books?id=J2Bxo-hTt20C&printsec=frontcover&dq=la+riqueza+de+las+naciones+Jos%C3%A9+Alonso+oETIZ&hl=es&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMlj\\_mz](http://books.google.com,pe/books?id=J2Bxo-hTt20C&printsec=frontcover&dq=la+riqueza+de+las+naciones+Jos%C3%A9+Alonso+oETIZ&hl=es&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMlj_mz)
- Valenzuela, J. (2004) *Estrategia de Reducción de Costos de Importación de Alimento Balanceado Para Perro en la Ciudad Capital* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

## **ANEXOS**

### Anexo 1: Matriz de Consistencia

Importación de productos de China y las ventas de la empresa Rash Peru S.A.C de Lima Metropolitana durante el periodo 2012 - 2017							
Objeto de estudio	Problema de investigación	Objetivo de investigación	Variables	Dimensiones	Indicadores	Método	
Empresa Rash Peru y sucursales	Problema general	Objetivo General	Importación	Equipos de audio	Valor FOB de equipos de audio	En la presente investigación de nivel descriptivo se utilizó el método estadístico, por medio de recolección, organización, análisis e interpretación de datos. Se determina la tendencia	
	¿Cómo fue la importación de productos de China y las Ventas de la Empresa Rash Perú SAC de Lima Metropolitana durante el período 2012-2017?	Determinar cómo fue la importación de productos de China y las ventas de la empresa Rash Peru S.A.C de Lima Metropolitana durante el periodo 2012 - 2017					
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos					Radio de Comunicaciones
	¿Cómo fue la importación de productos de China de la Empresa Rash Perú SAC de Lima Metropolitana durante el período 2012-2017?	Determinar cómo fue la importación de productos de China de la empresa Rash Peru S.A.C de Lima Metropolitana durante el periodo 2012 - 2017		Cámaras de Seguridad	Valor FOB de Cámaras de video		
	¿Cómo fueron las ventas de la Empresa Rash Perú SAC de Lima Metropolitana durante el período 2012-2017?	Determinar cómo fueron las ventas de la empresa Rash Peru S.A.C de Lima Metropolitana durante el periodo 2012 - 2017		Ventas	Zona sur		número de tiendas
					valor de ventas		
			Zona este	número de tiendas			
			valor de ventas				
	Zona norte	número de tiendas					
	valor de ventas						
Zona top	número de tiendas						
valor de ventas							

## Anexo 2: Juicio de Expertos

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE ENGOCIOS INTERNACIONALES

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

N°	Variable 1: Importación	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencia
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensiones							
	<b>Audio y video</b>							
1	Valor de importación de reproductores de Audio	✓		✓		✓		
2	Valor de importación de audífonos y dvds portátiles	✓		✓		✓		
	<b>Comunicaciones</b>							
4	Valor de importación de radio de comunicación	✓		✓		✓		
	<b>Seguridad</b>							
5	Valor de importación de cámaras de video	✓		✓		✓		
	<b>Variable 2: Ventas</b>							
	Dimensiones							
	<b>Audio y Video</b>							
6	Valor de venta total de reproductores de audio	✓		✓		✓		
	<b>Comunicaciones</b>							
7	Valor de venta total de radios de comunicación.	✓		✓		✓		
	<b>Seguridad</b>							
8	Valor de ventas totales de cámaras de video	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):.....  
 Op. Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable   
 Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mgr. / Lic. : P. Noé Zapata Manuel E.  
 DNI : 25819256  
 Especialidad del validador: F. C. Comercio

1. Pertinencia: El ítem corresponde al concepto formulario
2. Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
3. Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia se dice cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lima, 28 de junio de 2018

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

N°	Variable 1: Importación	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencia
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensiones							
	<b>Audio y video</b>							
1	Valor de importación de reproductores de Audio	/		/		/		
2	Valor de importación de audífonos y dvds portátiles	/		/		/		
	<b>Comunicaciones</b>							
4	Valor de importación de radio de comunicación	/		/		/		
	<b>Seguridad</b>							
5	Valor de importación de cámaras de video	/		/		/		
	<b>Variable 2: Ventas</b>							
	Dimensiones							
	<b>Audio y Video</b>							
6	Valor de venta total de reproductores de audio	/		/		/		
	<b>Comunicaciones</b>							
7	Valor de venta total de radios de comunicación.	/		/		/		
	<b>Seguridad</b>							
8	Valor de ventas totales de cámaras de video	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):..... *Hay suficiencia.*  
 Op. Aplicable ( ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )  
 Apellidos y nombres del juez validador. Dr. *(Mgr.) Carlos A. Guerra B.*  
 DNI: *09726163*

- Especialidad del validador:.....
1. Pertinencia: El ítem corresponde al concepto formulario
  2. Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
  3. Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia se dice cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lima, *20* de junio de 2018

  
 Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

N°	Variable 1: Importación	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencia
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensiones							
	<b>Audio y video</b>							
1	Valor de importación de reproductores de Audio	✓		✓		✓		
2	Valor de importación de audífonos y dvds portátiles	✓		✓		✓		
	<b>Comunicaciones</b>							
4	Valor de importación de radio de comunicación	✓		✓		✓		
	<b>Seguridad</b>							
5	Valor de importación de cámaras de video	✓		✓		✓		
	<b>Variable 2: Ventas</b>							
	Dimensiones							
	<b>Audio y Video</b>							
6	Valor de venta total de reproductores de audio	✓		✓		✓		
	<b>Comunicaciones</b>							
7	Valor de venta total de radios de comunicación.	✓		✓		✓		
	<b>Seguridad</b>							
8	Valor de ventas totales de cámaras de video	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):.....

Op. Aplicable (✓) / Aplicable después de corregir ( ) / No aplicable ( )  
 Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mgr. / Lic. : Hong E. Medina Guevara

DNI : 07566617

Especialidad del validador: Contador Público

1. Pertinencia: El ítem corresponde al concepto formulario
2. Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
3. Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia se dice cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lima, 28 de junio de 2018

  
 Firma del Experto Informante



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: COORCOTEA ESPINOZA LUCIO MANUEL
- I.2. Especialidad del Validador: DR EN ADMINISTRACIÓN
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTARIO
- I.5. Autor del instrumento: CLAUDIA ROXANA MAURINO CABALLERO

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>85%</b>

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

85%

Los Olivos, 3 de DICIEMBRE del 2018.

.....  
Firma de experto informante

DNI: 09000801

Teléfono: 991391140

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable: Importación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Guía de Análisis Documentaria Ítem Valor de importación de reproductores de audio	/		
Guía de Análisis Documentaria Valor de importación de cámaras de video	/		
Guía de Análisis Documentaria Valor de importación de cámaras de video	/		

Variable: Ventas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Guía de Análisis Documentaria Lima sur	/		
Guía de Análisis Documentaria Lima este	/		
Guía de Análisis Documentaria Lima norte	/		
Guía de Análisis Documentaria Lima top	/		

.....  
  
 Firma de experto informante

DNI: 09000801

Teléfono: 991391140

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Guerra Benderu Carlos A.  
 1.2. Especialidad del Validador: Lic en Administración  
 1.3. Cargo e Institución donde labora: Docente en la Univ. Cesar Vallejo  
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTARIO  
 1.5. Autor del instrumento: CLAUDIA ROXANA MAUTINO CABALLERO

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<u>85</u>

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

85%

Los Olivos, 30 de Noviembre del 2018.

.....  
 Firma de experto informante

DNI: 09+26163

Teléfono: 982332757

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable: Importación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Guía de Análisis Documentaria Ítem Valor de importación de reproductores de audio	/		
Guía de Análisis Documentaria Valor de importación de cámaras de video	/		
Guía de Análisis Documentaria Valor de importación de cámaras de video	/		

Variable: Ventas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Guía de Análisis Documentaria Lima sur	/		
Guía de Análisis Documentaria Lima este	/		
Guía de Análisis Documentaria Lima norte	/		
Guía de Análisis Documentaria Lima top	/		

.....  
Firma de experto informante

DNI: 09726163

Teléfono: 982332755



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg Román Franco, Vivian  
 I.2. Especialidad del Validador: Administración  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuadro de Análisis documental  
 I.5. Autor del instrumento: CLAUDIA ROXANA MAURINO CABALLERO

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						90

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
 .....  
 .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

90

Los Olivos, 28 de NOVIEMBRE del 2018.

.....  
  
 Firma de experto informante  
 DNI: 09144929  
 Teléfono: 940242577

V. PERTINENCIA DE ITEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable: Importación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Guía de Análisis Documentaria Ítem Valor de importación de reproductores de audio	✓		
Guía de Análisis Documentaria Valor de importación de cámaras de video	✓		
Guía de Análisis Documentaria Valor de importación de cámaras de video	✓		

Variable: Ventas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Guía de Análisis Documentaria Lima sur	✓		
Guía de Análisis Documentaria Lima este	✓		
Guía de Análisis Documentaria Lima norte	✓		
Guía de Análisis Documentaria Lima top	✓		

  
 .....  
 Firma de experto informante  
 DNI: 08141929  
 Teléfono: 040 242577

**Anexo 3: Guía de análisis Documentario**

		<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>						
<b>Audio</b>	Valor de importación de reproductores de Audio (US\$)	3,770	5,056	2,697	2,190	1,542	3,897
<b>Comunicaciones</b>	Valor de importación de Radios de comunicación (US\$)	1,231	1,942	741	993	840.35	1,966
<b>Seguridad</b>	Valor de importación de Cámaras de video Internacional (US\$)	2,801	7,015	4,394	3,547	1,187	1,004

**Anexo 3: Valor de importación de equipos de audio, en miles de dólares Americanos**

	VALOR DE IMP. 2012	VALOR DE IMP. 2013	VALOR DE IMP. 2014	VALOR DE IMP. 2015	VALOR DE IMP. 2016	VALOR DE IMP. 2017
MUNDO	28.004	26.124	21.238	19.433	25.855	28.789
Malasia	7.765	7.155	6.348	6.946	9.232	14.851
China	3.770	5.056	2.697	2.190	1.542	3.897
República Checa	10.369	9.856	7.873	5.245	4.397	2.889
Viet Nam	0	0	85	976	1.542	2.139
Estados Unidos	1.235	1.395	723	657	801	1.192

Fuente: TRADE MAP

#### Anexo 4: Valor de importación de radios de comunicación

	VALOR DE IMP. 2012	VALOR DE IMP. 2013	VALOR DE IMP. 2014	VALOR DE IMP. 2015	VALOR DE IMP. 2016	VALOR DE IMP. 2017
Mundo	1.636	4.771	3.210	3.275	3.854	4.065
China	1.231	1.942	741	993	0	1.966
Malasia	3	2.54	2.283	2.169	1.914	1.731
Japón	392	279	177	92	139	241
México	0	0	0	0	19	113

Fuente: Trade Map

**Anexo 5: Valor de importación de cámaras de video**

	VALOR DE IMP. 2012	VALOR DE IMP. 2013	VALOR DE IMP. 2014	VALOR DE IMP. 2015	VALOR DE IMP. 2016	VALOR DE IMP. 2017
Mundo	9.928.112	13.352.912	10.326.125	9.670.295	5.741.603	4.641.490
Corea	1.855.923	2.152.601	2.087.663	2.097.603	815.91	1.073.204
China	2.801.307	7.015.293	4.394.983	3.547.026	0	1.004.026
Japón	2.072.367	1.322.120	998.334	780.652	840.349	836.341
Viet Nam	1.705.874	1.592.233	1.787.408	2.124.448	1.187.661	654.174

Fuente: Trade Map

**Anexo 6: Ventas de Zona Sur**

CONQUISTADORES	METRO HUAYLAS	REAL PLAZA CHORRILLOS	MEGAPLAZA VES	WONG BAJA BALTA	LARCO	PARDO	METRO MIOTA	METRO PLAZA LIMA SUR	TOTTUS PACHACUTEC	BARRANCO
200,000	70,000	280,000	220,000	220,000	400,000	230,000	100,000	120,000	135,000	155,000
OPEN PLAZA ATOCONGO	STRIP CENTER CHORRILLOS	PLAZA VEA EL CORTIJO	CAVENECIA	VIVANDA ASIA	VILLA MARÍA	LAS BEGONIAS	PV LURIN	LARCOMAR	C.C. PLAZA LIMA SUR	28 DE JULIO
350,000	230,000	155,000	290,000	50,000	320,000	500,000	200,000	220,000	520,000	250,000

*Fuente: Rash Perú*

**Anexo 7: Ventas de Zona Este**

CAMINOS DEL INCA	CHACLACAYO	PARQUE EL AGUSTINO	LA RAMBLA DE SAN BORJA	LAS FLORES	GRAN CHIMU	PLAZA VEA SANTA ANITA	METRO LIMATAMBO	PLAZA VEA HIGUERETA	REAL PLAZA PRIMAVERA	BENAVIDES
200,000	280,000	180,000	400,000	120,000	200,000	240,000	105,000	200,000	220,000	210,000
CHACARRILLA	MORELLI	LA ENCALADA	METRO SJL	METRO CANADA	METRO PROCERES	OPEN PLAZA AGAMOS	EL POLO	PANORAMA		
580,000	160,000	580,000	250,000	200,000	250,000	250,000	410,000	155,000		

*Fuente: Rash Perú*

**Anexo 8: Ventas de Zona Norte**

METRO COMAS	METRO ALFONSO UGARTE	METRO VENTANILLA	METRO PLAZA NORTE	METRO FAUCETT	SUCRE	PLAZA VEA PUENTE PIEDRA	MINKA	UNIPLAZA	CANTA CALLAO	TOTTUS LIMA
200,000	280,000	330,000	320,000	160,000	160,000	220,000	120,000	185,000	135,000	400,000
JIRÓN DE LA UNIÓN	MALL AVENTURA BELLAVISTA	OPEN PLAZA LA MARINA	METRO LAMARINA	LA RAMBLA BRASIL	PLAZA VEA SALAVERRY	METRO COLONIAL	MAGDALENA	2 DE MAYO		
350,000	610,000	140,000	230,000	550,000	500,000	290,000	1,150,000	160,000		

*Fuente: Rash Perú*

**Anexo 9: Ventas de Zona Top**

Aeropuerto	Real Plaza Salaverry	SALAVERRY	C.C. SAN MIGUEL	La Molina	MEGA PLAZA II	PLAZA LIMA NORTE	CENTRO CÍVICO	COOLBOX SANTA ANITA	COOLBOX MEGAPLAZA	JOCKEY
155,000	160,000	400,000	220,000	280,000	800,000	140,000	250,000	650,000	650,000	185,000
<b>MALL DEL SUR</b>	<b>AEROPUERTO INTERNACIONAL</b>									
230,000	240,000									

*Fuente: Rash Perú*



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, VIVIAN ISABEL ROMANI FRANCO, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CHINA Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA RASH PERÚ S.A.C. EN LIMA METROPOLITANA DURANTE EL PERIODO 2012 – 2017", del (de la) estudiante MAUTINO CABALLERO CLAUDIA ROXANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Lima, 05 de Diciembre de 2018

Firma

VIVIAN ISABEL ROMANI FRANCO

DNI: 08144929

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CHINA Y LAS VENTAS DE LA  
EMPRESA RASH PERÚ S.A.C. EN LIMA METROPOLITANA  
DURANTE EL PERIODO 2012 - 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

Mautino Caballero Claudia Roxana

ASESOR:

MGR. ROMANI FRANCO VIVIAN ISABEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MERCADOS EMERGENTES

LIMA - PERÚ

2018



Resumen de coincidencias

29 %

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	19 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6 %
3	www.colef.mx Fuente de Internet	1 %
4	bdigital.uao.edu.co Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
6	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
8	repositorio.cepal.org Fuente de Internet	<1 %
9	gestiopolis.com Fuente de Internet	<1 %



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

MAUTINO CABALLERO CLAUDIA ROXANA

D.N.I. : 75845736

Domicilio : Av. Santa Rosa 298

Teléfono : Fijo : 930761863 Móvil : 5934021

E-mail : claudia\_mautino@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias empresariales

Escuela : Negocios Internacionales

Carrera : Negocios Internacionales

Título : Licenciada en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

MAUTINO CABALLERO CLAUDIA ROXANA

Título de la tesis:

IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CHINA Y LAS VENTAS DE LA  
EMPRESA RASH PERÚ S.A.C. EN LIMA METROPOLITANA DURANTE EL  
PERIODO 2012 – 2017

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha: 05/12/2018



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
La Escuela de Negocios Internacionales

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MAUTINO CABALLERO CLAUDIA ROXAN

INFORME TÍTULADO:

IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CHINA Y LAS VENTAS DE LA  
EMPRESA RASH PERU S.A.C. EN LIMA METROPOLITANA DURANTE EL  
PERÍODO 2012 – 2017

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 5/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 14



\_\_\_\_\_  
ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN