



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN EN LAS EMPRESAS DE
AUTOPARTES VEHICULARES DEL CONSORCIO CANTO REY – 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

Anthony Joel Veliz Maluquish

ASESOR:

Dr. Sabino Muñoz Ledesma

LINEA DE INVESTIGACION

Comercio Internacional

LIMA-PERÚ

2016

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan importante de mi vida que es mi formación profesional. A su vez a mi hermano por el apoyo incondicional y principalmente a mi madre que a pesar de no estar en vida su apoyo siempre se sintió y se sentirá.

Este trabajo está dedicado a mi mamá por haber confiado siempre en mí a pesar de todos mis errores, la amo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo VELIZ MALUQUISH, ANTHONY JOEL con DNI N° 47513369, 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, 09 de octubre del 2016

VELIZ MALUQUISH, ANTHONY JOEL

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN EN LAS EMPRESAS DE AUTOPARTES VEHICULARES DEL CONSORCIO CANTO REY -2016**, con el propósito de analizar la relación entre las Estrategias de Importación, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

VELIZ MALUQUISH, ANTHONY JOEL

ÍNDICE

PAGINA DEL JURADO	ii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
1.1. Realidad Problemática	¡Error! Marcador no definido.2
1.2. Trabajos previos	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	¡Error! Marcador no definido.
1.3.1 Estrategias de Importación	¡Error! Marcador no definido.
1.3.1.1. Guzmán.....	5
1.3.1.2. Hil	6
1.3.1.3. García.....	6
1.3.1.3.1 Dimensiones 01 – Perfil y Búsqueda de Proveedor	¡Error! Marcador no definido.
1.3.1.3.2 Dimensión 02 – Filtrado y Contacto del Proveedor	¡Error! Marcador no definido.
1.3.1.3.3 Dimensión 03 - Solicitar muestras a los proveedores seleccionados	9
1.4. Formulación del problema	¡Error! Marcador no definido.
1.4.1. Problema General	¡Error! Marcador no definido.
1.4.2. Problemas específicos	¡Error! Marcador no definido.
1.5. Justificación.....	1 ¡Error! Marcador no definido.
1.5.1 Justificación Teórica	¡Error! Marcador no definido.
1.5.2 Justificación Social	¡Error! Marcador no definido.
1.5.3 Justificación Práctica	¡Error! Marcador no definido.
1.5.4 Justificación Metodológica	¡Error! Marcador no definido.
1.6. Hipótesis	¡Error! Marcador no definido.
1.7. Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
1.7.1. Objetivo General.....	¡Error! Marcador no definido.
1.7.2. Objetivos específicos.....	¡Error! Marcador no definido.
II. METODO	¡Error! Marcador no definido.
2.1. Diseño de investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.2. Variables, Operacionalización	¡Error! Marcador no definido.4
2.3. Población y muestra	¡Error! Marcador no definido.
2.3.1. Población	¡Error! Marcador no definido.
2.3.2. Muestra.....	¡Error! Marcador no definido.

2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	¡Error! Marcador no definido.
Marcador no definido.		
2.4.1.	Técnica	¡Error! Marcador no definido.
2.4.2.	Confiabilidad del Instrumento	¡Error! Marcador no definido.
2.4.3.	Validez	¡Error! Marcador no definido.
2.4.4.	Confiabilidad	¡Error! Marcador no definido.
2.5	Métodos de análisis de datos	¡Error! Marcador no definido.
2.6	Aspectos éticos	¡Error! Marcador no definido.
III.	RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
3.1.	Variable 1 – Estrategias de Importación	¡Error! Marcador no definido.
3.1.1.	Dimensión 1 – Perfil y Búsqueda del proveedor ...	¡Error! Marcador no definido.
3.1.2.	Dimensión 2 – Filtrado y Contacto del proveedor	¡Error! Marcador no definido.1
3.1.3.	Dimensión 3 – Selección y Negociación del proveedor	¡Error! Marcador no definido.
IV.	DISCUSIÓN	¡Error! Marcador no definido.
V.	CONCLUSIÓN	¡Error! Marcador no definido.
VI.	RECOMENDACIONES	¡Error! Marcador no definido.8
VII.	REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS	¡Error! Marcador no definido.9
VII.	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.2
	✓ Matriz de consistencia	
	✓ Cuestionario	
	✓ Validación de encuestas	
	✓ Confiabilidad	

RESUMEN

La investigación fue buscar la identificación de los objetivos planteados a las Estrategias de Importación en las empresas de autopartes vehiculares Del consorcio Canto Rey – 2016. La variable que se utilizó fue Estrategias de Importación. El enfoque fue cuantitativo de diseño no experimental con método de Hipotético – Deductivo. Se utilizó como unidades muestrales a microempresarios las cuales fueron 30 empresas importadoras autopartes vehiculares que están ubicadas en Canto Rey. La técnica utilizada fue de censo y el instrumento de medición un cuestionario, válido y confiable. Utilizando SPSS y Estadística Descriptiva, se concluye que los encuestados consideraban que sus empresas importadoras de los niveles de buena a regular en un 53.3% y 33.3% respectivamente.

Palabras claves: Estrategias de Importación, Consorcio, Autopartes.

ABSTRACT

The research was to identify the objectives set out in the Import Strategies in the auto parts companies of the Consortium Canto Rey - 2016. The variable that was used was Import Strategies. The approach was quantitative without experimental design with Hypothetical - Deductive method. The sample was used by microempresarios as 30 import companies that sell cars that are located in Canto Rey. The technique used with the census and the instrument of measurement of a questionnaire, valid and reliable. Using SPSS and Descriptive Statistics, we conclude that respondents considered their companies importing the regular good levels by 53.3% and 33.3% respectively.

Keywords: Import Strategies, Consortium, Auto Parts.