



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**Incidencia de los costos de importación en las ventas de  
hardware en la empresa Importek SAC Cercado de Lima –  
2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Negocios Internacionales**

**AUTORES:**

Espinoza Jauregui, Daniel Adolfo (ORCID: 0000-0003-0017-1638)

Nole Orozco, Elias Daniel (ORCID: 0000-0002-2110-4189)

**ASESORA:**

Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela (ORCID: 0000-0001-7282-5595)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

## Dedicatoria

Principalmente a Dios porque es bueno en todo tiempo y en todo tiempo Él es bueno, que ha mostrado en mi su amor incondicional dando salud, ganas y valentía para salir adelante y llegar a cumplir mis metas y objetivos propuestos.

Así mismo, a mis padres Hector Nole Zapata y María Félix Orozco Montenegro; como también a Flor Ivonne Jauregui Lapa y Lidia Lapa Issac De Jauregui que nos aconsejan, oran y apoyan para creer que no solamente este trabajo viene de uno mismo, sino que el Señor siempre estuvo ahí y lo sentimos en los momentos difíciles de mi carrera. Nuestros padres son lo mejor en nuestras vidas y llegar a la edad que tenemos sin ellos a nuestro lado hubiera sido diferente.

## Agradecimiento

Nuestro más cordial reconocimiento y agradecimiento a mi asesora y Dra. Mary Hellen Mariela Michca Maguiña de la facultad de Ciencias Empresariales por el respeto que le tenemos desde que la conocimos, participando en momentos importantes en el ámbito personal. Agradecidos también por su seguimiento y paciencia en mi investigación.

De igual manera agradecer la Empresa Importek S.A.C y a todos los participantes que hicieron viable mi investigación.

Finalmente, a todas las personas que me acompañaron desde el día cero, gracias a Dios y sus consejos pudimos terminar el presente trabajo de investigación.

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	1
Índice de tablas	3
Índice de gráficos y figuras	4
Resumen	5
Abstract	6
I. INTRODUCCIÓN	7
II. MARCO TEÓRICO	11
III. METODOLOGÍA	21
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Variables y Operacionalización	21
3.3. Población, muestra, muestreo	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	23
3.5 Procedimiento	25
3.6 Método de análisis de datos	25
3.7 Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	39
VI. CONCLUSIONES	43
VII. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	45
ANEXO	

Anexo: Matriz de operacionalización de variables

Anexo: Instrumento de recolección de datos

Anexo: Declaratoria de originalidad de autor

Anexo: Declaratoria de autenticidad de asesor

Anexo: Acta de sustentación de tesis

Anexo: Autorización de publicación en repositorio institucional

## Índice de tablas

Tabla 1: Resultados de la variable Costos De Importación	27
Tabla 2: Resultados de la dimensión Proveedor	28
Tabla 3: Resultados de la dimensión CIF	29
Tabla 4: Resultados de la dimensión Gastos Incurridos	30
Tabla 5: Resultados de la variable Ventas	31
Tabla 6: Resultados de tablas cruzadas de las variables Costos de Importación y Ventas	32
Tabla 7: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Proveedor y la variable Ventas	33
Tabla 8: Resultados de tabla cruzada de la dimensión CIF y la variable Ventas	34
Tabla 9: Resultados de tabla cruzada la dimensión Gastos Incurridos y la variable Ventas	35
Tabla 10: Resultados de la correlación entre las variables Costos De Importación y Ventas	36
Tabla 11: Resultados de correlación entre la dimensión Proveedor y la variable Ventas	37
Tabla 12: Resultados de correlación entre la dimensión CIF y la variable Ventas	38
Tabla 13: Resultados de correlación entre la dimensión Gastos Incurridos y la variable Ventas	38
Tabla de Rangos de confiabilidad para enfoques cuantitativos	66

## Índice de gráficos y figuras

Figura 1: Resultados de la variable Costos De Importación	27
Figura 2: Resultados de la dimensión Proveedor	28
Figura 3: Resultados de la dimensión CIF	29
Figura 4: Resultados de la dimensión Gastos Incurridos	30
Figura 5: Resultados de la variable Ventas	31
Figura 6: Gráfico cruzado de las variables Costos de Importación y Ventas	32
Figura 7: Gráfico cruzado de la dimensión Proveedor y la variable Ventas	33
Figura 8: Gráfico cruzado de la dimensión CIF y la variable Ventas	34
Figura 9: Gráfico cruzado de la dimensión Gastos Incurridos y la variable Ventas	35

## Resumen

En el Perú se está desarrollando un crecimiento sostenido en las importaciones, que se ha visto favorecido en la creación de las empresas como Importek SAC funcionando a partir del año 2011. Es por ello esta investigación tiene como finalidad Determinar la manera que se relaciona los costos de importación y las ventas de hardware de la empresa Importek – 2018. Este trabajo de investigación es de tipo aplicada con un diseño no experimental – transversal además de contener un diseño no experimental de tipo aplicada y con un nivel de estudio correlacional. La población está formada por 22 trabajadores de la empresa Importek SAC por lo que se convierte en tipo censal, la técnica empleada es la encuesta el instrumento empleado que cuenta con 39 preguntas en total de las cuales 20 son para la variable Costo de importación y 19 son para la variable Ventas. En el cual para poder obtenerlos resultados se utilizó el estadístico Rho de Spearman el cual nos permitió validar la hipótesis que teníamos. El análisis de datos se realizó mediante el uso del programa estadístico SPSS, estas presentaron una relación positiva y significativa con una correlación perfecta de 1,000, teniendo una significancia menor a 0,001, concluyendo que los costos de importación tienen una gran relación con las ventas de hardware de la empresa Importek dándonos a conocer que a mayor sean las importaciones realizadas mayor también serán las ventas que hagan la empresa a sus clientes en general.

**Palabras clave:** Costos de importación, Ventas, Hardware.



## **Abstract**

In Peru, a sustained growth in imports is being developed, which has been favored in the creation of companies such as Importek SAC operating since 2011. This research is therefore aimed at determining how costs are related of import and hardware sales of the company Importek - 2018. This research work is of an applied type with a non-experimental design - transversal in addition to containing a non-experimental design of applied type and with a correlational study level. The population is made up of 22 workers from the Importek SAC company, so it becomes a census type. The technique used is the survey, the instrument used, which has 39 questions in total, 20 of which are for the variable Cost of import and 19 they are for the variable Sales. In which the Spearman's Rho statistic was used to obtain the results, which allowed us to validate the hypothesis we had. The data analysis was performed using the SPSS statistical program, these presented a positive and significant relationship with a perfect correlation of 1,000, having a significance of less than 0.001, concluding that import costs have a great relationship with hardware sales The company Importek informing us that the greater the imports made, the greater the sales made by the company to its customers in general.

**Keywords:** Import costs, Sales, Hardware.

## I. INTRODUCCIÓN

En 1990, 51,9% de las exportaciones que realiza china al mundo proviene de sectores de bajo nivel en tecnología, y solo 6,9% de los sectores de tecnología avanzada. Para el año 2000, estas últimas habían incrementado a 25% del total, mientras que las primeras se redujeron a 44,9%. A causa de este desarrollo, entre 1990 y 2000 China pasó de 0,7% a 4,1% en exportaciones de alta tecnología. En los próximos años será el escenario de una creciente competitividad no solo en ropa y textil, sino también en computadoras, maquinaria, electrónica, automóviles y petroquímica. Si la tendencia continúa, es previsible que China no solo supere a las exportaciones mexicanas y centroamericanas, sino también a las de otros países, como Corea del Sur, las cuales hasta el momento se han visto muy beneficiados por el auge económico del gigante asiático (León, 2006). En el presente trabajo de investigación se basará en la incidencia de los costos de importación en las ventas de hardware en la empresa Importek SAC Cercado de Lima - que es una empresa importadora de productos tecnológicos como hardware promoviendo su actividad en el comercio exterior desde el año 2011 y fomentando oferta laboral hasta el día de hoy donde muchos practicantes relacionados al comercio exterior optan por realizar sus prácticas pre profesionales en aquel centro de trabajo. El mundo del comercio exterior dispone de diferentes medios de transporte para trasladar mercancías de un lugar a otro. Los medios de transporte más utilizados son vía aérea a través de los aviones de carga, pero este no es el medio más conveniente para las empresas ya que suele ser muy costoso. El medio más frecuentado para trasladar mercancías en esta década es por la vía marítima, este maneja un costo prudente para los productos que requieren ser comercializados en un país de destino con el fin de generar rentabilidad en las empresas; ahora bien, se sabe que es el medio convenido por la mayoría de empresas, también suele ser el medio menos rápido, consecuencia de ello la cadena logística es la más complicada El Perú ha experimentado un dinamismo en las importaciones, caracterizándose en la variedad de productos comercializados que hoy en día pueden ser apreciados a precios realmente bajos y atractivos para la sociedad. donde la tecnología está tomando fuerza en esta década, Gracias a ello El 28 de abril de 2009, la entonces Ministra de Comercio Exterior y Turismo de Perú, Mercedes Aráoz y el Viceministro

de Comercio de China, Yi Xiaozhun suscribieron el Tratado de Libre Comercio en la ciudad de Beijing. Dicho acuerdo entró en vigencia el 1 de marzo de 2010. (Perú, Mincetur, 2019). Es por ello que he creído conveniente investigar sobre los costos que incurren en las importaciones de hardware con el fin de que futuros importadores tomen buenas decisiones al elegir el país de origen, puerto de origen, barco conveniente, puerto de destino y agencia de aduana para optimizar dichos costos dado que malas elecciones en una importación marítima pueden tener serios problemas en el lugar de destino como inflar el producto de un insignificante costo a un costo exorbitante. Hoy en día, existen muchos negocios que se formalizan porque están con el apetito de luchar con la competencia y se han dado cuenta que fabricar a nivel nacional es más costoso que importar productos para comercializarlos, la mano de obra hace la diferencia significativamente en diferentes países, fomentando a la mayoría de negocios peruanos en poner su mirada en el continente asiático. Asimismo, TRADEMAP (2018) señala que lo que respecta el 2017-2018, el Perú ha importado más de 17 millones de dólares, siendo los principales importadores de hardware en el Perú con la partida arancelaria 8471.60.20.00, las empresas 11 y 6 entretenimiento S.A.C, Advance computer corporation S.A.C, Baby Computer S.A, Cimetsys Perú S.A.C, entre otras. Determinando que son las compañías que están en la lista más alta de importadores por su nivel de importación y uso de mayores dólares americanos. Considerando lo explicado anteriormente, se ha formulado el problema general de investigación: ¿Cómo se relaciona los Costos de Importación con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018? Además, se formuló el problema específico 1: ¿Cómo se relaciona los proveedores y las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018?, así como el problema específico 2: ¿Cómo se relaciona el CIF con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018? y el problema específico 3: ¿Cómo se relaciona los gastos incurridos con las ventas de hardware de la empresa Importek – 2018? Justificación. Se justifica de manera práctica: Para que la empresa Importek sepa utilizar los recursos aportados en este informe de investigación dado que Importek genera ganancias mínimas al momento de realizar dichas ventas por su capacidad de stock o precio del producto incitando a los clientes a la búsqueda de nuevas tiendas y averigüen sobre promociones o precios que ellos ofrecen. Por ello al apoyar a la empresa Importek brindándole conocimientos profesionales y

actualizados se desea que pueda contar con beneficios en sus futuras importaciones y también de cómo puede variar en sus precios ya que de esa forma podrán generar mayor cantidad demanda por los mismos clientes como también contar con más ventas tanto a sus clientes actuales además de los clientes futuros que transitan por el Centro De Lima por ser un área donde se cuenta con un alto nivel de demanda hardware, y así analizar la incidencia del costo de importación en las ventas de hardware en la empresa Importek SAC Cercado de Lima - 2018.

Justificación Metodológica: La investigación se apoyó y definió la relación de las dos variables que son costo de importación y ventas de hardware de la empresa Importek SAC Cercado de Lima - 2018. Mediante la validación del cuestionario de preguntas y su confiabilidad. Este tipo de estudio nos explicó cada teoría de nuestras hipótesis relacionadas al tema.

Justificación Teórica: Se aprovecharon los recursos científicos como: Tesis, artículos, libros, revistas, entre otros con la finalidad de establecer la relación de estas dos variables en el mercado nacional.

Según los problemas planteados tiene como objetivo general: Determinar la relación entre los Costos de Importación con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018, así también tiene el objetivo específico 1: Determinar la relación entre los proveedores con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018, el objetivo específico 2: Determinar la relación entre el CIF con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018, objetivo específico 3: Determinar la relación entre los gastos incurridos con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018.

Teniendo así, en las hipótesis se encuentra como general que: Ha: Los costos de importación se relacionan con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018 Ho: Los costos de importación no se relacionan con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018, como específicas está la hipótesis 1 donde menciona que: Ha: Los proveedores se relacionan positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018. Ho: Los proveedores no se relacionan positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018., la hipótesis 2 dice que: Ha: El CIF se relaciona positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018. Ho: El CIF no se relaciona positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018 y la hipótesis 3 resume qué: Ha: gastos incurridos se relaciona positivamente con las ventas de hardware

de la empresa Importek - 2018. Ho: Los gastos incurridos no se relaciona positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018.

## II. MARCO TEÓRICO

En relación con las variables de investigación se acudió a tesis nacionales e internacionales y/o artículos de investigación que han sido de nuestro interés y relacionados a nuestra investigación, por consiguiente. Figuran los siguientes trabajos previos: Gómez (2018) en su tesis de licenciatura “ Análisis de la relación entre los costos logísticos adicionales y el costo de importación de la empresa best security del Perú S.A.C. 2016-2017 “ de la Universidad de San Martín de Porres, que sostiene como objetivo general comprender el nivel de relación del costo de importación y los costos logísticos agregados de la empresa Best security del Perú; es de vital importancia relucir la metodología utilizada en la tesis de investigación fueron la del diseño descriptivo correlacional, con un enfoque cuantitativo, la población fue de 10 pymes en el cual la empresa que se encuentra en el título fue la indicada cumpliendo los parámetros mostrados en dicha tesis ajustándose por las importaciones involucradas en la gestión de importaciones siendo la muestra de 43 trabajadores al cálculo estadístico de muestra óptima. Se concluyó que existe una correlación fuerte y directa entre las variables dependiente e independiente asimismo fue confirmada por la conducta de los KPI's que implantó una relación lineal inversa aduciendo que mientras sea más el costo de importación menores serán los costos logísticos gracias a los mecanismos y al buen ánimo de los proveedores al momento de hacer negocios, ya que te llenan de conocimiento de tu producto y muestran el interés necesario para mantener buenas relaciones eso conlleva que las empresas peruanas gestionen las importaciones de una manera práctica. Para concluir con la variable costo de importación alegaremos a Pacheco y Zeballos (2018). En su tesis de bachillerato para obtener su título profesional de contador público denominado “ Incidencia del costo de importación en el estado de resultados de la empresa B&G S.A.C. del distrito de Lima Cercado en el ejercicio 2017”, de la Universidad Tecnológico del Perú que tuvo como objetivo evaluar la incidencia del costo de adquisición en el cálculo del costo de importación, el diseño de la investigación es no experimental con un enfoque cuantitativo, su población estuvo conformada por todos las empresas que importan productos para comercializarlos y la muestra recayó en los trabajadores cumpliendo los parámetros establecidos, concluyendo que es necesario tener los conocimientos necesarios

para aplicar la normativa vigente para no cometer errores económicos dónde nuestro costo CIF no se incremente ni afecte a la empresa asimismo informarse antes sobre el tipo de régimen por la cual estarán sujetas nuestras futuras importaciones y así corresponder en las obligaciones tributarias. Tapia (2018) en su Tesis de Maestría llamada "Los Sistemas De Información En La Gestión De Las Empresas De Venta De Productos De Tecnologías De Información Del Distrito De Cajamarca – Año 2014 " de la Universidad Nacional de Cajamarca, tiene por objetivo Poder establecer el aporte de los sistemas de información en la gestión de las empresas de ventas de productos tecnológicos de información del distrito de Cajamarca el diseño de la presente investigación ha sido No Experimental con un enfoque cuantitativo, su población estuvo conformada por los 57 directivos encargados de empresas de venta de productos de tecnologías de información del distrito de Cajamarca, concluyendo que dichos Sistemas de Información tienen un reducido aporte al gestionar las empresas de las empresas de ventas de productos de Tecnologías de Información del distrito de Cajamarca. Ipanaque (2017) menciona en su tesis "Desarrollo de una aplicación web para la mejora del proceso de venta de equipos informáticos en la empresa suministros tecnológicos Terabyte" de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, que tuvo como propósito Establecer cómo ha influido el crecimiento de la aplicación web para mejorar el proceso de ventas de equipos electrónicos dentro de la empresa de suministros tecnológicos Terabyte , realizó una investigación básica de enfoque cuantitativo, se concluye que su sistema de ventas desarrollado ha favorecido positivamente dentro del proceso de ventas, incluido el registro del producto, comprobante, pedidos y control de los diversos componentes tecnológicos dentro de su almacén. Fasabi (2017) menciona en su tesis "Caracterización Del Financiamiento Y La Rentabilidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio Rubro Compra Y Venta De Computadoras Del Distrito De Callería, 2016" de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, que tiene como objetivo Describir las principales características del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de computadoras del distrito de Callería, 2016. El diseño que se ha utilizado en esta investigación es cuantitativo, descriptivo, no experimental, cuya población muestra fue de 15 Mypes del sector comercio rubro compra y venta de computadoras del distrito de Callería, 2016 concluyendo que los

Datos generales de los representantes de las Mypes son adultos y tienen entre 26 años a más, el 80% son de sexo masculino, tienen grado de instrucción superior no universitaria completa y la ocupación que predomina con 47% es comerciante. Tesis Internacionales: Lucio y Matamoros (2018) en su tesis de licenciatura “ Incidencias de los costos de las importaciones en los procesos logísticos en la empresa Tecnovias S.A” de la Universidad de Guayaquil, que guarda como objetivo diagnosticar la posición presente de los costos de importaciones y su incidencia en los procesos logísticos en la empresa Tecnovias; es indispensable señalar que la metodología tuvo un diseño no experimental, la técnica empleada para el acopio de datos fue la encuesta y su población estuvo constituida por todos los trabajadores de la empresa Tecno vías S.A siendo la muestra los 6 participantes distribuidos en el área comercial, área financiero y contable finalizando con el área contable; consecuencia de ello los resultados mostraron que los Costos de importación tiene fuerte relaciones con los procesos logísticos y la aduana nacional de Ecuador se encuentra en la búsqueda de mecanismos internos que agilice la nacionalización de mercancías con el fin de evitar costos directos que incrementan el precio en el mercado nacional para sus ventas. En el mismo sentido Báez (2016) en su tesis de grado llamado “El proceso de importación y los costos del producto terminado de la empresa ALUVID CIA. LTDA. En el periodo 2014 – 2015.” de la Universidad Técnica de Ambato, tiene por objetivo determinar cómo incide el proceso de importación y el cálculo del costo de producto terminado en la reducción de la rentabilidad en la empresa; es preciso señalar que el sentido de la investigación es mixta con un modelo de investigación exploratorio, la población estuvo compuesta por todos los trabajadores de la empresa que tiene relación en el proceso de importación. Se llega a la conclusión que el desconocimiento del personal encargado de los procesos de importación genera el incremento de los gastos incurridos para la empresa al contratar agentes aduaneros cuando existen hasta un tope de monto en dólares americanos que la aduana permite que pueda importarse productos y la propia empresa lo pueda gestionar sin contratar a terceros consecuencia de ello, la empresa tiene un proceso de importación tardío por el mal control de inventario y ello retarda el proceso productivo. Por consiguiente, Cuervo (2018) en su tesis de grado para aplicar a título de tecnología en comercio exterior y logística “Mejoramiento del método actual del control de los costos de importación ” del



Tecnológico de Antioquia - Medellín, que guarda como objetivo específico desarrollar una matriz de costos empleada para el análisis de ahorros en el proceso de importación; es sumamente importante señalar que el diseño metodológico es aplicada; por consecuencia los resultados mostraron que finalmente se dio respuesta a su objetivo ya que se creó la matriz para ahorrar costos en las importaciones de una forma práctica y precisa ya que se elaboraron fichas técnicas en los indicadores y así se pudo formalizar los procesos, adicional a ello son las inspecciones físicas donde no todas las empresas caen en inspección y por ende no tendrían que pagar por ello por lo cual eso también se vuelve para de la matriz creada en esta investigación. Cevallos (2018) menciona en su tesis “Análisis de la calidad del servicio de los locales que se dedican a la venta de computadoras en el centro de Manta” de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, tiene como objetivo Analizar la calidad de servicio de los locales que se dedican a la venta de computadoras en el centro de Manta, el diseño de la investigación es no experimental con un enfoque cuantitativo, su población estuvo conformada por las personas mayores de 18 años del Cantón Manta, De lo cual concluye que los resultados que desean obtener en la investigación es poder detectar los aspectos positivos y negativos que se presentan en los diversos locales de venta de computadoras en el centro de Manta ya que luego de ello promover que estrategias se aplicarán para mejorar en el futuro. Castro, et al. (2015) menciona en sus tesis “Análisis financiero aplicado a la microempresa de venta de equipos de computación y servicio técnico “CASBER”, para determinar su rentabilidad” de la Universidad De Guayaquil, que tiene como objetivo general Determinar la rentabilidad de la microempresa CASBER a través de un análisis financiero del año 2010 al 2012, el diseño de investigación es explicativa porque determina la relación entre las dos variables propuestas, y su dinámica objeto del estudio. Según el carácter de la medida, la investigación es cuantitativa ya que se recopila información que puede ser cuantificable, su población estuvo conformada por 95.942 habitantes, que es la población total del Cantón La Libertad según el último censo de población que realizó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, de lo cual se concluye que CASBER se encuentra entre las empresas más conocidas que ofrecen servicio técnico en mencionado Cantón, lo que demuestra que la eficiencia del servicio brindado es la mejor carta de presentación con la que ellos cuentan. Se

identificaron teorías relacionadas a las variables de estudio, las cuales dan soporte a la investigación y al mismo tiempo de guía para el análisis de la realidad estudiada, iniciando con la teoría de los costos de importación. En este aspecto, Gavelán (2012) nos menciona que El costo de importación está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por: flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, y gastos de aduana en general; por consiguiente, incluye todos los gastos atribuibles directamente al producto, así como también los indirectos, como son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a la operación de compra-venta del exterior. No es incluido el costo de importación dentro de los gastos financieros ya que son diferentes al precio real de la mercadería que fue importada. (p.117). El costo de importación son todos los gastos por el cual un importador debería tener en claro ya que suma todos los detalles dónde pasó la mercancía y esto es muy importante porque servirá para tener en cuenta nuestro margen de ganancias sin que se escape ningún detalle. (Gavelán, 2012). Asimismo, se definen las siguientes dimensiones de la variable costos de importación las cuales son: Proveedor, CIF y Gastos Incurridos. (Gavelán, 2012). Para Palomino, se denomina costos de importación al precio que asigna a las importaciones de un bien que se logra comprar en el exterior del país y que, por lógica se considera todos los factores necesarios para trasladar el producto de otro país hacia el nuestro, dichos costos son: pagos de transporte, de agencia de aduana y tributos, entre otros. (2017, p.95). Se define costo de importación al resultado de las diversas adquisiciones que realizas de manera externa en el cual es importante determinar el costo de la moneda de dicho país adicional a ello otros gastos los cuales son necesarios al realizar la compra, además de ello tener conocimiento de los derechos o impuestos por importar y gastos personales que hiciste desde el mismo país y de cómo es transportada la mercadería al almacén. (Palomino, 2017, p.95). Para Alfaro, define a los costos de importación como “[...] Aprender a operar los costos de importación, parten del principio conocido como costo comercial el cual es considerado como erogación realizado por las empresas que realiza la única actividad de compra y venta de productos terminados (implicados a tener gastos adicionales, dentro de ellos la tasa de utilidad)”. para lo cual se definirán algunos conceptos para precisar

mejor el contexto del tema investigado (2010, p.9). El costo de importación es también conocido como el costo comercial por lo cual algunas empresas hacen la actividad de compra para comercializarlos en el mercado nacional. Alfaro (2010, p.9). para lo cual se definirán algunos conceptos para precisar mejor el contexto del tema investigado. Las dimensiones se tomaron en base a las definiciones apropiadas en concordancia con Costo de Importación, teniendo como primera dimensión Proveedor la cual Caurin (2018) aduce que “Los proveedores son usuarios o empresas o persona natural que nos aporta de productos necesarios para poder crecer en nuestras actividades empresariales”. Al respecto se establecen los siguientes indicadores: Selección de Proveedores, Plataforma de Comercio Electrónico y Producto. Se denomina Proveedores para Castrillón et al. (2009) definen que “Al seleccionar proveedores debes considerar de manera principal como podrá ayudar dicho proveedor para que pueda ser de apoyo para la empresa y laborar sabiendo las políticas de fabricación, sin dejar de lado las particularidades que se valoran de manera tradicional dentro de ellos está la calidad, servicio, precio, plan de pago. De igual manera, tomar una decisión que en algunas ocasiones es difícil ya que por la misma naturaleza o diversidad de productos y servicios adquiridos y las diversos cambios cualitativos y cuantitativos de los demandantes”. (p.148). Para Carrillo la plataforma de comercio electrónico es un programa que se utiliza para crear tu tienda en línea y vender o dar a conocer la variedad de productos que tienes. Mayormente son para el uso de todos los clientes sin necesidad de realizar pago alguno por solo visualizarlo [...]. (p. 2, 2015). Thompson, I. (2009) declara que producto es algo que toda empresa (cualquier tipo), organización (lucrativa o no) o empresario individual da a conocer a su mercado destino con el objetivo de poder lograr crecer en un futuro cercano.

La segunda dimensión a continuación lo define Vargas (2014). “El valor CIF como Costo, seguro y flete (indicando el punto destino). Aunque contraten y hagan el pago del seguro, aún existe el riesgo por parte del comprador de que la mercadería pueda perderse, el cual es beneficiario de la póliza designada de manera directa o por la manera libre de la misma”. (p.3). Por consiguiente, se toman los siguientes indicadores: FOB, Flete y Seguro. Se aterriza en el precio FOB y Amador (2016). detalla que “El FOB Ayuda a que el comprador pueda asegurar un mejor nivel

comercial, al poder manipular los contratos de los agentes que participan”. Merino, M. et al. (2016) demarcan que el flete es un precio determinado por alquilar una embarcación para traer productos. Por ejemplo, en algunos países de Sudamérica, el flete podría ser un vehículo que lleva bultos [...]. Según Sospedra (2015) declara que “El seguro marítimo es todo aquel contrato de seguro el cual tiene como objetivo reparar todo daño provocado por los propios riesgos de la navegación marítima. Encubre los posibles riesgos los cuales provocan consecuencias negativas para la mercancía, buque, entre otros”. La tercera dimensión menciona el nombre de Gastos Incurridos Para Mejía (2015) menciona que es la valoración en dinero para obtener un bien donde se incluyen varios costos como de materiales, gastos directos e indirectos para fabricar, mano de obra asumiendo también a los trabajadores en su proceso. Detallando ello se establecen los siguientes indicadores: Agencia De Aduana, Transporte y Descarga. Según Lozada et al. (2013) definen que “Son personas jurídicas seleccionadas por la Superintendencia Nacional de Aduanas que se dedican a resolver problemas e inconvenientes en la aduana que el importador o exportador no puedan hacerlo siendo ellos representados por la agencia”. Pérez y Gardey (2010). Definen que “El transporte es utilizado para trasladar algo de un punto de inicio a un punto final. También nombra a aquellos vehículos que son de utilidad para realizar ello, trasladando sea personas o mercaderías desde un lugar hasta otro convirtiéndose en algún beneficio para quienes los contratan”. Para Pérez et al. (2017). “Concretan que la descarga muestra el acto de retirar, vaciar o eliminar objetos que estén en un lugar determinado para poder realizar su función por lo cual fue traído. [...]”. En este sentido alegaremos la teoría de Ventas, para Carrasco (2014) la cual nos define: Es el paso más importante dentro del proceso de la venta ya que es el objetivo final. El cierre se produce cuando el cliente toma la decisión de compra después de haber sido guiado por el vendedor en las etapas anteriores. Es decir, cuando el cliente declara la aceptación de la compra y arranca la parte de la entrega. (p.17). La venta es el proceso más importante para poder llegar a un acuerdo en común con el cliente, cuando se hace dicho trato y se toma una decisión sobre que producto que llegará a adquirir sea para su uso personal o para una tercera persona (Carrasco, 2014). Asimismo, se definen las siguientes dimensiones de la variable ventas las cuales son: Proceso, Prospección de Ventas y Compra (Carrasco, 2014). Para

Vásquez (2001). De manera general, la venta es un proceso complejo que se inicia con la búsqueda de candidatos para el producto o el servicio de una empresa. Se requiere un tiempo entre el contacto inicial con un posible cliente y el momento en que se logra colocar el pedido. Cuanto más complejo y costoso sea el producto, más largo será el ciclo de la venta. (p.16). Para realizar una venta se debe buscar clientes potenciales el cual puede ser usuario o empresa con quien se pueda entablar una conversación y darle a conocer sobre el producto. (Vásquez, 2001)

Natera (2007). define que La venta en calidad de ensayo o prueba es la que se refiere el principio del artículo en el que un vendedor ha atribuido expresamente al comprador la oportunidad de poder probar el producto vendido con tal efecto de que se asegure de que recibe las cualidades pactadas en el contrato de dicha venta. (p.164). La venta es una de las maneras en la cual se da a conocer sobre el producto que deseas ofrecerle a un usuario ya que podría adquirirlo para su necesidad o por la atracción que tiene hacia el cliente con lo que se puede asegurar dicha compra (Natera, 2007)

Al respecto se definen las siguientes dimensiones de la variable Proceso, Prospección de venta y Compra: Según Torres (2014) menciona que “Por lo general se deben realizar repetidas visitas antes de darse a conocer formalmente [...] es necesario tener todo el conocimiento posible sea del negocio o cliente potencial con la finalidad de poder entablar una conversación y así lograr una vinculación como también tendencia”. (p.29). La realidad es saber que este tipo de procesos termina siendo de mucha ayuda ya que para poder llegar al cliente no solo debes saber sobre los gustos que tiene sobre el producto, sino también de que es lo que más le conviene sea por el modelo, precio o también favoritismo con alguna marca en específico. Dicho esto, se toman los siguientes indicadores: Volumen de Ventas, Volumen de venta y Clientes Potenciales. Sobre el volumen de ventas Fernandes (2018) menciona que: “Es el número o cantidad de productos vendidos en un determinado tiempo y se expresa en cantidades físicas, de forma monetaria o en porcentaje respecto a un anterior periodo, pronóstico o meta”. Sobre los clientes potenciales, Rodríguez et al. (2007) nos menciona que: “En mercados organizacionales [...] cliente potencial es considerado un representante de negocios del que se necesita saber su nivel de autoridad para adquirir. También es conveniente averiguar a lo que se dedica, capacidad de realizar sus pagos y las diversas compras que administra. (p. 99)”. El tercer indicador es Registro de ventas

y Filipino (2007) fundamenta lo siguiente: “El registro de ventas, es una medida contable que adiciona todos los ingresos que obtuvo una empresa o unidad contable con la causa de la actividad ordinaria en un determinado tiempo, se tiene en cuenta los resultados de períodos anteriores y las diferencias entre lo planeado y lo logrado”. (p. 21). Con respecto a la segunda dimensión es Prospección de Ventas Según Bermeo (2015) menciona que “Es un proceso automático para identificar y localizar clientes potenciales. Además, que permite construir una base de clientes la cual forma parte los clientes actuales al igual que los potenciales” (p.32). Esto servirá para poder centrarnos en una determinada cantidad de clientes específicos ya que de ellos tomaremos mayor importancia para poder encontrar a nuestros clientes finales como también a clientes futuros. Detallando ello se toman los siguientes indicadores: Productividad, Crecimientos de las Ventas y Nivel De Ventas. Según Jiménez et al. (2007) mencionan que “La productividad es el resultado al dividir las salidas con las entradas, mejor dicho, la cantidad total de los productos fabricados sobre los insumos que se utilizaron para ello. Dentro de una empresa que se dedica a fabricar y vender se deben reflejar por las ventas realizadas en la empresa” (p. 529). Barbero (2006) define que “El crecimiento en las ventas refleja en crecimiento real a que la organización está sometida. Ello se deriva de que [...] es causa del crecimiento en el beneficio o en el número de empleados o activos: sin un crecimiento en las ventas, el crecimiento en las otras magnitudes no tiene razón de ser” (p. 28). Para el concepto de Nivel de ventas López (2007) menciona que “Se determina de manera directa en el margen bruto, el cual se identifica a través de un porcentaje de ventas realizadas. También se puede observar el coste de la estructura, la cual se debe ser dimensionada dependiendo de las ventas, las cuales se realizan indirectamente.” (p. 55). Por último como tercera dimensión es Compra según Sapag (2007) dice que “La determinación de adquirir o rentar instalaciones [...] las cuales se asocian con la consideración que se diferencia al construir un flujo de caja [...] sin embargo la primera termina obligando a realizar un desembolso inicial alto, a bajos egresos futuros, a un efecto tributario que se basa en la depreciación a futuro de un activo adquirido”. (p.235). En el cual se mencionan los siguientes indicadores: Marca, Necesidad y Precio. En el concepto de Marca en Martínez (2006) menciona que “Se especifica mediante el nombre, término, símbolo, logo o la fusión de los mismos, que tienen como objetivo

reconocer bienes y servicios con los que cuenta uno o más vendedores y poder diferenciarlo con las entidades de otras empresas”. (p. 63). Según Quintana (2005) define que “Una necesidad es la carencia de un bien básico. Las necesidades no se pueden crear, existen unidas a la esencia de la persona [...] cuando se siente una necesidad básica se puede satisfacer en las sociedades desarrolladas con diversos productos”. (p. 16). Además de ello Sulser et al. (2004) definen qué “Precio es toda cantidad monetaria que se paga para poder adquirir un beneficio[...] para los bienes que cuentan con valor cualitativo, aprecio o consideración de otro tipo dentro de ellos el valor que tiene por ser un bien producido [...]”. (p. 99)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

La investigación a realizar es aplicada. En este punto Rojas (2002) nos menciona lo siguiente: Es todo proceso de conocimiento en el que el interés principal es buscar los datos fundamentales sobre los problemas que suelen existir en instituciones con la finalidad de plantear recomendaciones de solución. (p. 156). En este sentido Walalonso (2011) nos dice lo siguiente: Es toda actividad la cual nos dirige a buscar nueva información e investigar nuevas áreas sin algún final que sea práctico, concreto o rápido. La persona que indaga se esfuerza para poder tener mayor conocimiento y analizar mejor la relación que tienen los usuarios sin que piensen en la utilización práctica de lo que recolecto como información” (p. 36).

##### **Diseño de investigación**

La investigación se ha desarrollado de un diseño no experimental, transversal y descriptivo correlacional. Para nuestra investigación se ha visto de manera adecuada usar el diseño no experimental, ya que, se definió en la observación habitual de los hechos reales en su contexto natural sin necesidad de elaborar algún suceso intencionado, en este caso: Kerlinger (1979) “Una investigación no experimental son aquellas investigaciones la cual resulta difícil controlar las variables o seleccionar de manera casual a los usuarios o las circunstancias” (p. 116).

#### **3.2. Variables y Operacionalización**

La investigación, está compuesta por dos variables cualitativas que son: costos de importación y las ventas. En base a ello, se realizó la operacionalización de las variables. Según Guzmán, Hernández, et al. (2013) mencionan a Arias (2006) señala que una variable es la característica o cualidad, magnitud o cantidad susceptible de llegar a tener diversos cambios y es objeto de poder llegar a ser analizado, medido, manipulado o controlado



para una investigación. (Citado en Guzmán, Hernández, Reyes y Velásquez, 2013, p. 2).

Asimismo, la operacionalización de variables para Cabezas et al. (2018, p.60) es un proceso que se da cuando hay complejidad en las variables para lo que se establecen diversos conceptos, para que sean estudiados y medidos a través de la operacionalización de estos a indicadores. Al realizar la medición de estos, se convertirán en empíricas y en su proceso, luego de ellos las variables observadas saldrán de forma más concreta, las mismas que llevarán el nombre de dimensiones y serán transformadas en indicadores, las cuales proporcionarán una directa observación.

La Variable Costos De Importación nos menciona que está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por: flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, y gastos de aduana en general; por consiguiente, incluye todos los gastos atribuibles directamente al producto, así como también los indirectos, como son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a la operación de compra-venta del exterior". (Gavelán, 2012, p.117). Será medida por las dimensiones proveedor, CIF y gastos incurridos las cuales presentan como indicadores Selección De Proveedores, Plataformas De Comercio, Electrónico Producto, FOB, Flete, Seguro, Agente De Aduanas, Transporte y Descarga conformada por 20 ítems, las cuales serán analizadas a través de la escala de Likert en un cuestionario.

La variable Ventas, Es el paso más importante dentro del proceso de la venta ya que es el objetivo final. El cierre se produce cuando el cliente toma la decisión de compra después de haber sido guiado por el vendedor en las etapas anteriores. Es decir, cuando el cliente declara la aceptación de la compra y arranca la parte de la entrega. (Carrasco, 2014, p.17). Será medida por las dimensiones Proceso de venta, prospección de Ventas y decisión de compra las cuales presentan como indicadores volumen de venta Clientes potenciales, registro de ventas, productividad, crecimiento en las ventas, nivel de ventas, marca, necesidad y precio conformado por 19 ítems los cuales serán analizados en la escala de Likert a través de un cuestionario.

### 3.3. Población, muestra, muestreo

La población que se tiene en el presente trabajo de investigación y estudio ha sido definida por los 22 trabajadores que laboran dentro de la empresa Importek S.A.C con una característica común y observable.

Según Valderrama (2013) menciona lo que es la población como: “[...] Conjunto limitado o ilimitado de cosas o usuarios que cuentan con características usuales aptas a ser analizadas” (p.182).

**Muestra:** Se tomó a 22 trabajadores de la empresa Importek S.A.C Así mismo Hayes (1999, p. 24), dice que existen tres métodos de muestra: Censal: En el cual la muestra es toda la población, este tipo de método es utilizado para saber las opiniones de todos los participantes o cuando tienes una base de datos de fácil acceso. Con base en el criterio personal: la muestra es seleccionada de acuerdo a los intereses del usuario que realiza la investigación. Estadístico: La muestra es seleccionada como un subgrupo el cual tiene las mismas probabilidades de ser elegido.

García (2017) menciona que el muestreo es un instrumento de la investigación científica, cuya ocupación básica es definir qué fracción de una indagación debe estudiarse, con la intención de hacer deducciones sobre dicha búsqueda (p. 2).

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para obtener el trabajo el cual se investigo de manera profunda y de calidad recurriremos a la encuesta. Siendo esta a su vez muy sencilla para los trabajadores de la empresa y así puedan relacionar el cuestionario con su área de trabajo manteniendo toda la información en orden según sus respuestas. Por otro lado, se emplea la escala psicométrica Rensis Likert. La técnica utilizada es la encuesta, la cual nos podrá ayudar a poder recopilar información sobre las variables investigadas, por lo cual Carrasco define la encuesta como “Técnica de investigación utilizada para analizar, explorar y recolectar datos a través de preguntas que se formularon de forma directa o indirecta a diversos usuarios los cuales son seleccionadas para realizar el respectivo análisis de estudio.” (2005, p.314). Para nuestra investigación realizaremos como instrumento el cuestionario en el cual se tendrá como

objetivo principal recopilar los datos que se obtuvieron por las personas de la empresa IMPORTEK S.A.C., dentro de ello Nino (2011) menciona que: Se entiende por encuesta como una técnica la cual permite recolectar datos que puedan proporcionar a los usuarios de una población, mejor dicho, una pequeña parte de ella con la finalidad de poder saber sobre las opiniones, punto de vista o interés que tienen ellos a través de los cuestionarios los cuales fueron realizados para dicho propósito. (p.63). En cuanto a la validez Nino (2011) fundamenta que “La validez es considerado como una particularidad que tiene el instrumento la cual consiste en que tenga una utilidad para que pueda medir las variables sin que tengan error alguno, para resumirlo mejor que sea el instrumento correcto para utilizar”. (p.87). Para esta validez del instrumento en el cual utilizamos las encuestas, hemos recurrido a personas las cuales son especialistas en el tema estudiado. Ruiz (2018) explica que el Alpha de Cronbach es la forma del paralelismo entre las variables que conforman parte de la escala, y puede deducirse de dos modos: a partir de las varianzas (Alfa de Cronbach) o de las relaciones de los ítems (Alfa de Cronbach estandarizado). (p.6). La confiabilidad según Corral aduce que Antes de empezar con el trabajo de campo, debemos realizar la prueba del cuestionario sobre una pequeña cantidad de la población, la prueba piloto garantiza las condiciones similares a las que se realizan en el trabajo de campo. Se recomienda contar con una pequeña cantidad de personas que no se encuentran dentro de dicha muestra seleccionada pero que sí sea como una población o grupo que cuente con características semejantes a los de la muestra estudiada, que se aproxime entre 14 a 30 usuarios. De tal manera se podrá observar el nivel de confiabilidad del cuestionario. Tomando en cuenta la confiabilidad es la que responde a la siguiente pregunta: ¿con qué claridad los ítems, reactivos o tareas son representativos al universo del cual se han seleccionado? (2009, p.38). El análisis estadístico de confiabilidad de la variable costos de importación muestra que el presente instrumento, así como sus ítems son confiables ya que el Alfa de Cronbach dio un coeficiente de 0,956. El análisis estadístico de confiabilidad de la variable Ventas muestra que el presente instrumento,

así como sus ítems son confiables ya que el Alfa de Cronbach dio un coeficiente de 0,946.

### **3.5 Procedimiento**

La investigación tomó en consideración tanto las fuentes teóricas como las de campo. La información teórica fue obtenida de manera física y virtual de libros, artículos científicos, revistas entre otros para poder apoyarse más en la investigación. Respecto a las fuentes de campo, los resultados fueron obtenidos mediante la aplicación del cuestionario a los trabajadores de la empresa Importek S.A.C en Centro De Lima en el año 2018.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Para el análisis respectivo de los datos se empleó un análisis descriptivo donde se usó tablas y gráficos, el cual se ejecutó con la recopilación de datos através de nuestro instrumento con el cual luego comprobaremos la prueba de hipótesis de la investigación con el estadístico no paramétrico Rho de Spearman con el 1,000, con el cual podemos indicar que existe una relación perfecta entre ambas variables. Toda la realización se llevará a cabo mediante la Aplicación SPSS Statistics. Para análisis de las respuestas obtenidas se empleó la escala de medición de Likert (1 – 5). Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2014) se refiere a la escala de Likert como la reacción que tiene un sujeto sobre algo y que tiene que elegir uno de las cinco escalas, donde cada escala equivale a un valor numérico. (p. 238). Se usará la herramienta estadística SPSS sirviéndose de análisis datos de la variable. Así mismo la herramienta nos brindará tablas, porcentajes y gráficos para obtener un correcto cálculo de este cuestionario. Juárez, et al. (2011) explican que el coeficiente de correlación de Rho Spearman define la subsistencia de un vínculo lineal entre dos variables a nivel ordinal y que este nexo no sea requerido a la aventura, es decir, que la correlación sea estadísticamente relevante (p.1).

### **3.7 Aspectos éticos**

El presente estudio cumple con los principios éticos: se han respetado tanto las normas APA 7ma edición, también se ha redactado cada referencia

correspondiente a las citas expuestas en cada contexto, además tomamos en cuenta infinitos principios éticos en esta investigación uno de ellos fue promover el respeto mutuo entre la empresa junto a ellos sus trabajadores y los participantes de la tesis de investigación, adicional a ello respeto por la libertad de opinión, el respeto por la propiedad intelectual como los datos confidenciales que tienen las empresas importadoras, se respetó la religión, responsabilidad, actitud y compromiso por ambas partes. Por terminar, la correcta redacción y todas las fuentes recopiladas fueron consolidadas en las referencias citando a los autores como respeto a los derechos de autor.

#### IV. RESULTADOS

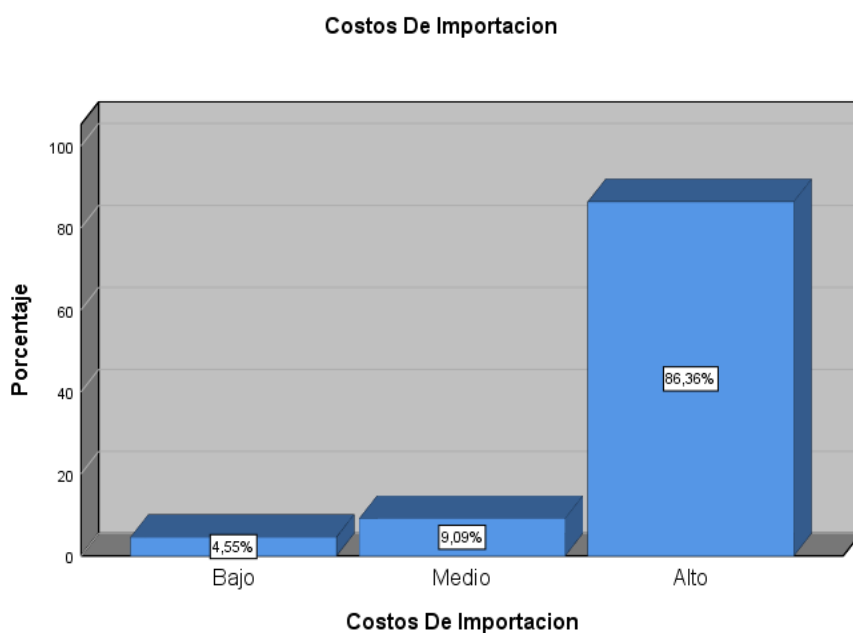
Se presentan los resultados descriptivos de la variable Costos De Importación:

Tabla 1:

Resultados de la variable Costos De Importación

Costos De Importación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,5	4,5	4,5
	Medio	2	9,1	9,1	13,6
	Alto	19	86,4	86,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 1:

Resultados de la variable Costos De Importación

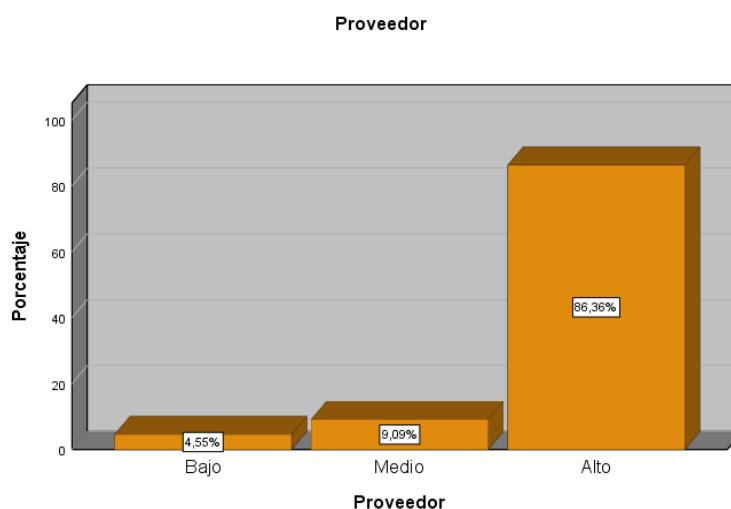
En la tabla y la figura muestran los resultados obtenidos con respecto a la variable Costos de Importación, en el cual podemos observar que el 86,36% de los 22 trabajadores de la empresa IMPORTEK SAC encuestados, muestran los costos de

importación alto, el 9,09% muestran los costos de importación medio y el 4,55% presentan los costos de importación bajo.

Tabla 2:  
Resultados de la dimensión Proveedor  
Proveedor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,5	4,5	4,5
	Medio	2	9,1	9,1	13,6
	Alto	19	86,4	86,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

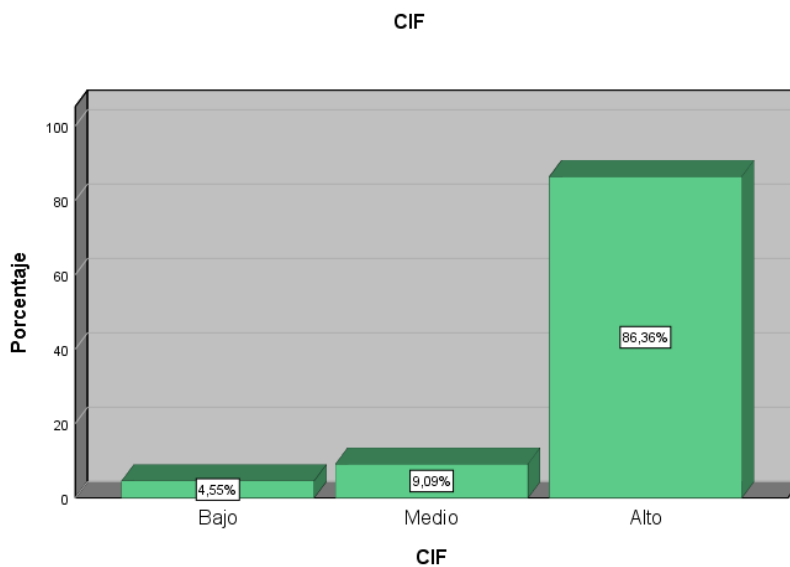
Figura 2:  
Resultados de la dimensión Proveedor

En la tabla y la figura muestran los resultados obtenidos con respecto a la dimensión Proveedor, en el cual podemos observar que el 86,36% de los 22 trabajadores de la empresa IMPORTEK SAC encuestados, muestran un nivel de Proveedor alto, el 9,09% revelan un nivel de Proveedor medio y el 4,55% presentan un nivel de proveedor bajo.

Tabla 3:  
Resultados de la dimensión CIF

		CIF			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,5	4,5	4,5
	Medio	2	9,1	9,1	13,6
	Alto	19	86,4	86,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3:  
Resultados de la dimensión CIF

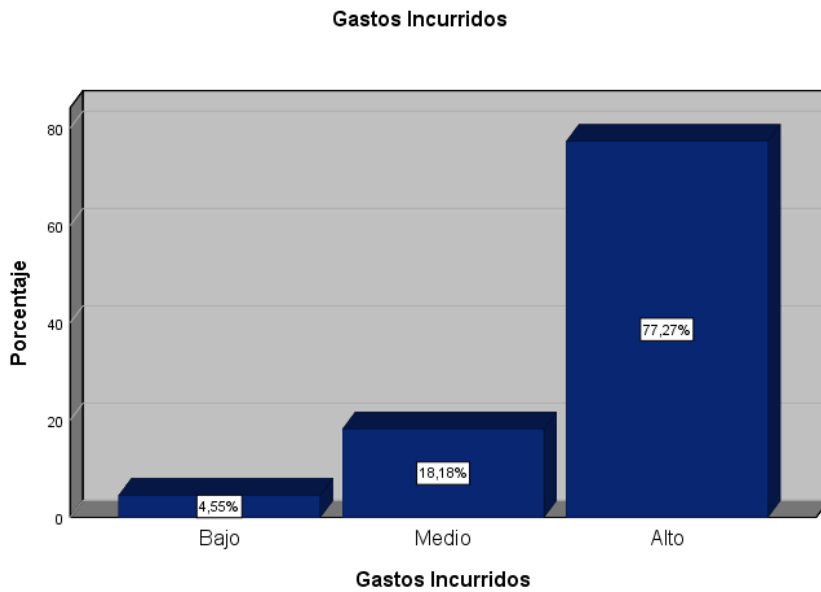
En la tabla y la figura muestran los resultados obtenidos con respecto a la dimensión CIF, en el cual podemos observar que el 86,36% de los 22 trabajadores de la empresa IMPORTEK SAC encuestados, muestran un nivel de CIF alto, el 9,09% cuentan con un CIF medio y el 4,55% presentan un CIF bajo.



Tabla 4:  
Resultados de la dimensión Gastos Incurridos

		Gastos Incurridos			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,5	4,5	4,5
	Medio	4	18,2	18,2	22,7
	Alto	17	77,3	77,3	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 4:  
Resultados de la dimensión Gastos Incurridos

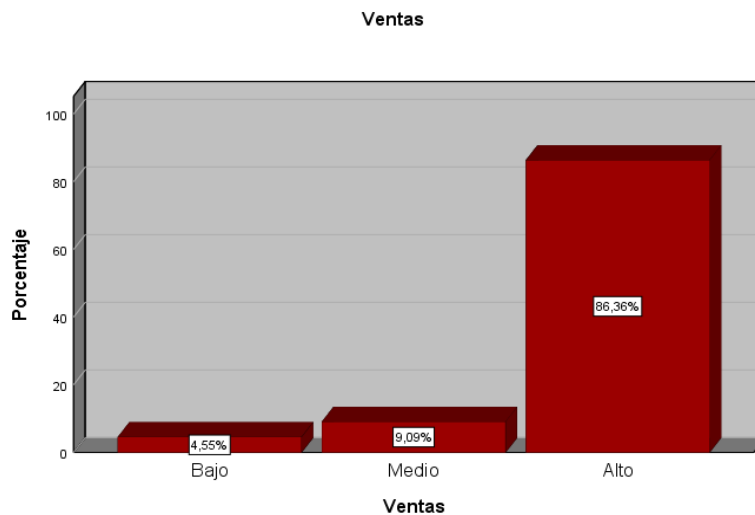
En la tabla y la figura muestran los resultados obtenidos con respecto a la dimensión Gastos Incurridos, en el cual podemos observar que el 77,27% de los 22 trabajadores de la empresa IMPORTEK SAC encuestados, muestran un nivel de Gastos Incurridos alto, el 18,18% observa un nivel de Gastos Incurridos medio y el 4,55% solamente muestra un nivel de Gastos Incurridos bajo.

Tabla 5:

Resultados de la variable Ventas

		Ventas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Bajo	1	4,5	4,5	4,5
	Medio	2	9,1	9,1	13,6
	Alto	19	86,4	86,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 5:

Resultados de la variable Ventas

En la tabla y la figura muestran los resultados obtenidos con respecto a la Variable Ventas, en el cual se observa que el 86,36% de los 22 trabajadores de la empresa IMPORTEK SAC encuestados, tienen un nivel de ventas alto, el 9,09% cuenta con un nivel de ventas medio y el 4,55% muestra un nivel de venta bajo.

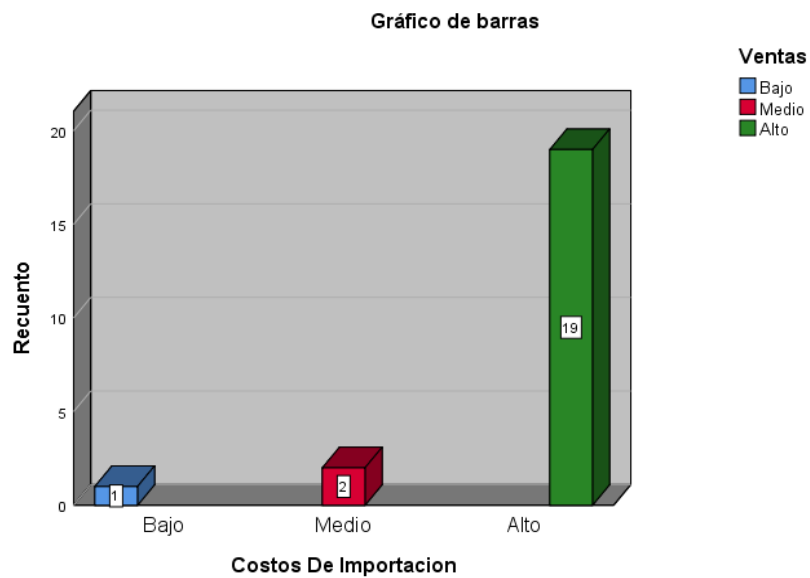
Se presentan los resultados de las tablas de contingencias de las variables

Tabla 6:

Resultados de tablas cruzadas de las variables Costos de Importación y Ventas

		VENTAS				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Costos De Importación	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%
	Medio	Recuento	0	2	0	2
		% del total	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%
	Alto	Recuento	0	0	19	19
		% del total	0,0%	0,0%	86,4%	86,4%
Total	Recuento	1	2	19	22	
	% del total	4,5%	9,1%	86,4%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 6:

Gráfico cruzado de las variables Costos de Importación y Ventas

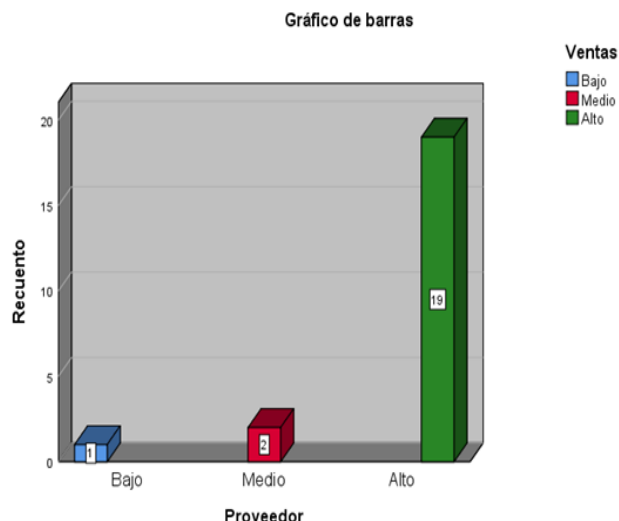
En el siguiente gráfico, se detalló la muestra de 22 trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC donde el 86,4% manifestaron que los costos de importación y las ventas presenta un nivel alto. Así, el 9,1% indicaron un nivel medio. Y por lo tanto el 4,5% señalaron un nivel bajo entre los Costos de Importación y las Ventas. Los resultados obtenidos confirman que la relación es positiva, gracias a que el nivel alto es mucho mayor al nivel bajo y por eso los Costos de Importación tiene relación con las Ventas, es decir, mientras se agilizan los costos de importación, se agilizan las ventas de la empresa IMPORTEK SAC.

Tabla 7:

Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Proveedor y la variable Ventas

		VENTAS				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Proveedor	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%
	Medio	Recuento	0	2	0	2
		% del total	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%
	Alto	Recuento	0	0	19	19
		% del total	0,0%	0,0%	86,4%	86,4%
Total		Recuento	1	2	19	22
		% del total	4,5%	9,1%	86,4%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 7:

Gráfico cruzado de la dimensión Proveedor y la variable Ventas

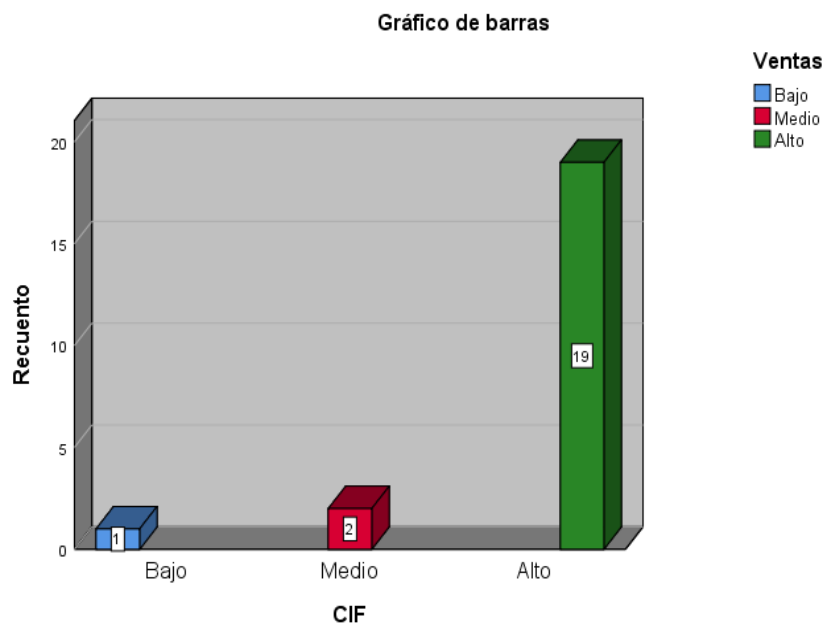
Se observó que de la muestra de 22 trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC donde el 86,4% manifestaron que el Proveedor y las ventas presenta un nivel alto. Así, el 9,1% indicaron un nivel medio. Y por lo tanto el 4,5% señalaron un nivel bajo entre el Proveedor y las Ventas. Los resultados obtenidos confirman que la relación es positiva, ya que el nivel alto es mucho mayor al nivel bajo y por eso hay relación entre el Proveedor y las Ventas, es decir, mientras se incrementan de Proveedores, incrementan las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC.

Tabla 8:

Resultados de tabla cruzada de la dimensión CIF y la variable Ventas

		VENTAS			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
CIF	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%
	Medio	Recuento	0	2	0	2
		% del total	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%
	Alto	Recuento	0	0	19	19
		% del total	0,0%	0,0%	86,4%	86,4%
Total	Recuento	1	2	19	22	
	% del total	4,5%	9,1%	86,4%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 8:

Gráfico cruzado de la dimensión CIF y la variable Ventas

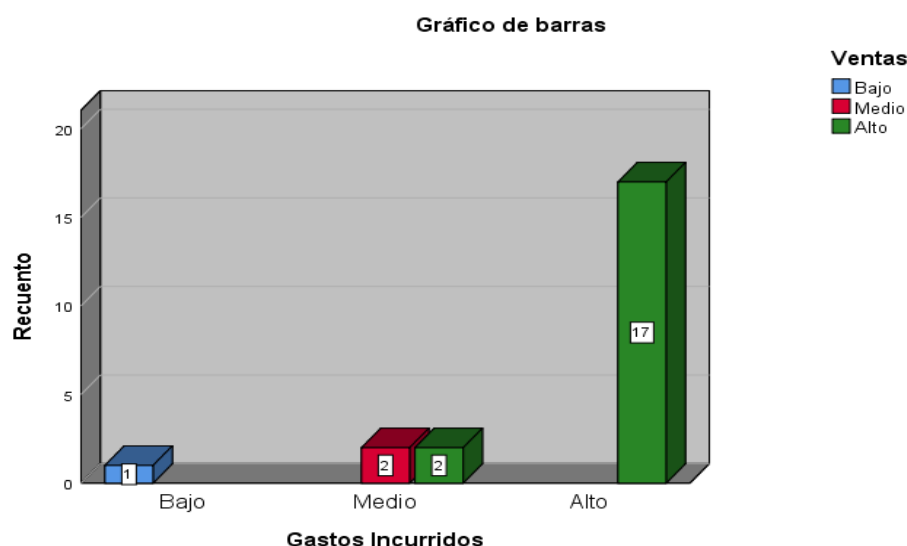
Se observó que de la muestra de 22 trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC donde el 86,4% manifestaron que el CIF y las ventas presenta un nivel alto. Mientras que, el 9,1% indicaron un nivel medio. Y por último el 4,5% señalaron que existe un nivel bajo entre el CIF y las Ventas. Los resultados obtenidos confirman que la relación es positiva, ya que el nivel alto es mucho mayor al nivel bajo y por eso hay relación entre el CIF y las Ventas, es decir, mientras se optimiza el CIF, se optimiza las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC.

Tabla 9:

Resultados de tabla cruzada la dimensión Gastos Incurridos y la variable Ventas

		Ventas				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Gastos Incurridos	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%
	Medio	Recuento	0	2	2	4
		% del total	0,0%	9,1%	9,1%	18,2%
	Alto	Recuento	0	0	17	17
		% del total	0,0%	0,0%	77,3%	77,3%
Total	Recuento	1	2	19	22	
	% del total	4,5%	9,1%	86,4%	100,0%	

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura 9:

Gráfico cruzado de la dimensión Gastos Incurridos y la variable Ventas

Se observó que de la muestra de 22 trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC donde el 86,4% manifestaron que el Gastos Incurridos y las Ventas presenta un nivel alto. Igualmente, el 9,1% indicaron un nivel medio. Y por último el 4,5% señalaron que existe un nivel bajo entre el Gastos Incurridos y las Ventas. Los resultados obtenidos confirman que la relación es positiva, ya que el nivel alto es mucho mayor al nivel bajo y por eso hay relación entre los Gastos Incurridos y las Ventas, es decir, mientras mayor sean los Gastos Incurridos, mayor serán las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC.

Se presentan los Resultados Inferenciales de la variable Costos De Importación y Ventas con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

Hipótesis General:

Ho: Los costos de importación no se relaciona con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018

Ha: Los costos de importación se relaciona con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018

Tabla 10:

Resultados de la correlación entre las variables Costos De Importación y Ventas

			Correlaciones	
			Costos De Importación	Ventas
Rho de Spearman	Costos De Importación	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	1,000**
		N	22	22
	Ventas	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000**	1,000
		N	22	22

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

La tabla muestra un análisis realizado para establecer si existe relación entre Costos De Importación y Ventas de la empresa IMPORTEK SAC, logrando la vinculación de las variables de estudio por Rho de Spearman= 1,000 delimitando que existe una correlación perfecta entre las mismas. También, el Sig. (bilateral) es de ,000 >  $\alpha$  0,001. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, confirmando que existe relación perfecta entre las variables de investigación.

Hipótesis específica 1

Ha: Los proveedores se relacionan positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018.



Ho: Los proveedores no se relacionan positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018.

Tabla 11:  
Resultados de correlación entre la dimensión Proveedor y la variable Ventas

		Correlaciones		
			Ventas	Proveedor
Rho de Spearman	Ventas	Coeficiente de correlación	1,000	1,000**
		Sig. (bilateral)	.	.
		N	22	22
	Proveedor	Coeficiente de correlación	1,000*	1,000
Sig. (bilateral)		.	.	
		N	22	22

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

La tabla muestra un análisis realizado para establecer si existe relación entre Ventas y Proveedor de la empresa IMPORTEK SAC, logrando la vinculación de las variables de estudio por Rho de Spearman= 1,000 delimitando que existe una correlación perfecta entre las mismas. También, el Sig. (bilateral) es de ,000 >  $\alpha$  0,001. Por consiguiente, se descarta la hipótesis nula y se acepta la alterna, confirmando que existe relación perfecta entre las variables de investigación.

Hipótesis Especifica 2

Ho: El CIF no se relaciona positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek – 2018

Ha: El CIF se relaciona positivamente con las ventas de hardware de la empresa Importek - 2018.

Tabla 12:

Resultados de correlación entre la dimensión CIF y la variable Ventas

Correlaciones			Ventas	CIF
Rho de Spearman	Ventas	Coeficiente de correlación	1,000	1,000**
		Sig. (bilateral)	.	.
	N	22	22	
	CIF	Coeficiente de correlación	1,000**	1,000
Sig. (bilateral)		.	.	
	N	22	22	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

La tabla muestra un análisis realizado para verificar si existe relación entre Ventas y CIF de la empresa IMPORTEK SAC, logrando la vinculación de las variables de estudio por Rho de Spearman= 1,000 delimitando que existe una correlación perfecta entre las mismas. También, el Sig. (bilateral) es de ,000 >  $\alpha$  0,001. Por consiguiente, se omite la hipótesis nula y se acepta la alterna, confirmando que existe relación perfecta entre las variables de investigación.

Hipótesis Especifica 3:

Ho: Los Gastos Incurridos no se relaciona positivamente con las Ventas de hardware de la empresa Importek - 2018.

Ha: Los Gastos Incurridos se relaciona positivamente con las Ventas de hardware de la empresa Importek - 2018.

Tabla 13:

Resultados de correlación entre la dimensión Gastos Incurridos y la variable Ventas

Correlaciones			Vent as	Gastos Incurridos
Rho de Spearman	Ventas	Coeficiente de correlación	1,00 0	,762**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	22	22
	Gastos Incurridos	Coeficiente de correlación	,762* *	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	22	22

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración: Fuente Propia

La tabla muestra un análisis realizado para verificar si existe relación entre Ventas y Gastos Incurridos de la empresa IMPORTEK SAC, logrando la vinculación de las variables de estudio por Rho de Spearman= 0,762 delimitando que existe una correlación positiva muy buena entre las mismas. También, el Sig. (bilateral) es de ,000 >  $\alpha$  0,001. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, confirmando que existe relación perfecta entre las variables de investigación.

## V. DISCUSIÓN

En función del objetivo principal e Hipótesis general se afirma que la relación entre los Costos de Importación con las ventas de hardware de la empresa Importek – 2018 es positivo, debido que del 100% de los trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC se sabe que el 86,4% manifestaron que los costos de importación y las ventas presenta un nivel alto, el 9,1% indicaron un nivel medio. Y por lo tanto el 4,5% señalaron un nivel bajo entre los Costos de Importación y las Ventas. Con los resultados alcanzados se puede manifestar que la relación es perfecta ya que el coeficiente de correlación fue de 1,000, es decir, mientras se agilizan los costos de importación, se agilizan las ventas de la empresa IMPORTEK SAC. De esa manera podemos demostrar que la hipótesis nula queda descartada y se acepta la hipótesis alterna y tienen una relación significativa alta. Los resultados los podemos corroborar con los de Lucio y Matamoros (2018) en su tesis de licenciatura “ Incidencias de los costos de las importaciones en los procesos logísticos en la empresa Tecnovias S.A”, en el cual su conclusión mostró que los Costos de importación tiene fuerte relaciones con los procesos logísticos y la aduana nacional de Ecuador se encuentra en la búsqueda de mecanismos internos que agilice la nacionalización de mercancías con el fin de evitar costos directos que incrementan el precio en el mercado nacional para sus ventas.

Con respecto al objetivo específico e hipótesis específica 1 se afirma la relación entre los proveedores con las ventas de hardware de la empresa Importek – 2018, debido que del 100% de los trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC se observa que 86,4% mencionan que el Proveedor y las ventas presenta un

nivel alto, el 9,1% indicaron un nivel medio. Y el 4,5% señalaron un nivel bajo entre el Proveedor y las Ventas. Con los resultados obtenidos se puede concluir que la relación es perfecta ya que el coeficiente de correlación fue de 1,000, es decir, mientras se incrementan de Proveedores, incrementan las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC. Los siguientes resultados los validamos con lo de Gómez (2018) en su tesis de licenciatura “Análisis de la relación entre los costos logísticos adicionales y el costo de importación de la empresa best security del Perú S.A.C. 2016-2017” en el cual Se concluyó que existe una correlación fuerte y directa entre las variables dependiente e independiente asimismo fue confirmada por el comportamiento de los KPI's que estableció una relación lineal inversa aduciendo que a mayor costo de importación menores serán los costos logísticos gracias a los mecanismos y al buen ánimo de los proveedores al momento de hacer negocios, ya que te llenan de conocimiento de tu producto y muestran el interés necesario para mantener buenas relaciones eso conlleva que las empresas peruanas gestionen las importaciones de una manera práctica.

En relación al objetivo específico e hipótesis específica 2 se confirma la relación entre el CIF y las ventas de hardware de la empresa Importek – 2018 ya que del 100% de trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC podemos observar que el 86,4% manifestaron que el CIF y las ventas presenta un nivel alto, por otra parte, el 9,1% indicaron un nivel medio y por último el 4,5% señalaron que existe un nivel bajo entre el CIF y las Ventas. Con los resultados que se llegaron a obtener se puede manifestar que la relación es perfecta ya que el coeficiente de correlación fue de 1,000, es decir, mientras se optimiza el CIF, se optimiza las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC. Este resultado lo podemos corroborar con lo que demuestra Pacheco y Zeballos (2018). En su tesis de bachillerato para obtener su título profesional de contador público denominado “Incidencia del costo de importación en el estado de resultados de la empresa B&G S.A.C. del distrito de Lima Cercado en el ejercicio 2017” concluyendo que es necesario tener los conocimientos necesarios para aplicar la normativa vigente para no cometer errores económicos dónde nuestro costo CIF no se incremente ni afecte a la empresa asimismo informarse antes sobre el tipo de régimen por la cual estarán sujetas nuestras futuras importaciones y así corresponder en las obligaciones tributarias.

En relación al objetivo específico e hipótesis específica 3 se confirma la relación entre los Gastos Incurridos y las Ventas de hardware de la empresa Importek – 2018 ya que del 100% de los trabajadores encuestados de la empresa IMPORTEK SAC concluyen que el 86,4% confirman que el Gastos Incurridos y las Ventas presenta un nivel alto, el 9,1% indican que existe un nivel medio y el último 4,5% señalan que existe un nivel bajo entre el Gastos Incurridos y las Ventas. Con los resultados encontrados podemos afirmar que la relación es positiva alta ya que el coeficiente de correlación fue de 0,762, es decir, mientras mayor sean los Gastos Incurridos, mayor serán las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC. Dicho resultado lo podemos lo afirma Báez (2016) en su tesis de grado llamado “El proceso de importación y los costos del producto terminado de la empresa ALUVID CIA. LTDA. En el periodo 2014 – 2015.” El cual llega a la conclusión que el desconocimiento del personal encargado de los procesos de importación genera el incremento de los gastos incurridos para la empresa al contratar agentes aduaneros cuando existen hasta un tope de monto en dólares americanos que la aduana permite que pueda importarse productos y la propia empresa lo pueda gestionar sin contratar a terceros consecuencia de ello, la empresa tiene un proceso de importación tardío por el mal control de inventario y ello retarda el proceso productivo.

## VI. CONCLUSIONES

- 1- En base al análisis de los resultados del informe de investigación, se puede apreciar que la relación entre Costos De Importación y Ventas de la empresa IMPORTEK SAC, tiene una relación positiva y significativa la cual muestra una correlación perfecta de 1,000 teniendo una significancia mayor a 0,001. Por lo que podemos deducir que tienen una relación entre sí lo cual da signfica que los Costos de importación tienen relación con las ventas de hardware de la empresa IMPORTEK SAC dando a entender que mientras mayor sean los costos de importación mayor también será el nivel de las ventas de la empresa.
- 2- Se muestra que la relación entre Proveedor y las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC, es de manera positiva y significativa con una correlación perfecta de 1,000 en el cual se tiene una significancia mayor a 0,001, por lo cual se deduce que se relacionan entre si por lo cual podemos concluir que, a mayor cantidad de proveedores que pueda tener la empresa será mayor la cantidad de ventas que pueda generar en el futuro y poder ampliar su línea de proveedores.
- 3- La relación entre el CIF y las Ventas de la empresa IMPORTEK SAC, muestran una relación positiva y significativa con una correlación perfecta de 1,000, del cual su significancia es mayor a 0,001, donde se puede deducir que se relacionan entre sí. Por lo tanto podemos manifestar que, a mayor sea el costo CIF mayores serán la cantidad de productos para las ventas de la empresa.
- 4- Por último, podemos concluir que la relación entre Gastos Incurridos y la Venta de la empresa IMPORTEK SAC, muestran una relación positiva y con un nivel significativo de 0,762 delimitando que tiene una significancia mayor a 0,001. por lo que se afirma que existe relación positiva alta entre ambas variables investigadas, además que tienen relación entre sí. Eso quiere decir que al tener una proforma de carga y de aduana se podría establecer los gastos incurridos exactos y ello permitirá obtener el porcentaje de ganancia en las ventas deseadas.

## VII. RECOMENDACIONES

- 1- Posteriormente de las conclusiones, y resultados se recomienda a las empresas capacitarse mediante PROMPERU y MINCETUR ya que promueven el intercambio de productos con ingreso al país, de forma gratuita para que las empresas reduzcan sus costos de importación de hardware y puedan crear estrategias que permitan que sus volúmenes de compras se incrementen para su venta nacional, sin temor a riesgos que se cometen por falta de experiencia sino que maximicen su conocimiento brindado por las entidades gubernamentales anteriormente mencionadas y las apliquen.
- 2- Se recomienda a las compañías que le den un buen uso a las plataformas de comercio electrónico para obtener una amplia cartera de proveedores que permitan diferentes flujos de costos y así las empresas pueden elegir entre uno y más proveedores aprovechando el internet y el mundo globalizado para que las empresas pueden llegar a cualquier parte del mundo
- 3- Se recomienda a las empresas nacionales de Hardware que incrementen su nivel de importación dejando de lado las importaciones consolidadas por las importaciones en contenedores full ya que esto reduciría su costo Cif si aprovecha bien el uso de los espacios y las buenas fechas para importar
- 4- Finalmente se recomienda a los importadores que amplíen su nivel de negociación y puedan aliarse con otras empresas para reducir sus gastos incurridos, a veces una buena red de contactos puede tener mucho beneficio al momento de negociar, como poder contratar el in-land freight, la carga y descarga de mercadería al almacén a un buen costo.



## REFERENCIAS

- Aduanet. (2019). *Consulta de Resoluciones Clasificación Arancelaria*. Sitio web: <https://bit.ly/2VlswKc>
- Alfaro, M (2010). ¿Cómo se calculan los costos de importación? Sitio web: <https://es.scribd.com/document/340753448/COSTO-DE-IMPORTACION-pdf>
- Amao, J. (2016). *Sistema de inventario vía web para mejorar el control de los equipos informáticos en la empresa J&C Soluciones S.A.C* <https://bit.ly/3f6U57S>
- Arias, F. (2013). *El proyecto de investigación*. <https://bit.ly/2ZAi5K0>
- Báez, M. (2016). "El proceso de importación y los costos del producto terminado de la empresa ALUVID CIA. LTDA. En el periodo 2014 – 2015." [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Ambato]. <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23593/1/T3703i.pdf>
- Barbero, J. (2006). *Factores de crecimiento de las Pymes Españolas*. <https://bit.ly/2ZCGkqP>
- Cabezas, E., Andrade, D. y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. <https://bit.ly/38tq27R>
- Carrillo, C. W, Castrillon. Ó y Ortiz. L (2009). *Plataformas de comercio electrónico*. Sitio web: <https://es.slideshare.net/JJJJJONA1/plataformas-del-comercio-electronico>
- Carrillo, C. (2015). *Proveedores*. <https://www.emprendepyme.net/proveedores>
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima, Perú: San Marcos.
- Carrasco, S. (2014) *Técnicas de Venta*. <https://bit.ly/3iu5nVJ>

- Castro, R., Sanchez, G. y Vera, S. *Análisis financiero aplicado a la microempresa de venta de equipos de computación y servicio técnico “casber”, para determinar su rentabilidad.* <https://bit.ly/38uGeFz>
- Cevallos, J. (2018). *Análisis de la calidad del servicio de los locales que se dedican a la venta de computadoras en el centro de Manta.* <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1443/1/ULEAM-ADM-0037.pdf>
- Corral, Y. (2009). *Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos.* <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Cuervo, K. (2018). *Mejoramiento del Método actual del control de los costos de importación.* <https://bit.ly/38DXEQx>
- Fasabi, J. (2017). *“Caracterización Del Financiamiento Y La Rentabilidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio Rubro Compra Y Venta De Computadoras Del Distrito De Callería, 2016”* <https://bit.ly/38zjKU3>
- Fernandez, J. (2018). *Prontuario De Finanzas Empresariales* <https://bit.ly/31Mvjpl>
- García, L. (2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico. Teoría.* <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>
- Gavelan, J. (2012). *“Costo de Importación”* <https://es.scribd.com/document/340753448/COSTO-DE-IMPORTACION-pdf>
- Gomez, E. (2018). *“Análisis de la relación entre los costos logísticos adicionales y el costo de importación de la empresa Best Security del Perú S.A.C. 2016-2017”.* [ Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. [http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3647/gomez\\_te.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3647/gomez_te.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hayes, B. (1999). *Diseño de encuestas, usos y métodos de análisis estadístico.* México:Edit Oxford.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.ª ed.). México: McGraw-Hill
- Ipanaque, Y. (2017). "Desarrollo de una aplicación web para la mejora del proceso de venta de equipos informáticos en la empresa suministros tecnológicos Terabyte, (Lima - Perú)". <https://bit.ly/2ZAfnE8>
- Juárez, Villatoro y López (2011). *Coefficiente de asociación de Spearman*. <http://www.rincondepaco.com.mx/rincon/Inicio/Apuntes/Proyecto/archivos/Documentos/Spearman.pdf>
- Kerlinger, F. (1979). *Investigación del comportamiento y técnicas metodológicas*. México DF: Editorial interamericana
- Kotler, P., Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del marketing*. <https://bit.ly/31L0Fgo>
- Leon, J. (2006). China - América Latina: una relación económica diferenciada. <https://nuso.org/articulo/china-america-latina-una-relacion-economica-diferenciada/>
- López, F. (2009). *La Cuenta de Resultados: Cómo analizarla y gestionarla*. <https://bit.ly/38r5A7z>
- Lozada, O y Quispe, J. (2013). *La Agencia de Aduanas*. <https://emprendedor.pe/economia/la-agencia-de-aduanas/>
- Lucio, L. y Matamoros, F. (2018). "incidencias de los costos de importaciones en los procesos logísticos en la empresa tecnovias s.a". [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <https://bit.ly/2Db7TA0>
- Martinez, I. (2006). *Introducción a la función de marketing y ventas. Conceptos básicos*. <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20264/introduccion-la-funcion-de-marketing-y-ventas-conceptos-basicos>
- Mejía, W. (2015). *Definición de gastos incurridos*. <https://es.slideshare.net/wuandimejias/es-la-valoracion-monetaria-de-los-gastos-incurridos>

- Mendoza, P. (2015, 07 de julio). Correlación de Pearson y Spearman. Slideshare. <https://es.slideshare.net/MarianyelisMendoza/correlacion-de-pearson-y-spearman-50275209>
- Merino, M. y Pérez, J. (2016). *Definición de Flete*. <https://definicion.de/flete/>
- Natera, R. (2007). *Fiscalidad de los contratos civiles y mercantiles*. <https://bit.ly/2C7T14G>
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación: Diseño y Ejecución*. <https://bit.ly/3e3pmXI>
- Pacheco, G. y Zeballos, B. (2018). *Incidencia del costo de importación en el estado de resultados de la empresa B & G S.A.C del distrito de Lima Cercado en el ejercicio 2017*. [Tesis de Bachiller, Universidad Tecnológica del Perú]. <https://bit.ly/3ixzZpa>
- Palomino, A (2017). Taller de Exportación e Importación. Sitio web: <https://es.calameo.com/read/0033547461aedd642a9de>
- Pedroza, E., Sulser, R. (2004). *Exportación Efectiva: Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. <https://bit.ly/31Max9p>
- Pérez, J y Merino, M. (2017). Definición de Descarga. <https://definicion.de/descarga/>
- Pérez, J y Gardey, A. (2010). *Definición de Transporte*. <https://definicion.de/transporte/>
- Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). Acuerdos Comerciales del Perú. <https://bit.ly/3ixUAdd>
- Quintana, M. (2005). *Principios de Marketing*. <https://bit.ly/38zk1q3>
- Rodriguez, I., Bigné, J., Et. al. (2007). *Estrategias y Tecnicas de Comunicación*. <https://bit.ly/2ZFNN1M>
- Rocillo, Y. (2017). *“Estrategias de marketing de la mype importadora A&S Soluciones Integrales Lima, 2015”, (Lima - Perú)*. <https://bit.ly/31ODLEL>

- Rojas, R. (2002). Investigación Social. <https://bit.ly/3ivj8TU>
- Ruiz, L. (11 de julio del 2018). Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ): qué es y cómo se usa en estadística. Sitio web de psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>
- Sospedra, I. (2015). ¿Qué es el seguro marítimo?. <https://www.rankia.com/blog/mejores-seguros/2621932-que-seguro-maritimo>
- Sanchez, E. (2018). “Sistema web para el proceso de ventas de la empresa Axiom Software S.A.C”. (Lima - Perú). <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/31648>
- Sapag, N. (2007). “Proyectos De Inversión, Formulación y Evaluación”. <https://bit.ly/3eZUzfH>
- Tapia, M. (2018). *Los Sistemas De Información En La Gestión De Las Empresas De Venta De Productos De Tecnologías De Información Del Distrito De Cajamarca – Año 2014*. <https://bit.ly/3glRPto>
- Torres, V. (2014). “Administración de ventas”. (Mexico). <https://bit.ly/2VJZJVu>
- Thompson, I. (2009). *Definición de Producto*. <https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Trademap -. (2019). *Comercio bilateral entre Perú y China Producto: TOTAL Todos los productos*. <https://bit.ly/2D2QRns>
- Vargas, C. (2014). *INCOTERMS 2010: Correcta aplicación en el marco de la gestión inteligente*. <https://bit.ly/2YXZPeb>
- Vasquez, G. (2008). *Las ventas en el contexto gerencial latinoamericano*. [https://ucema.edu.ar/cimei-base/download/research/59\\_Vasquez.pdf](https://ucema.edu.ar/cimei-base/download/research/59_Vasquez.pdf)
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. (2ª ed.). Perú: San Marcos.

W, Castrillon. Ò., Ortiz, L. (2009). *Selección de proveedores: una aproximación al estado del arte*. <https://www.redalyc.org/pdf/205/20511730008.pdf>

## ANEXO

### Anexo 1

#### Operacionalización de la variable 1: Costo de Importación

Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<p>Para Gavelán (2012) “Nos menciona que El costo de importación está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por: flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, y gastos de aduana en general; por consiguiente, incluye todos los gastos atribuibles directamente al producto, así como también los indirectos, como son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a la operación de compra-venta del exterior”. (p. 117).</p>	<p>Se detallará el costo importación para definir un buen procedimiento con sus 3 dimensiones, Proveedor, CIF, Gastos Incurridos. Siendo a su vez medidas con un cuestionario en escala de Likert.</p>	Proveedor	Selección De Proveedores	<p>Escala de Likert</p> <p>Nunca = 1</p> <p>Casi Nunca = 2</p> <p>A veces = 3</p> <p>Casi Siempre = 4</p> <p>Siempre = 5</p> <p>Ordinal</p>
			Plataformas De Comercio Electrónico	
			Producto	
		CIF	FOB	
			Flete	
			Seguro	
		Gastos incurridos	Agente De Aduanas	
			Transporte	
		Descarga		

Fuente: Elaboración Propia

Operacionalización de la variable 2: Ventas

Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<p>Según Carrasco (2014) la cual nos define: Es el paso más importante dentro del proceso de la venta ya que es el objetivo final. El cierre se produce cuando el cliente toma la decisión de compra después de haber sido guiado por el vendedor en las etapas anteriores. Es decir, cuando el cliente declara la aceptación de la compra y arranca la parte de la entrega. (p.17)</p>	<p>Se detallará la venta para definir un buen procedimiento con sus 3 dimensiones, Proceso , Prospección de ventas y compra. Siendo a su vez medidas con un cuestionario en escala de Likert.</p>	Proceso	Volumen de venta	<p>Escala de Likert</p> <p>Nunca = 1</p> <p>Casi Nunca = 2</p> <p>A veces = 3</p> <p>Casi Siempre = 4</p> <p>Siempre = 5</p> <p>Ordinal</p>
			Clientes potenciales	
			Registro de ventas	
		Prospección de Ventas	Productividad	
			Crecimiento en las ventas	
			Nivel de ventas	
		Compra	Marca	
			Necesidad	
			Precio	

Fuente: Elaboración Propia



## INTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**ENCUESTA PARA LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA IMPORTEK.S.A.C  
SOBRE COSTO DE IMPORTACIÓN**

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de los costos de importación en la compañía que Ud. Trabaja, La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

**INSTRUCCIONES:**

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca del costo de importación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA  
4) CASI SIEMPRE

2) CASI NUNCA  
5) SIEMPRE

3) A VECES

<b>COSTO DE IMPORTACIÓN</b>						
<b>PROVEEDOR</b>						
<b>Selección de proveedores</b>						
1	Se asegura que sus proveedores tengan un domicilio fiscal en el país de origen.	1	2	3	4	5
2	Utiliza filtros para encontrar proveedores productores y no revendedores o empresas acopiadoras.	1	2	3	4	5
<b>Plataformas de Comercio Electrónico</b>						
3	Ha adquirido productos vía plataformas electrónicas que no cumplieron con sus expectativas.	1	2	3	4	5
4	La plataforma de comercio utilizada es segura para insertar tarjetas de crédito o débito para el pago internacional de su producto.	1	2	3	4	5
<b>Producto</b>						
5	La presentación del producto importado influye en el incremento de su valor.	1	2	3	4	5
6	Los productos llegan en buen estado después de haber estado 30 días navegando	1	2	3	4	5
<b>CIF</b>						
<b>Fob</b>						
7	Está conforme con el precio de su producto.	1	2	3	4	5

8	Negocia el precio por la cantidad de productos que importa.	1	2	3	4	5
<b>Flete</b>						
9	Está conforme con el costo de envío de los productos hacia el Perú	1	2	3	4	5
10	A menudo el flete total se incrementa con lo pronosticado	1	2	3	4	5
<b>Seguro</b>						
11	El seguro de mercancías cubre su mercancía a nivel nacional e internacional.	1	2	3	4	5
12	Ha sentido que los seguros pagados por sus mercancías fueron en vano, ya que la mayoría de navíos no suelen tener inconvenientes.	1	2	3	4	5
<b>GASTOS INCURRIDOS</b>						
<b>Ag. Aduanas</b>						
13	Utiliza a menudo el Certificado de Origen para disminuir el costo de importación.	1	2	3	4	5
14	Las proformas que le proporciona la Agencia de Aduana son ALL-IN.	1	2	3	4	5
15	Su Agente de aduana nacionaliza su mercancía en el plazo determinado para no sufrir los recargos.	1	2	3	4	5
<b>Transporte</b>						
16	Presenta inconvenientes al momento de recoger las mercancías de la aduana a la fábrica.	1	2	3	4	5
17	Posee proveedores leales para confiar y autorizar el movimiento de sus mercancías de la Aduana a la empresa.	1	2	3	4	5
18	A menudo cambia de empresas de carga para que movilicen su producto	1	2	3	4	5
<b>Descarga</b>						
19	El costo de descarga se cobra de acuerdo al tipo de producto	1	2	3	4	5
20	Cada paquete no supera los 25 kg de peso establecido por las normas internacionales del comercio.	1	2	3	4	5

## ENCUESTA PARA LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA IMPORTEK S.A.C EN EL ÁREA DE VENTAS

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de las ventas en la compañía que Ud. Trabaja, La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

### INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de las ventas, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA

2) CASI NUNCA

3) A VECES

4) CASI SIEMPRE

5) SIEMPRE

<b>VENTAS</b>						
<b>PROCESO</b>						
<b>Volumen de Venta</b>						
1	Depende mucho tener un correcto proceso de venta para poder incrementar la demanda de los productos de la empresa.	1	2	3	4	5
2	La información que brindan es favorable para que los clientes tengan mayor conocimiento de sus productos.	1	2	3	4	5
<b>Clientes Potenciales</b>						
3	Tener nuevos clientes son de mucha ayuda para que recomienden sobre sus productos a usuarios futuros.	1	2	3	4	5
4	Los nuevos clientes recomiendan los productos de la empresa a sus conocidos	1	2	3	4	5
<b>Registro De Ventas</b>						
5	Los registros de ventas obtenidas benefician a la empresa para darlo a conocer en el mercado	1	2	3	4	5
6	El nivel de ventas es importante para mejorar la calidad de la empresa	1	2	3	4	5
<b>PROSPECCIÓN DE VENTAS</b>						
<b>Productividad</b>						
7	La productividad de cada uno de los trabajadores es importante para incrementar las ventas.	1	2	3	4	5
8	Generar mayor productividad en las ventas hace que obtengan mayor recomendación por sus clientes.	1	2	3	4	5
<b>Crecimiento en las Ventas</b>						
9	Mientras más crecen las ventas en la empresa, mayor es el nivel de reconocimiento por los clientes.	1	2	3	4	5
10	Brindar un mejor servicio a los usuarios ayuda a que las ventas incrementen.	1	2	3	4	5

<b>Nivel de Ventas</b>						
11	El nivel de ventas obtenido depende de el precio de sus productos	1	2	3	4	5
1	A pesar de la competencia, su nivel de ventas suele variar	1	2	3	4	5
2						
<b>COMPRA</b>						
<b>Marca</b>						
13	Los usuarios suelen adquirir los productos dependiendo del favoritismo en la marca	1	2	3	4	5
14	La marca es importante para decidir al momento de comprar un producto	1	2	3	4	5
<b>Necesidad</b>						
15	Los clientes compran los productos porque lo necesitan para su uso personal	1	2	3	4	5
16	Las ventas se relacionan con la necesidad de adquirir los productos de la empresa.	1	2	3	4	5
<b>Precio</b>						
17	Los productos vendidos dependen del precio que establecen para los usuarios finales.	1	2	3	4	5
18	El precio de venta es importante al momento de ofrecer sus productos al mercado	1	2	3	4	5
1	La decisión de adquirir un producto depende del precio establecido en el mercado frente a la competencia	1	2	3	4	5
9						



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: M. RIVERA CARO, FERNANDEZ  
 1.2. Especialidad del Validador: Psicología  
 1.3. Cargo e institución donde labora: DTC ET N.N. II  
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: EMU  
 1.5. Autor del instrumento: .....

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	May buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y logica				✓	
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 responde 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.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 13 de 11 del 2019.

.....  
 Firma de experto informante

DNI: 08729585

Teléfono: 964891955

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3		/	
Item 4		/	
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13		/	
Item 14		/	
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19		/	
Item 20	/		

*[Handwritten signature]*

Firma de experto informante

DNI: 08729585

Teléfono: 904851550

## Variable 2:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4		/	
Item 5		/	
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9		/	
Item 10		/	
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17		/	
Item 18		/	
Item 19		/	

  
.....  
Firma de experto informante

DNI: 08724581

Teléfono: 667891951



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: MICHA MAGUIA MARY IVELIN  
 1.2. Especialidad del Validador: DEA ADMINISTRACIÓN  
 1.3. Cargo e institución donde labora: DOCENTE UCV  
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: ENCUESTA  
 1.5. Autor del instrumento: ESPIRIDIA JAVIERGUL DANIEL Y NOLE OSORIO EL

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 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 responde 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.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

## III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

## IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 15 de NOVIEMBRE del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 41438652

Teléfono: 995801023



V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14		✓	
Item 15		✓	
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18		✓	
Item 19		✓	
Item 20	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41498652

Teléfono: 995801023

## Variable 2:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		



Firma de experto informante

DNI: 4148852Teléfono: 995801023



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MICHELENA ROS GURIBUE OMAR  
 I.2. Especialidad del Validador: MBA EN ADMINISTRACIÓN  
 I.3. Cargo e institución donde labora: UCV  
 I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: ENCUESTA  
 I.5. Autor del instrumento: ESPIRITOSA SANDRO DANIEL Y MORA OSCAR ELIZ

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 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 responde 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				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

## III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

HAY SUFICIENCIA

## IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Los Olivos, 18 de NOVIEMBRE del 2019

80%

Firma de experto informante

DNI: 09912826

Teléfono: 992325181

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5		/	
Item 6		/	
Item 7		/	
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15		/	
Item 16		/	
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20		/	



Firma de experto informante

DN: 07912820

Teléfono: 992325181

## Variable 2:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	//		
Item 2	//		
Item 3	//		
Item 4	//		
Item 5	//		
Item 6		//	
Item 7		//	
Item 8	//		
Item 9	//		
Item 10	//		
Item 11		//	
Item 12		//	
Item 13	//		
Item 14	//		
Item 15		//	
Item 16		//	
Item 17	//		
Item 18	//		
Item 19	//		



Firma de experto informante

DNI: 05917826Teléfono: 997325191

Se presenta el Resumen de los informes de juicio de expertos

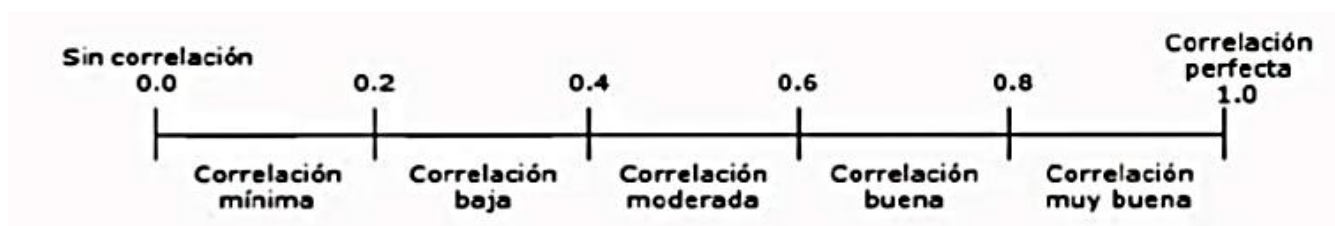
---

Expertos	
Experto 1	Dr. Márquez Caro, Fernando Luis
Experto 2	Dra. Michca Maguiña Mary Hellen Mariela
Experto 3	Mgtr. Michelena Ríos Enrique Omar

---

Fuente: Elaboración propia

Se presenta la figura del coeficiente de correlación de Rho de Spearman



Fuente: Mendoza, 2015, párr. 2

Tabla de Rangos de confiabilidad para enfoques cuantitativos

Rangos	Interpretación
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

---

Fuente: Ruiz, 2013, p. 100

---

**Resumen de procesamiento de casos**

---

		N	%
Casos	Válidos	22	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
Total		22	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

---

**Estadísticas de fiabilidad**

---

Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	22

---

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los resultados conseguidos del análisis de fiabilidad, se tuvo como resultado de la encuesta un 0,956 del Alfa de Cronbach demostrando que el instrumento aplicado es válido y altamente confiable respecto a los Costos de importación

---

**Resumen de procesamiento de casos**

---

		N	%
Casos	Válidos	22	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
Total		22	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,946	19

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los resultados conseguidos del análisis de fiabilidad, se tuvo como resultado de la encuesta un 0,946 del Alfa de Cronbach demostrando que el instrumento aplicado es válido y altamente confiable respecto a las Ventas.



## Base de Datos Resultados

	COSTO DE IMPORTACIÓN																			
	PROVEEDOR						CIF						GASTOS INCURRIDOS							
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20
ENCUESTA 1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
ENCUESTA 2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
ENCUESTA 3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
ENCUESTA 4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	3
ENCUESTA 5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
ENCUESTA 6	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
ENCUESTA 7	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4
ENCUESTA 8	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	3
ENCUESTA 9	4	4	5	5	5	3	4	5	4	2	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3
ENCUESTA 10	5	4	5	5	4	3	5	4	2	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3
ENCUESTA 11	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3
ENCUESTA 12	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3
ENCUESTA 13	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3
ENCUESTA 14	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3
ENCUESTA 15	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
ENCUESTA 16	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	3	5	3
ENCUESTA 17	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
ENCUESTA 18	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
ENCUESTA 19	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3
ENCUESTA 20	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
ENCUESTA 21	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	3	5	3
ENCUESTA 22	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4

## Base de Datos Resultados

VENTAS																		
PROCESO						PROSPECCIÓN DE VENTAS						COMPRA						
P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19
5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4
4	4	5	5	5	3	4	5	4	2	4	5	5	4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	4	3	5	4	2	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4
2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2
5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4
4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	3	3
4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4
4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	1
4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	3	4
4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3