



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**La importación y distribución de cables de acero de China para la
corporación ichi hachi S.A.C - 2021**

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

AUTORES:

Ortiz Ferro, Katerine Stefany (ORCID: 0000-0002-8324-3344)

Valverde Rossell, Raquel (ORCID: 0000-0003-3712-6152)

ASESORA:

Dra. Patricia Maribel Yllescas Rodriguez (ORCID: 0000-0002-4244-8167)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO — PERÚ

2021

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios y a nuestra familia que nos apoyo mucho para realizar nuestros sueños de ser una gran profesional, gracias por sacrificar tanto por nosotras para lograr lo que siempre hemos querido y es tener la licenciatura.

Agradecimiento

Nuestro agradecimiento siempre será para todos nuestro seres queridos, porque siempre nos apoyaron para poder seguir estudiando y persiguiendo mis sueños gracias a ti madre por siempre estar para mí.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras y gráficos.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
1. INTRODUCCIÓN.....	3
II. MARCO TEÓRICO.....	9
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población, muestra y muestreo.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos.....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	40
VI. CONCLUSIONES.....	41
VII. RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS.....	43
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Descripción de los niveles de la Variable Importación.....	17
Tabla 2. Descripción de los niveles de la Variable Distribución.....	19
Tabla 3. Descripción de los niveles de la Dimensión Logística.....	21
Tabla 4. Descripción de niveles de la Dimensión Canal de Distribución.....	23
Tabla 5. Descripción de niveles de la Dimensión Finanzas.....	25
Tabla 6. Descripción de la Variable Importación y Distribución.....	27
Tabla 7. Descripción de la Variable Importación y Logística	29
Tabla 8. Descripción de la Variable Importación y Canal de distribución.....	31
Tabla 9. Descripción de la Variable Importación y Finanzas	33
Tabla 10. Correlación entre la Variable Importación y Distribución.....	35
Tabla 11. Correlación entre la Variable Importación y Logística.....	36
Tabla 12. Correlación entre la Variable Importación y Canal de Distribución.....	37
Tabla 13. Correlación entre la Variable Importación y Finanza.....	38

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Grafico de importaciones de acero en Perú.....	6
Figura 2. Grafico de importaciones de acero por origen.....	6
Figura 3. Grafico comercio de manufacturas de acero (Millones US\$).....	7
Figura 4. Grafico comercio de manufacturas de acero (2017).....	8
Tabla 5. Descripción de los niveles de la Variable Importación.....	17
Tabla 6. Descripción de los niveles de la Variable Distribución.....	19
Tabla 7. Descripción de los niveles de la Dimensión Logistica.....	21
Tabla 8. Descripción de niveles de la Dimensión Canal de Distribución.....	23
Tabla 9. Descripción de niveles de la Dimensión Finanzas.....	25
Tabla 10. Descripción de la Variable Importación y Distribución.....	27
Tabla 11. Descripción de la Variable Importación y Logistica	29
Tabla 12. Descripción de la Variable Importación y Canal de distribución.....	31
Tabla 13. Descripción de la Variable Importación y Finanzas	33

RESUMEN

La presente investigación titulada “La importación y Distribución de cables de acero de China para la Corporación Ichi hachi S.A.C 2021” tiene como objetivo determinar la relación entre la importación y distribución de cables de acero de China para la corporación Ichi hachi S.A.C. La metodología utilizada fue de tipo aplicada, con diseño no experimental y transversal con un nivel Descriptivo, Correlacional; teniendo finalmente un enfoque Cuantitativo. La técnica Utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario para el cual se aplicó a 25 empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C; las preguntas realizar giraron en torno a ambas variables. Se obtuvo resultados mediante el software estadístico SPSS 25.0, representando los resultados en tablas estadísticas.

Así mismo se concluyó que si existe relación entre la importación y distribución de cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021. Donde existe un buen manejo de la distribución de las mercaderías importadas de esta manera las importaciones elevaran un incremento económico en la Corporación Ichi Hachi S.A.C.

Basándonos en los resultados proponen conseguir una buena distribución para poder satisfacer a nuestros clientes de la Corporación Ichi Hachi S.A.C, envase a la tecnología innovación y procesos necesarios para mejor la distribución de cables de acero.

Palabras claves (3): Importación, Calidad de Servicio, Proceso de Coordinación.

ABSTRACT

The present investigation entitled "The import and distribution of steel cables from China for the Corporation Ichi hachi S.A.C 2021" aims to determine the relationship between the import and distribution of steel cables from China for the corporation Ichi hachi S.A.C. The methodology used was of an applied type, with a non-experimental and cross-sectional design with a Descriptive, Correlational level; finally having a Quantitative approach. The technique used was the survey and the instrument the questionnaire for which 25 employees of the Corporación Ichi Hachi S.A.C were applied; the questions to ask revolved around both variables. Results were obtained using the SPSS 25.0 statistical software, representing the results in statistical tables.

Likewise, it was concluded that if there is a relationship between the importation and distribution of steel cables from China for the Ichi Hachi SAC 2021 Corporation. Where there is good management of the distribution of merchandise imported in this way, imports will raise an economic increase in the Ichi Hachi SAC Corporation

Based on the results, they propose to achieve a good distribution in order to satisfy our clients of the Corporación Ichi Hachi S.A.C, packaging technology, innovation and processes necessary to better distribute steel cables.

Keywords (3): Import, Quality of Service, Coordination Process.

I. INTRODUCCIÓN

La distribución es un pedazo de la cadena de suministro que ayuda a realizar una mejor gestión para poder realizar la repartición de los productos a cada cliente que realice el pedido, también se encarga de tenerlo en almacenes con los cuidados necesarios para luego alistarlos para cada comprador y así el cliente este satisfecho. Es por eso que la logística es muy importante porque nos ayuda a ver cuánta mercadería tenemos en stock y poder saber si estamos llevando bien las ventas que estamos realizando para que todos nuestros clientes se queden contentos con sus pedidos.

También ayuda a que muchas empresas tengan la seguridad que su mercancía llegue en buen estado desde el país de salida hasta su punto de llegada, el objetivo es que los clientes se vayan satisfechos, nos encargamos de almacenar su mercancía y la parte más importante de la logística que puede que un producto sea exitoso.

La distribución física centralizada es un modelo que nos ayuda a la distribución urbana de mercancía basada en una consolidación sobre el destino final, se hace lo que viene a ser logística de distribución ya que se realiza entregas a muchos clientes a nivel nacional, para que así los clientes tengan una atención personalizada y un producto de buena calidad.

Las importaciones en nuestro país siempre han sido muy importantes, ya que beneficia a muchos empresarios, y consumidores para que pueda seguir utilizando lo que en esta oportunidad estamos dando a conocer que son las importaciones de cable de acero, siempre que se importa se refiere es contar con fracción arancelaria, no es un producto que tiene restricciones lo que es cables de acero es preferible traerlo en una sola carga para que no se cobre más impuestos, siempre los precios van a variar por el peso y volumen que tenga el pedido que está realizando, casi siempre se trae el producto por vía marítima para que salga un precio más bajo, que otros medios de envío.

Tenemos como ejemplos la Corporación Ichi Hachi S.A.C es un empresa que va más de 10 años en el comercio de las importaciones hacen que cada producto que venden sea de buena calidad, y con una buena atención para cada uno de sus clientes esto hace que la empresa tenga más clientes y pueda expandirse más a todos sus clientes, tiene proveedores en China que trabaja años por los cuales tiene una comunicación para que le puedan mandar los productos con buenos estándares de calidad del producto, a la vez ellos realizan la distribución hacen ventas al por mayor y unidad, cuando realizan la distribución a nivel nacional, siempre llega en buen estado su producto, y a tiempo para que así sus consumidores siempre tengan una buena imagen de la empresa.

A través de las Importaciones nosotros mantenemos una relación de larga distancia con nuestro comprador, otorgándonos de esta manera la seguridad de que el producto llegará a nuestras manos sin ningún contra tiempo. Puede producirse ciertos riesgos en el traslado, pero siempre y cuando sean producidos por la naturaleza o retrasos del modo de transporte. Es importante conocer todos los medios de transporte que existen hoy en día, ya que suelen ser algunos más seguros que otros y además también varía el costo. Todo va de la mano con la globalización, el mundo siempre innova cada día más y surgen las tecnologías más modernas y actualizadas a nivel global y quienes son los primeros en tenerla Corea del Sur.

Existen empresas que siempre se han dedicado a la producción y ventas de servicios y bienes, lo cual les parece algo nuevo la palabra importación u otros tienen miedo de realizarla. Es decir, el Perú tiene buenos emprendedores que manejan bien sus negocios y nosotros debemos de explotar nuestro talento, para que de esta forma se dé a conocer a nivel mundial, pero una que otra empresa tiene miedo a surgir y crecer de esta manera, por eso es que nuestro trabajo de investigación va dirigido para todo pequeño empresario que desee exportar sus productos y adquiera mayores ganancias.

La importación nos ayuda a incrementar la calidad de la elaboración. Es usual que, cuando una empresa quiera importar materia prima o productos, lo haga con el fin de tener una mayor calidad, y a la vez tener su propia marca en específica, eso hace que tu marca tenga un aumento de valor ya que lo estás haciendo con una buena calidad

de servicio para que puedan tener más accesibilidad de tu producto y así se pueda distribuir y vender.

Según Molinillo (2014) en su investigación titulada “Distribución Comercial” nos quiere decir que la distribución es muy buena para llegar a nuestros consumidores. Con esto Molinillo nos manifiesta que las principales políticas comerciales de mayoristas y minoristas es realizar la distribución a nivel nacional.

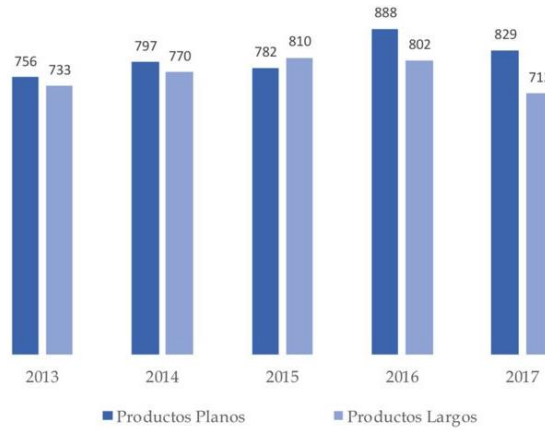
Hoy en día, hablar acerca de la importación en cualquier empresa es bueno ya que ayuda a que las empresas puedan crecer, y hacerse conocido ya que su marca llegara a varios lugares, y a la vez se distribuya cada pedido, además la calidad de atención que se tiene con cada consumidor.

Según Molinillo, nos quiere decir que para las distribuciones para muchas empresas es una herramienta de marketing más resaltante ya que facilita a relación entre la oferta y la demanda. Esto hace que muchos empresarios logren tener un mercado global, llegar a hacerse conocidos puesto que gracias a la distribución hacen que el producto pueda llegar rápido a su comprador y así pueda ahorrar tiempo. Siempre tenemos que entregar el producto en buen estado, en una buena presentación para que así los compradores puedan volver a pedir nuestros productos y confían en la distribución que se realiza (p.17)

Es un sector importante donde se realiza la comercialización de productos o servicios para que lleguen a sus consumidores directos, por ello, la distribución comercial se encarga de poder planificar varias actividades donde se quiere lograr satisfacer las necesidades de los clientes.

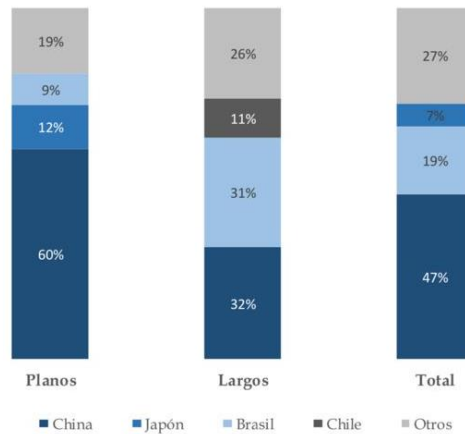
La importación peruana de acero en el Perú padece de una industria que realice productos planos, por esa razón tenemos un 100% de todo el consumo interno de los productos planos, que son atendidos por las importaciones que provienen de China que es el (60%).

Perú: Importaciones de Acero (Miles de TM)



Fuente: SUNAT

Perú: Importaciones de Acero por Origen (Miles TM)



Elaboración: MINCETUR

Comercio de Productos Manufacturados de Acero

En el comercio peruano sabemos que el acero supera los US\$ 1000 millones, en primera instancia la alta participación de las importaciones, que pueden representar 90% del valor total. En el año 2017, nuestro Perú realizó una importación y exportación

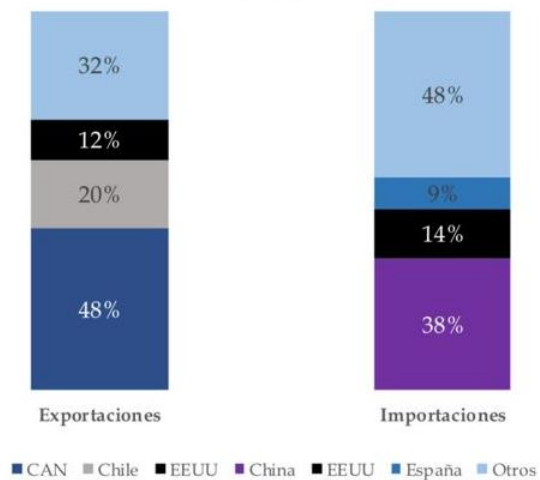
manufacturada de acero US\$ 916 Y US\$ 110 millones, realizando un saldo comercial negativo (-US\$ 806 millones) eso informa el ministerio de comercio exterior y turismo del Perú.

Los primeros importadores de acero son: China (38%), EEUU (14%) y España (9%).
Lo que más importan de acero son: Los tornillos, bolas de acero, para construcciones, etc.



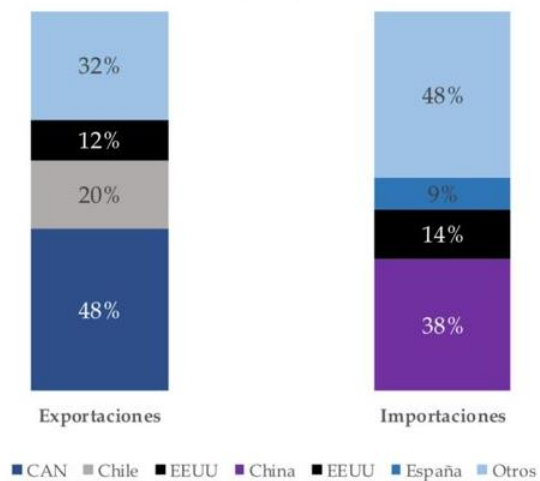
Fuente: SUNAT

Perú: Comercio de Manufacturas de Acero
(2017)



Elaboración: MINCETUR

Perú: Comercio de Manufacturas de Acero
(2017)



Elaboración: MINCETUR

II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes internacionales, Bravo (2019), cuyo estudio realizado en Ecuador, titulado “Análisis de los Procesos de Distribución y su incidencia en la Comercialización de la Empresa Gerardo Ortiz, Ubicada en la Ciudad de Cuenca, período 2014” para alcanzar el título de licenciatura en Ingeniero Comercial en la Universidad Nacional de Chimborazo, su objetivo fue como se realizan estos procesos de distribución para la comercialización de la empresa Gerardo Ortiz, ubicado en la ciudad de Cuenca, año 2014, Crear una nueva manera o de mejorar el proceso de distribución y comercialización de la empresa G. O, que ayude a mejorar los estándares de calidad de Servicio.

Busto (2018), cuyo estudio realizado en España, titulado “Cerámica de importación en el principado de Asturias entre la baja edad media y la primera edad moderna “Su objetivo de estudio de su trabajo de investigación son todas las cerámicas que han traído de Asturias que vienen de la Península Iberia, Europa, Asia y América. Lo cual nos hace estudiar las cerámicas locales influenciadas por las importaciones. Lo cual nos hace analizar 3.990 piezas de cerámicas. De aquellas cerámicas, 3,759 proceden de 50 excavaciones arqueológicas desarrolladas en el Principado de Asturias desde aquellos años 40 del siglo XX.

Alcívar y Sánchez (2016), cuyo estudio realizado en Guayaquil, titulado “Análisis de la Distribución Física Internacional y su incidencia para el Comercio Exterior del Ecuador periodo 2010-2014. Caso: logística de la Modalidad Transportación Terrestre” para alcanzar el título de licenciatura de Ingeniero en Comercio Exterior en la Universidad de Guayaquil, Nos dio a conocer su objetivo general averiguar sobre lo que hace mejor a la Distribución Física Internacional la mejor manera de hacer las entregas de sus productos en buen estado, ya que a veces por el tiempo exacto puede haber un imprevisto para que llegue la mercadería siempre se tiene que tomar las precauciones necesarias para una buena distribución y el cliente no este molesto, sino agradecido por el buen servicio de cómo se maneja una empresa seria.

Moreira (2018), cuyo estudio realizado en Quito, titulado “Aplicación de las Salvaguardias y su Impacto en el transporte de carga pesada Ecuador-Colombia caso de estudio Tulcán-Ipiales, período 2014-2016” para alcanzar el título de licenciatura en Comercio con Mención en Negocios Internacionales en la Universidad Internacional SEK, ayuda para el objetivo general Ayudar con el impacto de la aplicación de las salvaguardias en el transporte de carga pesada entre la República de Ecuador y la República de Colombia (Tulcán-Ipiales) para el periodo 2014-2016. Con saber cómo ha sido el impacto que se ha ido teniendo y como ha mejorado en los financiero.

Cansino y Yépez (2020) cuyo estudio realizado en Sangolquí, titulado “Análisis del manejo de los costos logísticos en la importación de acetona (considerada como mercancía peligrosa) destinada a la industria de pintura en el período 2014-2018” para alcanzar el título de licenciatura de Ingeniería en C. E y N. I en la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE, ayuda para el objetivo general Como saber el manejo de los costos ya que la acetona es un producto denominado peligroso en el año 2014 y 2018. Hacer una evaluación de los costos de la logística con algunos indicadores necesarios para medir la eficiencia de la industria.

Hinojosa y Rodríguez (2020) cuyo estudio realizado en Sangolquí, titulado “Análisis de la Importación de Yemas de Huevos, Subpartida 0408.19.00.00 de Perú y su Impacto en la Industria de Ovoproductos en el Período 2014-2018” para alcanzar el título de licenciatura en Ingenieras en Comercio Exterior y Negociación Internacional en la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE, ayuda para el objetivo general Analizar la importación de las yemas de huevos congelada, partida 0408.19.00.00 y su impacto en la industria nacional de ovoproductos, en el periodo 2014-2019. Proponer una ficha técnica que cumpla con los estándares de calidad exigidos a nivel nacional e internacional. Establecer una estrategia de benchmarking con Perú, para disminuir la importación de los ovoproductos en Ecuador.

Antecedentes Nacionales, León (2018), cuyo estudio realizado en Trujillo, titulado “Análisis de la Importación directa de cuero sintético de China y su impacto en la Rentabilidad de la empresa Corporación e Inversiones LR S.A.C, el porvenir 2018-

2022 – Trujillo, 2018” para alcanzar el título de licenciada en administración y N. I en la UPN, ayuda para el objetivo general determinar de qué manera la importación directa de cuero sintético de China impacta en la rentabilidad de la empresa Corporación e inversiones LR S.A.C, El provenir 2018 – 2022 – Trujillo, 2018.

Rubio (2019), cuyo estudio realizado en Lima, titulado “ Aplicación de la inteligencia comercial para la Importación de Equipos Biomédicos de la empresa Importadora Medical Insigth S.A.C, 2019” para alcanzar el título de licenciada en administración y negocios internacionales en la UPN, como objetivo en su investigación como importar equipos biomédicos ayuda en nuestro país hacia el comercio de ventas en Perú.

Peralta (2017), cuyo estudio realizado en Lima, titulado “Mejora de los Procesos de Importación para reducir la carga tributaria en una empresa comercializadora de Equipos Médicos en Lima, 2017” para alcanzar el título de licenciatura en Ingeniera y Negocios en Universidad Wiener, ayuda para el objetivo general, hablar sobre el proceso de importaciones y cargas tributarias. Facilitar la reducción de carga tributaria.

Rivera (2016), cuyo estudio realizado en Lima, titulado “Aplicación de un Plan de Importación para el Abastecimiento de Lentes Intraoculares de la Empresa inversiones médicas San Martín en Lima, 2016” para alcanzar el título de licenciatura en Administración en Universidad Inca Garcilaso De La Vega, evaluar las boletas de los productos para saber si estamos abasteciendo lo suficiente con la demanda de clientes que tenemos.

Enciso (2018), cuyo estudio realizado en Lima, titulado “Propuesta de mejora de procesos en la empresa de distribución logística en Lima” para alcanzar el título de licenciatura en Ingeniero Industrial en UPC, ayuda para el objetivo general Analizar los procesos actuales del almacén para identificar las causas raíz que ocasionan la problemática antes descrita con la finalidad de proponer herramientas que al implementarlas la solución y aumenten el nivel del servicio por encima del 90%. Es la elaboración del marco conceptual y el estado del arte que establece la base temática

del proyecto de investigación aplicada sustentada en artículos académicos indexados y casos de éxitos empresariales.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El trabajo realizado en el cual se basa nuestra investigación es no experimental, para Hernández (2014), nos dice que un trabajo no experimental, se refiere a un estudio sin el cambio de las variables. Además, para darse cuenta solo tenemos que observar y de manera natural se analiza (p. 149).

Por otro lado, Hernández (2014), nos dice que un trabajo transversal, es donde se recolecta datos durante el estudio. Busca como objetivo determinar las variables del estudio y analizar su vínculo (p. 151).

El método realizado en nuestra investigación fue HIPOTETICO DEDUCTIVO, Bernal (2013), nos dice que son afirmaciones o hipótesis, deben ser reales con la validez que cada investigador realice (p.60).

Tipo de investigación es CORRECCIONAL Según Monje (2011) La investigación correccional son metodologías únicas las cuales son teorías que no han sido utilizadas en otros proyectos de investigación. (pag.11).

El trabajo de investigación es EXPLICATIVO – CAUSAL Según Bernal (2016), nos dice que la investigación explicativa, es cuando el investigador averigua el porqué de las cosas, pueden ser también hechos o situaciones (p. 115).

Gordillo, Mayo, Lara y Gigante (2010), nos manifiesta que las variables deben de tener causa y efecto (p. 7).

3.2. Variable y Operacionalización

El trabajo realizado tiene dos variables, una es “Distribución” y la otra variable es “Importación”. Fueron definidas de manera conceptual, para Tamayo (2004) Es necesario hacer un análisis para poder ver sus parámetros de medición y poder así hacer una relación entre las variables (p. 169).

3.2.1 Operacionalización de variables:

Para demostrar la investigación se detalló la categoría de las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores a medir.

Variable I: Importación

Dimensiones: Marketing, Bienes y servicios, Mercadería

Indicadores: Diseño, Innovación, canales online, ventas, rentabilidad, contribución.

Variable II: Distribución

Dimensiones: Logística, Canal de distribución, Finanzas

Indicadores: Estructura, Almacén, costos, Gestión de Entrega, Puntualidad, Limpieza.

3.3. Población y muestra

Herrera (2003), la población de un país es el número de personas que viven en dicho país (pag.224). Conforme a la investigación realizada según en el trabajo, los trabajadores de la empresa Ichi Hachi S.A.C, solo 25 personas laboran en su producción.

López (2010), La muestra fue probabilístico aleatorio simple, nos manifiesta López, que es la calidad de nuestro producto, vista por nuestros clientes (pág. 10).

Para poder tener un resultado respectivo debemos realizar la siguiente formula: En la muestra para nuestra investigación está formado por 25 trabajadores de la corporación Ichi Hachi S.A.C en su empresa que queda en Cercado de Lima, 2021.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada fue una encuesta, en la que se han empleado preguntas en correlación al marketing y exportación de la empresa Ichi Hachi S.A.C, con el único objetivo de saber qué relación tienen las variables propuestas. Según Casas J., Repullo J., Donado j. (2003) Las encuestas nos ayudan a saber cómo se está manejando la empresa y como es el ambiente laboral para los trabajadores (pag.143).

Recolectar información empleada en la investigación realizada fue un CUESTIONARIO, elaborado como un modelo para lograr su punto de vista con vínculo para la encuesta. Sergi F, Julio M, David R, Marie (2016) H. Nos mencionan que son preguntas que deben tener sentido para que las respuestas nos ayuden a entender a nuestros consumidores (pág. 9).

Para Delgado (2010), La validez de un producto se basa en lo que contiene el producto si es bueno o no para que pueda ser consumido (p. 66).

El mecanismo empleado en la formación fue mostrar a expertos, de acuerdo a la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Filial Callao

Según Santos (2017), cuando el producto es conocido, los consumidores sienten confianza porque tiene buena aceptación de mercado (pág. 1).

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy baja
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy alta

3.5. Procedimientos

El desarrollo de esta investigación se desarrollará de la siguiente manera: en la recopilación del instrumento se empleó la encuesta a los clientes de la de la empresa Ichi Hachi S.A.C, de acuerdo a la muestra escogida en el estudio; luego se optó por emplear el programa Excel de Microsoft 2010 y el programa estadístico SPSS 25 para analizar algunos datos obtenidos y así poder estudiarlas según la variable de investigación; realizar la validación y confiabilidad del instrumento estudiado; realizar el análisis estadístico relevante a nuestras hipótesis manifestadas, se aplica algunas afiliaciones dentro del análisis; al finalizar, se colocan los resultados que corresponden en la tabla, gráficos, cuadros y barra para su resultado correspondiente (Hernández, 2014, p.272-327)

3.6. Método de análisis de datos

En nuestro estudio de investigación se realizó el uso del programa estadístico SPSS 24. Adicional, se usó el alfa Cronbach para prever la confiabilidad de la herramienta y el resultado de especialistas para la validez del mismo.

3.7. Aspectos éticos

Para realizar la elaboración de nuestra investigación se utilizó los siguientes aspectos éticos:

➤ **Utilización de información:**

Realizamos encuestas a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C para poder tener resultados de nuestro trabajo de investigación.

➤ **Valor social**

Se realizó las encuestas de manera voluntaria y sociable, para poder visualizar si estaban de acuerdo.

➤ **Validez científica:**

Nuestro proyecto se desarrolló en base a nuestros lineamientos preparados por nuestra guía de productos observables de la universidad Cesar Vallejo – Callao y así siendo muy cuidadosos con nuestra Norma Apa 7ma edición que nos ayuda a hacer una investigación favorable.

A la vez nos hemos basado nuestro proyecto en autores, revistas, tesis que nos han ayudado a lograr una mejor investigación, lograr tener más noción de nuestra carrera.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis Descriptivo Univariado

4.1.1 Análisis descriptivo de la variable Producción

TABLA 1

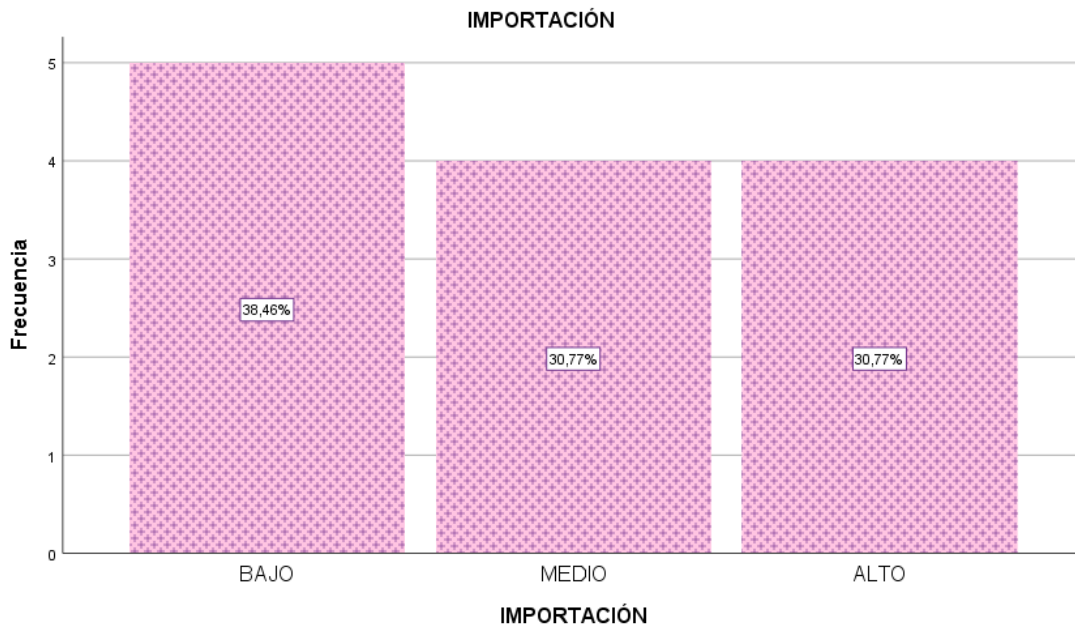
Descripción de los Niveles de la Variable Importación

IMPORTACIÓN					
		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	38,5	38,5	38,5
	MEDIO	4	30,8	30,8	69,2
	ALTO	4	30,8	30,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC

FIGURA 1

Descripción Gráfica de la Variable Importación



Fuente: Gráfico realizado mediante la muestra de la encuesta a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC 2021 – SPSS.25.0

INTERPRETACIÓN:

Se observa en la tabla 01 y figura 01, a través de la encuesta aplicada a los 25 empleados que elaboran en la Corporación Ichi Hachi SAC, de esta manera se obtuvo los resultados siendo representados por niveles, el cual el nivel medio tiene un 30,77%, sin embargo, el nivel bajo con 38,46% y finalmente el nivel alto con 30,77%. En conclusión, se deduce que el nivel bajo es el más elevado según las encuestas aplicadas en la Corporación Ichi Hachi S.A.C, nos muestra un nivel apropiado para sus importaciones.

Análisis descriptivo de la variable Distribución

TABLA 2

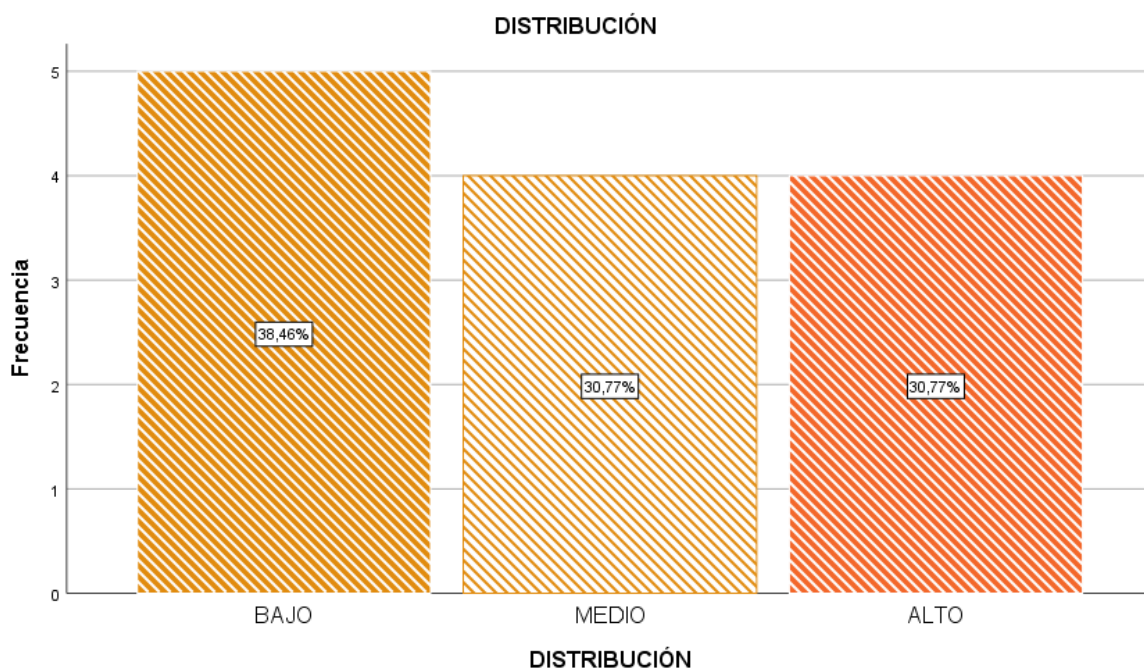
Descripción de los Niveles de la Variable Distribución

DISTRIBUCIÓN					
		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	BAJO	5	38,5	38,5	38,5
	MEDIO	4	30,8	30,8	69,2
	ALTO	4	30,8	30,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC

FIGURA 02

Descripción Gráfica de la Variable Distribución



Fuente: Gráfico representado por datos en porcentajes de las variable Distribución, encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC 2021 – SPSS 25.0

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 02 y la figura 02, a través de la encuesta aplicada a los 25 empleados que elaboran en la Corporación Ichi Hachi SAC, donde se logra entender que nuestra variable de distribución es representada por el nivel medio con 30.77%, el nivel alto con 30,77% y finalmente nivel bajo con 38.46%. En conclusión, la Corporación Ichi

Hachi SAC, podría mejorar sus diferentes maneras de distribución de sus mercaderías, que no está mal, pero podría mejorar.

Análisis Descriptivos de los resultados de la dimensión Logística

TABLA 03

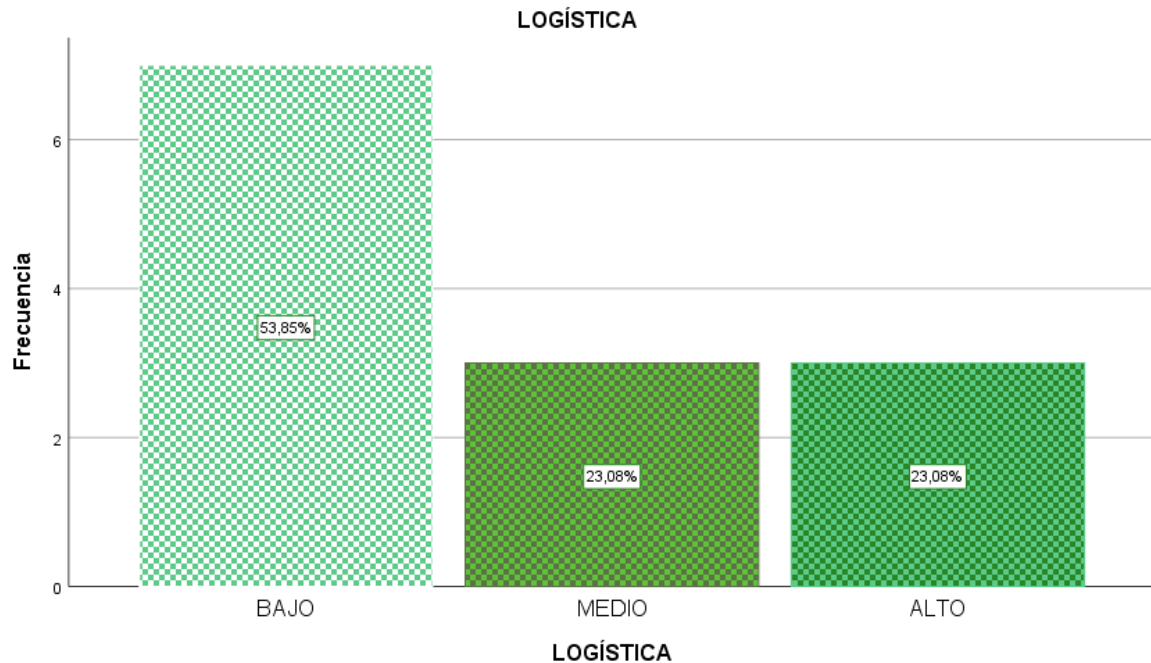
Descripción de los Niveles de la Dimensión Logística

LOGÍSTICA					
		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	53,8	53,8	53,8
	MEDIO	3	23,1	23,1	76,9
	ALTO	3	23,1	23,1	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC 2021

FIGURA 03

Descripción Gráfica de la Dimensión Logística



Fuente: En este Gráfico se representa datos de la encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC, en relación a la Logística 2021 – SPSS 25.0

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 03 y la figura 03, obtenida mediante una encuesta realizada a 25 empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC, deducimos que el marketing muestra en el nivel medio de 23,08%, y el nivel bajo con 53.85% y finalmente el nivel alto con 23,08%. Según con los resultados que se logró obtener nos muestra que el nivel bajo es el que tiene más porcentaje según las encuestas, deducimos que la Corporación Ichi Hachi SAC presenta un buen manejo de logística y además podría mejorarlo.

Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Canal de Distribución

TABLA 04

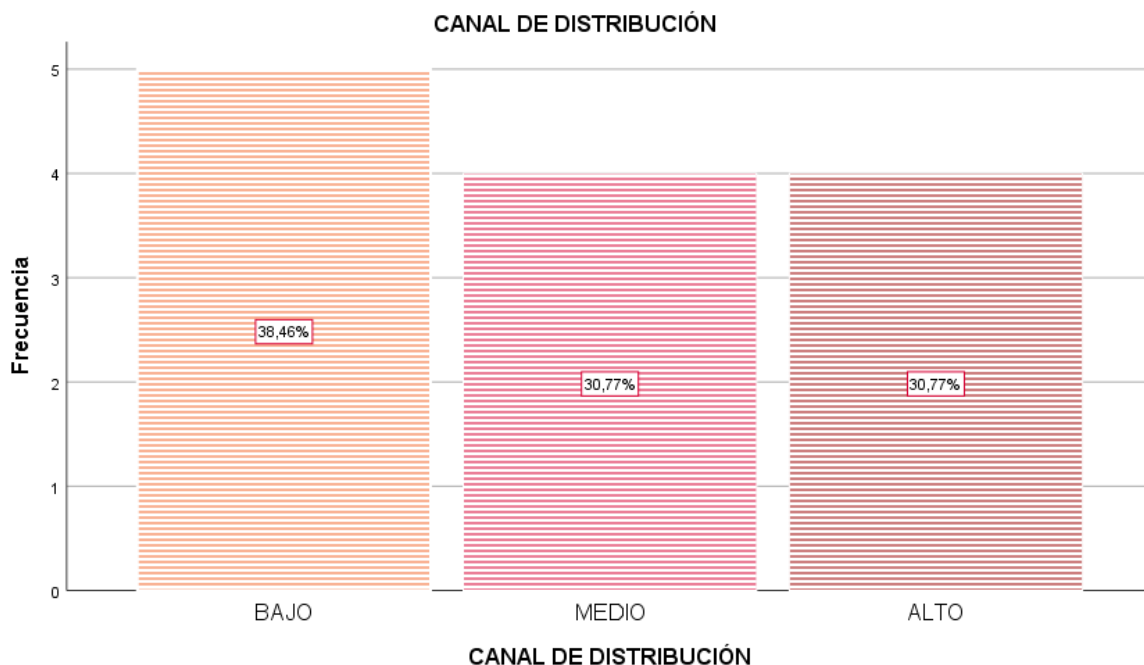
Descripción de los Niveles de Canal de Distribución

CANAL DE DISTRIBUCIÓN					
		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	38,5	38,5	38,5
	MEDIO	4	30,8	30,8	69,2
	ALTO	4	30,8	30,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC 2021

FIGURA 04

Descripción Gráfica de la Dimensión Canal de Distribución



Fuente: Este Gráfico representa datos de la encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC, en la dimensión Canal de Distribución del 2021 – SPSS 25.0

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 04 y figura04, se tomó una muestra a 25 empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC, donde podemos analizar que su canal de distribución está representada por el nivel bajo con 38,46%, el nivel medio con 30,77% y finalmente el nivel alto en 30,77%. Se muestra que el nivel bajo tiene la mayor aceptación según los resultados de las encuestas, donde se puede deducir que la Corporación Ichi Hachi SAC, presenta algunas dificultades en sus productos o en el servicio brindado.

Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Finanzas

TABLA 05

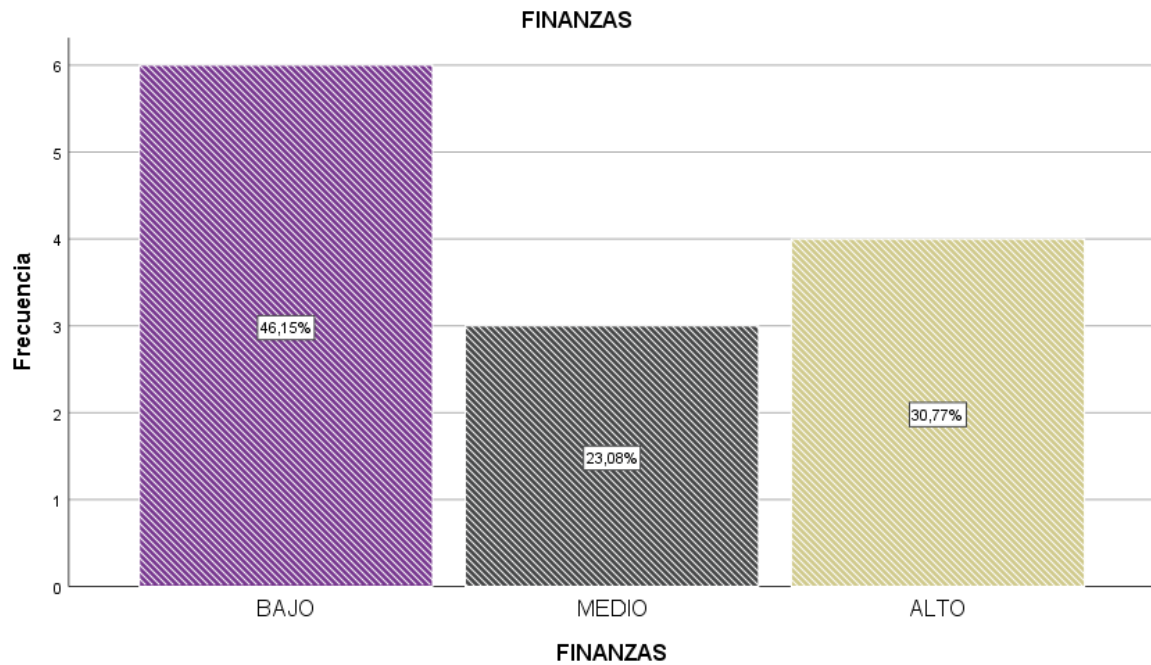
Descripción Gráfica de la Dimensión Finanzas

FINANZAS					
		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	46,2	46,2	46,2
	MEDIO	3	23,1	23,1	69,2
	ALTO	4	30,8	30,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota: Encuesta realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC 2021

FIGURA 05

Descripción Gráfica de la Dimensión Finanzas



Fuente: En el siguiente gráfico observamos, datos obtenidos mediante una encuesta en relación a la dimensión Finanzas a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC del 2021 – SPSS. 25.0

INTERPRETACIÓN:

Según la tabla 05 y figura 05, obtenida a través de la encuesta realizada a 25 empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC, se deduce que la dimensión de finanzas se representa en el nivel medio con 23,08%, siguiendo el nivel bajo con 46,15 y el último nivel alto con 30,77%. Se logró obtener datos en porcentaje según las encuestas realizadas, se deduce que la Corporación Ichi Hachi maneja una buena área d finanzas en su empresa.

Análisis Descriptivo Bivariado

Análisis descriptivo de los resultados entre las variables Importación y Distribución

TABLA 06

Descripción de Variable Importación y Variable Distribución

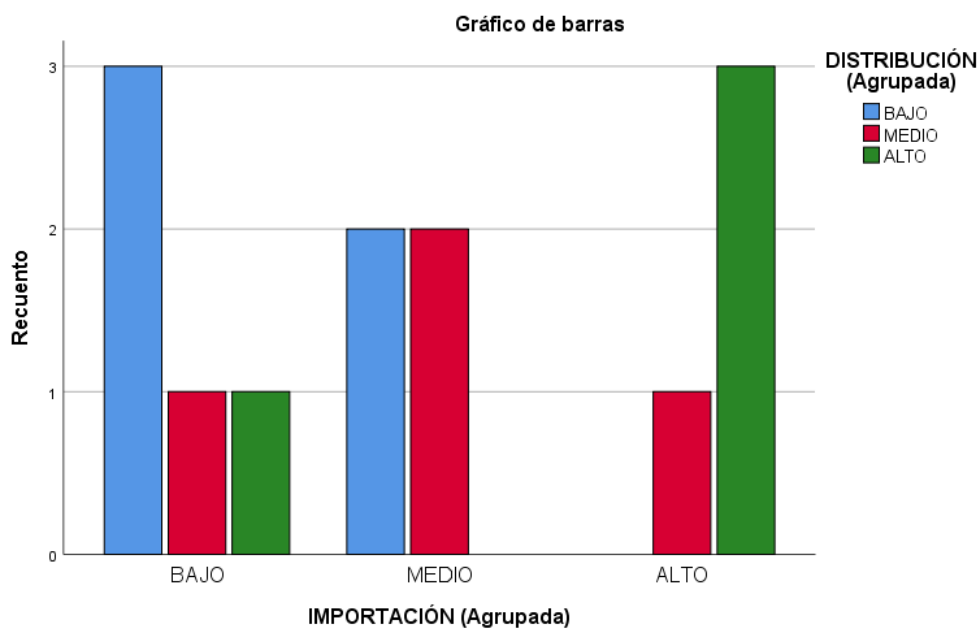
Tabla cruzada IMPORTACIÓN y DISTRIBUCIÓN

		DISTRIBUCIÓN			Total	
		BAJO	MEDI O	ALTO		
IMPORTACIÓN	BAJO	Recuento	3	1	1	5
		% del total	23,1%	7,7%	7,7%	38,5%
	MEDIO	Recuento	2	2	0	4
		% del total	15,4%	15,4%	0,0%	30,8%
	ALTO	Recuento	0	1	3	4
		% del total	0,0%	7,7%	23,1%	30,8%
Total		Recuento	5	4	4	13
		% del total	38,5%	30,8%	30,8%	100,0%

Nota: Encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC 2021

FIGURA 06

Descripción Gráfica de la Variable Importación y Variable Distribución



Fuente: Gráfico que obtiene datos en porcentajes de las dos variables “Importación” y “Distribución”, de la encuesta realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi SAC del 2021 – SPSS. 25.0

INTERPRETACIÓN:

Según la tabla 06 y la figura 06, se realizó las muestras a 25 empleados en la Corporación Ichi Hachi SAC, se puede interpretar que el nivel medio tiene 30,08% tiene

similitud con las dos variables importación y distribución, mostrando los niveles con porcentajes, el nivel alto con 30,08% y el nivel bajo con 38,05% respecto a ambas variables. De esta manera muestra que si existe una relación positiva donde si se demuestra la relación de importación con la distribución de cables de acero en la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021.

Análisis descriptivo de los resultados entre la variable Importación y la dimensión Logística

TABLA 07

Descripción de la Variable Importación y la Dimensión Logística

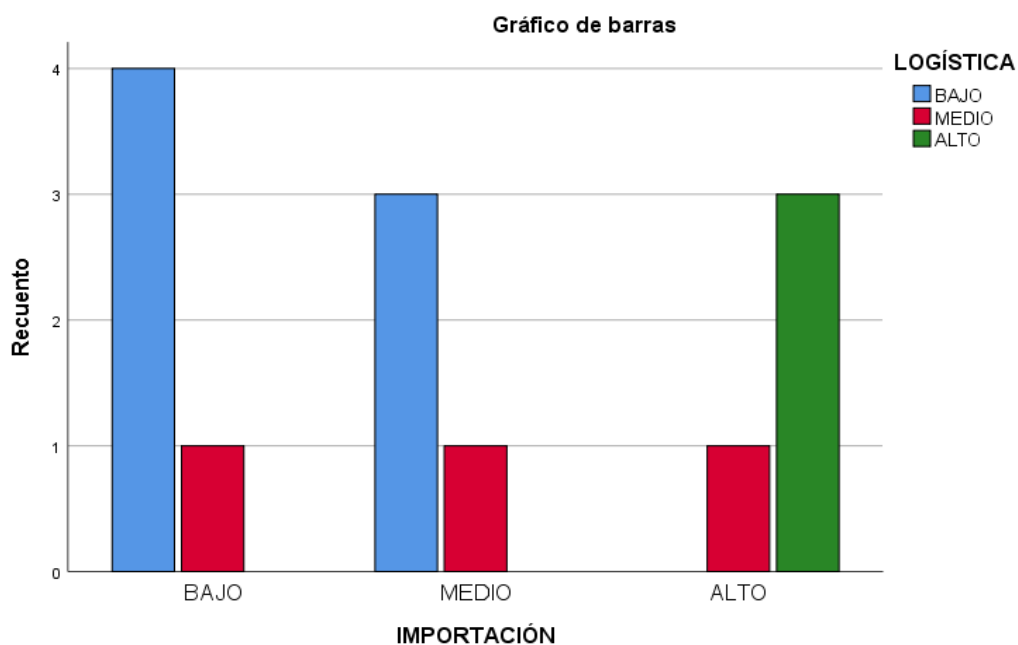
Tabla cruzada IMPORTACIÓN y LOGÍSTICA

		LOGÍSTICA				
		BAJO	MEDIO	ALTO	Total	
IMPORTACIÓN	BAJO	Recuento	4	1	0	5
		% del total	30,8%	7,7%	0,0%	38,5%
	MEDIO	Recuento	3	1	0	4
		% del total	23,1%	7,7%	0,0%	30,8%
	ALTO	Recuento	0	1	3	4
		% del total	0,0%	7,7%	23,1%	30,8%
Total		Recuento	7	3	3	13
		% del total	53,8%	23,1%	23,1%	100,0%

Nota: Encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C

FIGURA 07

Descripción Gráfica de la Variable Importación y la Dimensión Logística



Fuente: Gráfico que representa datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C, en relación a la Importación y Logística 2021 – SPSS 25.0

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 07 y figura 07, obtenida de la encuesta realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C, se logra interpretar que el nivel bajo es el que contiene mayor consentimiento con 53,08% en relación a la variable importación y la dimensión logística, siguiendo al nivel alto con 23,1% y finalmente nivel bajo con

23,1% respecto a la variable y dimensión realizada. Es por ello, que se concluye que existe la relación de importación y logística de los cables de acero.

Análisis descriptivo de los resultados entre la variable importación y la dimensión canal de distribución

TABLA 8

Descripción de la Variable Importación y la Dimensión Canal de Distribución

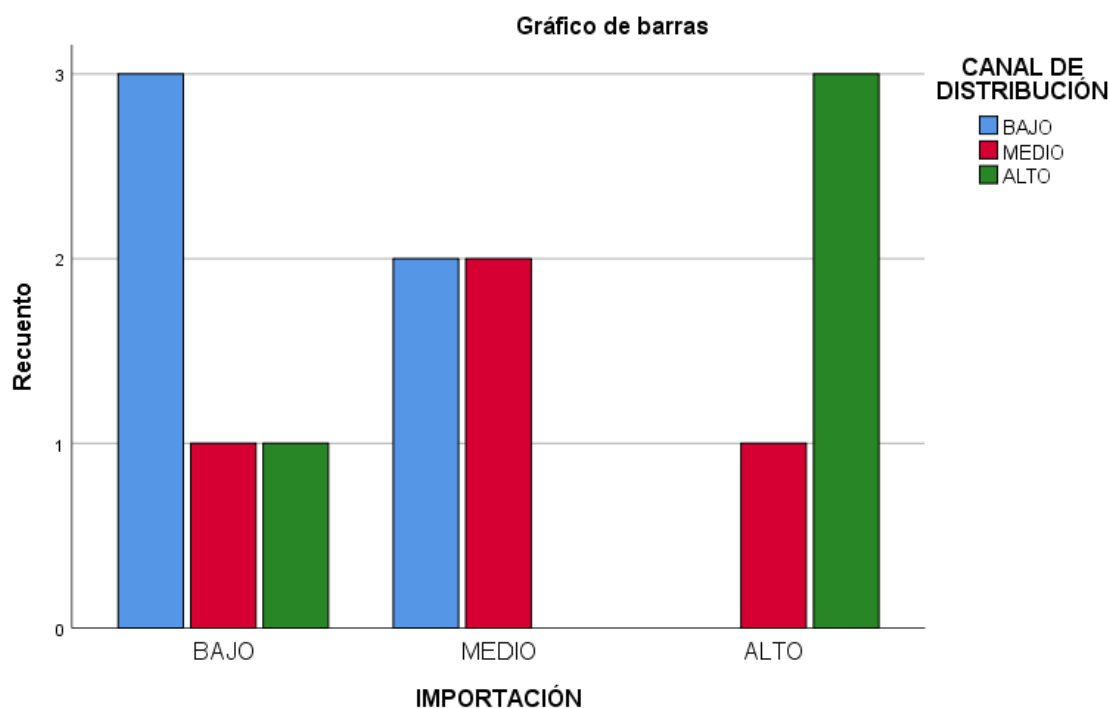
Tabla cruzada IMPORTACIÓN Y CANAL DE DISTRIBUCIÓN

		CANAL DE DISTRIBUCIÓN				Total
		BAJO	MEDIO	ALTO		
IMPORTACIÓN	BAJO	Recuento	3	1	1	5
		% del total	23,1%	7,7%	7,7%	38,5%
	MEDIO	Recuento	2	2	0	4
		% del total	15,4%	15,4%	0,0%	30,8%
	ALTO	Recuento	0	1	3	4
		% del total	0,0%	7,7%	23,1%	30,8%
Total		Recuento	5	4	4	13
		% del total	38,5%	30,8%	30,8%	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C

FIGURA 08

Descripción de la Variable de Importación y la Dimensión Canal de Distribución



Fuente: La gráfica presentada contiene datos que han sido recopilados de la encuesta realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C en cuanto a la variable Importación y la dimensión Canal de Distribución 2021 – SPSS. 25.0

INTERPRETACIÓN:

Según la tabla 08 y figura 08, donde la muestra obtenida por los 25 empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C, se logra interpretar lo siguiente en el nivel medio con 30,8% representa un nivel con regular aprobación en lo referente a la variable Importación y la dimensión Canal de distribución, donde se observa el nivel alto con 30,8% y el nivel bajo con 38,5% donde es el más elevado con respecto a la variable y dimensión. Es por ello, que se deduce la relación casi positiva con la importación con el canal de distribución.

Análisis descriptivo de los resultados entre la variable Importación y la dimensión Finanzas

TABLA 09

Descripción entre la Variable Importación y la Dimensión Finanzas

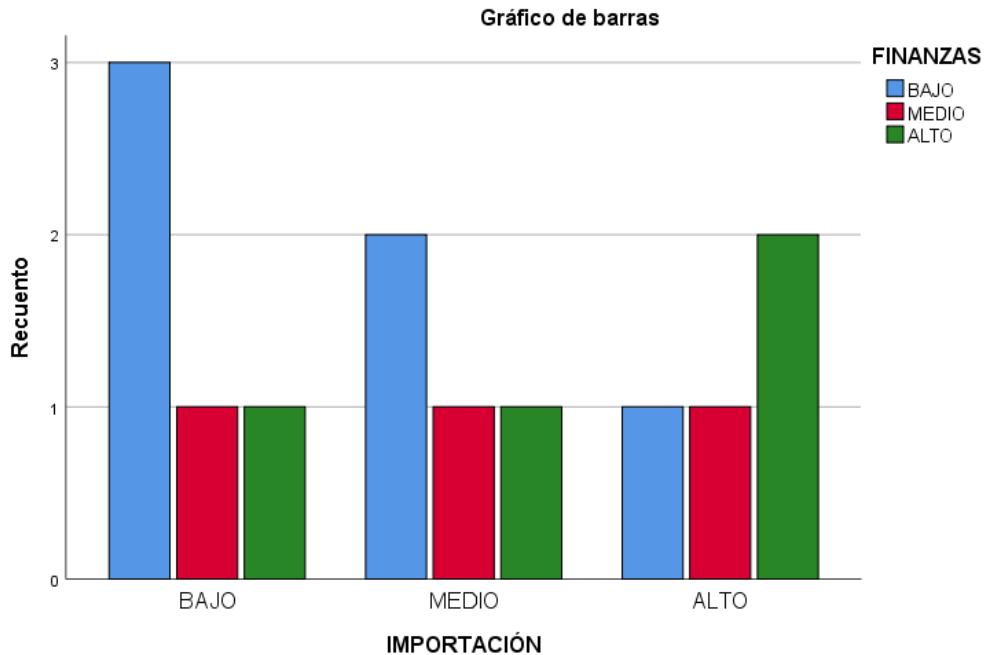
Tabla cruzada IMPORTACIÓN y FINANZAS

		FINANZAS				
		BAJO	MEDIO	ALTO	Total	
IMPORTACIÓN	BAJO	Recuento	3	1	1	5
		% del total	23,1%	7,7%	7,7%	38,5%
	MEDIO	Recuento	2	1	1	4
		% del total	15,4%	7,7%	7,7%	30,8%
	ALTO	Recuento	1	1	2	4
		% del total	7,7%	7,7%	15,4%	30,8%
	Total	Recuento	6	3	4	13
		% del total	46,2%	23,1%	30,8%	100,0%

Nota: Encuesta aplicada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C

FIGURA 09

Descripción Gráfica entre la Variable Importación y la Dimensión Finanzas



Fuente: La gráfica muestra los datos obtenidos de la encuesta aplicada realizada a los empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021 – SPSS. 25.0

INTERPRETACIÓN:

En esta tabla 09 y figura 09, la muestra realizada a 25 empleados de la Corporación Ichi Hachi S.A.C, se logra interpretar que el nivel bajo es el más alto con un 46,2% lo cual se interpreta una baja relación de la importación y finanzas, a continuación, el nivel medio con un 23,1% y por último el nivel alto con 30,8% con respecto a la variable y la dimensión. Se logra deducir que existe un manejo medio las finanzas en la importación de cables de acero de China.

Análisis Inferencial:

Hipótesis General

H1: Existe relación entre la importación y la logística de los cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021.

HO: No existe relación entre la importación y la logística de los cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021.

Regla de decisión:

La hipótesis nula es aceptada si el p-valor (sig.) > 0.05

La hipótesis alternativa se acepta si el p-valor (sig.) < 0.05

TABLA 10

Correlación entre Variable Importación y Variable Distribución

			IMPORTACIÓ	DISTRIBUCIÓ
			N	N
Rho de Spearman	IMPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,632*
		Sig. (bilateral)	.	,020
		N	13	13
	DISTRIBUCIÓN	Coeficiente de correlación	,632*	1,000
		Sig. (bilateral)	,020	.
		N	13	13

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuadro estadístico SPSS Versión 25.0

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 10, figura la prueba de coeficiente Spearman donde se logró obtener los siguientes resultados ($r=0,632$; $\text{sig.}=0,020$), se observa que tiene relación en las dos variables que se ha utilizado. Se logra ver un valor alto donde se determina la correlación de las variables, Importación y Distribución.

DECISIÓN:

De acuerdo al resultado obtenido la hipótesis nula (HO) se llega a denegar la hipótesis general de la investigación; así de esta manera se confirma la relación que tiene la hipótesis alternativa (H1).

Hipótesis específicos

Hipótesis Específicos 1:

H1: Existe relación entre la importación y la logística de los cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021.

HO: No existe relación positiva entre la importación y la logística de los cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021.

TABLA 11

Correlación entre La Variable Importación y la Dimensión Logística

			IMPORTACI ÓN	LOGÍSTIC A
Rho de Spearman	IMPORTACI ÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,603*
		Sig. (bilateral)	.	,029
		N	13	13
	LOGÍSTICA	Coeficiente de correlación	,603*	1,000
		Sig. (bilateral)	,029	.
		N	13	13

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuadro Estadístico SPSS Versión 25.0

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 11, en la muestra de coeficiente de Spearman se logró el resultado ($r=0,603$; $\text{sig.}=0,1000$), entre la variable Importación y la dimensión Logística, donde nos muestra un valor alto entre variable y dimensión.

Hipótesis Específicos 2:

H1: Existe relación positiva entre la importación y el canal de distribución de cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C

HO: No existe relación positiva entre la importación y el canal de distribución de cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C

TABLA 12

Correlación entre la Variable Importación y la Dimensión Canal de Distribución

			IMPORTACI ÓN	CANAL DE DISTRIBUCI ÓN
Rho de Spearman	IMPORTACIÓ N	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 13	,501 ,081 13
	CANAL DE DISTRIBUCIÓ N	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,501 ,081 13	1,000 . 13

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Software Estadístico SPSS Versión 25.0

INTERPRETACIÓN:

Se puede observar en la tabla 12, a través de la muestra del coeficiente de Spearman se alcanzó ($r=0,501$; $sig.=0,081$), entre la variable importación y la dimensión canal de distribución, mostrando de esta manera que existe una relación entre la variable importación y la dimensión canal de distribución teniendo un valor positivo.

Hipótesis Específicos 3:

H1: Existe relación entre la importación y las finanzas de los cables de acero de China para la corporación Ichi Hachi S.A.C 2021

HO: No existe relación entre la importación y las finanzas de los cables de acero de China para la corporación Ichi Hachi S.A.C 2021

TABLA 13

Correlación entre la Variable Importación y Dimensión Finanzas

			IMPORTACION	FINANZAS
Rho de Spearman	IMPORTACION	Coeficiente de correlación	1,000	,555*
		Sig. (bilateral)	.	,049
		N	13	13
	FINANZAS	Coeficiente de correlación	,555*	1,000
		Sig. (bilateral)	,049	.
		N	13	13

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuadro Estadístico SPSS Versión 25.0

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 13, obtenida por la muestra del coeficiente de Spearman se obtuvo ($r=0,555$; $sig.=0,049$) en la variable importación y dimensión finanzas, se logró obtener un valor positivo en la correlación.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo al resultado obtenido la hipótesis nula (HO) se llega a denegar la hipótesis general de la investigación; así de esta manera se confirma la relación que tiene la hipótesis alternativa (H1).

Así de esta manera, se obtuvo que el resultado se rechaza la hipótesis nula (HO) de la hipótesis general de la investigación; donde se afirma que si existe relación mediante la hipótesis alternativa (H1) de la investigación.

De esta manera, se logró obtener el resultado que procede a rechazar la hipótesis nula (HO)

De la hipótesis general de la investigación; donde se asegura que si existe relación mediante la hipótesis alternativa (H1).

De esta forma se rechaza la hipótesis nula (HO) de la hipótesis general de la investigación de acuerdo a los resultados obtenidos; se asegura que en cuanto a la hipótesis alternativa (H1) si existe relación.

VI. CONCLUSIONES

Después de haber finalizado el trabajo de investigación concluimos que:

1. Conforme a las encuestas aplicadas a los trabajadores con relación a la importación y distribución de cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C, se determinó llegar a la conclusión por medios de los resultados obtenidos en la relación de las variables; mejorar la distribución de cables de acero para obtener un mejor resultado con la importación.
2. En relación a la variable importación y la dimensión logística, se logró determinar que existe una relación notable entre la variable y dimensión, ya que se debe al buen manejo de la logística; nos botara un resultado favoreciendo la estructura y almacén para la importación de cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C.
3. Se determinó que existe una relación notable entre la variable importación y la dimensión canal de distribución de cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C teniendo una asesoría adecuada en la gestión de entrega y costos para su distribución de los cables de acero.
4. Para terminar concluimos que si tiene una relación notable entre la variable importación y las finanzas de cables de acero de China para la corporación Ichi Hachi S.A.C 2021, como un manejo favorable de la puntualidad y limpieza para incrementar favorablemente la distribución de los cables de acero de China.

VII. RECOMENDACIONES

1. Los cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C, se necesita conocer el tema logístico, esto quiere decir que se debe de invertir mejorando las pistas de las carreteras, puertos, ya que la distribución es de manera nacional y debemos entregar en buenas condiciones el producto y sobre todo a tiempo.
2. Con relación a la logística en las importaciones de cables de acero de China es importante lograr alcanzar los objetivos planteados, por ello se recomienda que la distribución de cables de acero de China promuevan bastante la comercialización de cables de acero a nivel Nacional ya que este producto es requerido de diferente manera para el uso de construcciones, equipamiento de seguridad en la línea de vida, protección contra caída de rocas y equipos en general. Por eso deben de mejorar el almacén de la Corporación Ichi Hachi S.A.C apoyando de esta manera el crecimiento económico de la empresa.
3. En relación a la importación en los canales de distribución es importante conocer los costos y gestión de entrega para los cables de acero de China además deben brindar capacitaciones para sus trabajadores y obtener un buen desarrollo en su empresa, y de esta manera tendrá, un personal capacitadora y sobre todo con conocimiento de importaciones.
4. En referencia a la importación con las finanzas de los cables de acero se recomienda que la distribución de los cables de acero de China, se conviertan en un mercado competitivo de tecnología y producto de calidad, para satisfacer a sus clientes. Por ello, deben de ser puntuales con su entrega de mercadería y realizar su limpieza en los cables de acero fitosanitarias.

REFERENCIAS

- Área Gestión de la Entrega | Marco de Desarrollo de la Junta de Andalucía. (2020).
Junta de andalucia.
<http://www.juntadeandalucia.es/servicios/madeja/contenido/subsistemas/entorno/area-gestion-entrega>
- Alcívar Cedeño, E. M. Sánchez Toala, S. E. (2016) Análisis de la Distribución Física Internacional y su incidencia para el Comercio Exterior del Ecuador periodo 2010-2014. Caso: logística de la Modalidad Transportación Terrestre [Tesis para Licenciatura, Universidad de Guayaquil de Ecuador].
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10533/1/TESIS%20FINAL%20ALCIVAR-SANCHEZ.pdf>
- Bravo Vallejo, J. L. (2019) Análisis de los procesos de distribución y su incidencia en la comercialización de la Empresa Gerardo Ortiz, ubicada en la Ciudad de Cuenca, período 2014 [Tesis para Licenciatura, Universidad Nacional Chimborazo de Ecuador].
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5351/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2019-0006.pdf>
- Cansino Flores, V. G. Yépez Santacruz, D. M. (2020) Análisis del manejo de los costos logísticos en la importación de acetona (considerada como mercancía peligrosa) destinada a la industria de pintura en el período 2014-2018 [Tesis para Licenciatura, Universidad de las fuerzas armadas de Ecuador].
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/23843/T-ESPE-044314.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinosa, R. (2021, 30 abril). Marketing Mix: Las 4 Ps. Roberto Espinosa.
<https://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2>
- España, A. (2016, 3 octubre). ¿Qué es la rentabilidad? Observatorio del Inversor.
<https://www.andbank.es/observatoriodelinversor/que-es-la-rentabilidad/>

El proceso de la investigación científica. (2004). Google Books. https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&dq=El+proceso+de+la+investigaci%C3%B3n+Cient%C3%ADfica&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwj2cXs8cnwAhVPFLkGHdz_CVYQ6wEwAHoECAQQAQ#v=onepage&q=El%20proceso%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20Cient%C3%ADfica&f=false

Fabregues, S. Meneses, J. Gómez, D. Pare, Marie. (2016) Técnicas de investigación Social y Educativa [Archivo PDF]. <file:///C:/Users/51993/Downloads/REDACCION%20REFERENCIAS%20APA-7ma-edicion.pdf>

Galán, J. S. (2020, 4 marzo). Mercadería. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/mercaderia.html>

Giner, G. J. (2019, 12 septiembre). CANALES DE DISTRIBUCIÓN, ¿CUÁL ES EL ADECUADO PARA TU NEGOCIO? Revista Escuela de Negocios y Dirección. <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>

Godás, L. (2006, 1 noviembre). La distribución | Offarm. Elsevier. <https://www.elsevier.es/es- revista-offarm-4-articulo-la-distribucion-13095510>

Hinojosa Rea, K.M. Rodríguez Pacheco, M. F. (2020) Análisis de la Importación de Yemas de Huevos, Subpartida 0408.19.00.00 de Perú y su Impacto en la Industria de Ovoproductos en el Período 2014-2018 [Tesis para Licenciatura, Universidad de las fuerzas armadas de Ecuador]. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/21846/1/T-ESPE-043459.pdf>

León Rios, Y. G. (2018) Análisis de la Importación directa de cuero sintético de China y su impacto en la rentabilidad de la Empresa Corporación e Inversiones Ir S.A.C, el porvenir 2018-2022 – Trujillo, 2018 [Tesis para Licenciatura, Universidad Privada del norte Trujillo – Perú].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14817/Le%c3%b3n%20Rios%20Yhandy%20Garleth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mones, M. (2021, 1 marzo). ¿Qué es importar? Tipos de importación y definición. Comercio y Aduanas.
<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>

Madrid, E. J. (2014). La publicidad y la transformación cultural del país. scielo.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952014000300014

Manual de ventas: ¿Qué es y qué tipos de venta existen? (2021, 29 marzo). CentralStationCRM. <https://centralstationcrm.es/blog/que-es-venta-tipos-de-venta>

Manual de ventas: ¿Qué es y qué tipos de venta existen? (2021, 29 marzo). CentralStationCRM. <https://centralstationcrm.es/blog/que-es-venta-tipos-de-venta>

Moreira Intriago P. G. (2018) Aplicación de las Salvaguardias y su Impacto en el transporte de carga pesada Ecuador-Colombia caso de estudio Tulcán-Ipiales, período 2014-2016 [Tesis para Licenciatura, Universidad Internacional SEK de Quito - Ecuador].
<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/2739/1/TESIS%20FINAL.pdf>

Peralta Huapaya, K. J. (2017) Mejora de los Procesos de Importación para reducir la carga tributaria en una empresa comercializadora de Equipos Médicos en Lima, 2017 2018 [Tesis para Licenciatura, Universidad Wiener Lima – Perú]. http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/701/T%C3%8DTULO_Peralta%20Huapaya%20Kelly%20Johana.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quiroa, M. (2020b, mayo 11). Bienes y servicios. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/bienes-y-servicios.html>

Rubio Cotrina, D. M. (2019) Aplicación de la inteligencia comercial para la Importación de equipos biomédicos (Termociclador) de la empresa importadora medical insigth S.A.C, 2019 [Tesis para Licenciatura, Universidad Privada del norte Lima – Perú]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23651/Rubio%20Cotrina%2c%20Denisse%20Mirella.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Rivera Tolentino, K. D. (2016) Aplicación de un Plan de Importación para el Abastecimiento de lentes intraoculares de la empresa Inversiones médicas San Martín en Lima, 2016 [Tesis para Licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima – Perú]. http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2399/TESIS_%20RIVERA%20TOLENTINO%20KARLA.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Sabino, C. (1992). El proceso de la investigación. [Archivo PDF]. [file:///C:/Users/51993/Downloads/REDACCION%20REFERENCIAS%20APA-7ma-edicion%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/51993/Downloads/REDACCION%20REFERENCIAS%20APA-7ma-edicion%20(1).pdf)

U. (2017, 31 julio). LOS MINIMEDIOS. EDUCATIVO COMUNICACIÓN Y LENGUAJE. <http://ticeducativo-com-len.blogspot.com/2017/07/los-minimeditos.html>

ANEXO

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
¿Considera que se utiliza marketing digital en estos tiempos modernos?	3,23	1,301	13
¿Consideras que la empresa está realizando buena publicidad?	2,77	1,423	13
¿Consideras que nuestra página web llama la atención de nuestros clientes?	2,92	1,706	13
¿Consideras que el cable de acero que nosotros exportamos es de buena calidad?	3,23	1,235	13
¿Consideras que lo vendemos a un precio razonable a nuestros clientes?	3,15	1,463	13
¿Consideras que debemos de vender a provincia?	3,62	1,325	13
¿Consideras que las mercaderías que importan benefician al país?	3,23	1,423	13
¿Consideras que tienen equipos de seguridad para las mercaderías?	3,23	1,235	13
¿Consideras que nuestros cables de acero se diferencian de los demás?	3,62	1,325	13
¿Consideras que llevan un buen manejo de mercadería en el almacén?	3,00	1,472	13

¿Consideras que se brinda todas las herramientas necesarias para que trabajen?	3,31	1,377	13
¿Consideran que están en un buen ambiente laboral?	3,00	1,354	13
¿Consideras que el canal de distribución que emplean es el adecuado?	3,54	1,391	13
¿Consideras que sus productos están bien ubicados o son accesibles para su venta?	4,15	,801	13
¿Consideran que siempre los clientes se quedan satisfechos con el producto o servicio?	3,31	1,437	13
¿Consideras que tienen un buen manejo de inversión?	2,77	1,301	13
¿Consideras que se manejan bien las inversiones en la empresa?	2,92	1,320	13
¿Consideras rentable las importaciones y exportaciones?	3,46	1,450	13

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Considera que se utiliza marketing digital en estos tiempos modernos?	55,23	148,859	,443	.	,836
¿Consideras que la empresa está realizando buena publicidad?	55,69	147,231	,444	.	,836
¿Consideras que nuestra página web llama la atención de nuestros clientes?	55,54	142,269	,477	.	,835
¿Consideras que el cable de acero que nosotros exportamos es de buena calidad?	55,23	161,692	,044	.	,853
¿Consideras que lo vendemos a un precio razonable a nuestros clientes?	55,31	139,064	,678	.	,823
¿Consideras que debemos de vender a provincia?	54,85	146,974	,494	.	,833
¿Consideras que las mercaderías que importan benefician al país?	55,23	152,192	,296	.	,843
¿Consideras que tienen equipos de seguridad para las mercaderías?	55,23	140,526	,770	.	,821
¿Consideras que nuestros cables de acero se diferencian de los demás?	54,85	161,474	,041	.	,854

¿Consideras que llevan un buen manejo de mercadería en el almacén?	55,46	146,103	,459	.	,835
¿Consideras que se brinda todas las herramientas necesarias para que trabajen?	55,15	146,474	,487	.	,834
¿Consideran que están en un buen ambiente laboral?	55,46	139,103	,741	.	,821
¿Consideras que el canal de distribución que emplean es el adecuado?	54,92	151,910	,314	.	,842
¿Consideras que sus productos están bien ubicados o son accesibles para su venta?	54,31	156,064	,395	.	,839
¿Consideran que siempre los clientes se quedan satisfechos con el producto o servicio?	55,15	147,474	,432	.	,836
¿Consideras que tienen un buen manejo de inversión?	55,69	148,731	,447	.	,836
¿Consideras que se manejan bien las inversiones en la empresa?	55,54	140,603	,711	.	,823
¿Consideras rentable las importaciones y exportaciones?	55,00	150,333	,342	.	,841

SOLICITO: Permiso para realizar
Trabajo de Investigación

SEÑOR EDDY GUSTAVO MARQUEZ LLONTOP
GERENTE DE LA CORPORACIÓN ICHI HACHI S.A.C
RUC: 20451719816

Yo, ORTIZ FERRO KATERINE, identificada con DNI N° 76217336, con domicilio Avenida Oscar Benavides 483 y VALVERDE ROSSELL RAQUEL, identificada con DNI N° 76035486. Ante Ud. respetuosamente me presento y expongo:


Que estando cursando el noveno ciclo de la carrera profesional de Negocios Internacionales en la Universidad César Vallejo Filial Callao, solicito a Ud. permiso para realizar trabajo de Investigación en su organización sobre "LA IMPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CABLES DE ACERO DE CHINA PARA LA CORPORACIÓN ICHI HACHI S.A.C - 2021" para optar el Título de Licenciado en Negocios internacionales.

POR LO EXPUESTO: Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Lima, 25 de mayo de 2021

CORPORACIÓN ICHI HACHI S.A.C.
.....
EDDY MARQUEZ LLONTOP.
DNI: 21950823
Gerente General

EDDY GUSTAVO MARQUEZ LLONTOP
DNI N° 45171981



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

La importación y distribución de cables de acero de China para la corporación ichi hachi S.A.C - 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Resumen de coincidencias

24 %

Se están viendo fuentes estándar

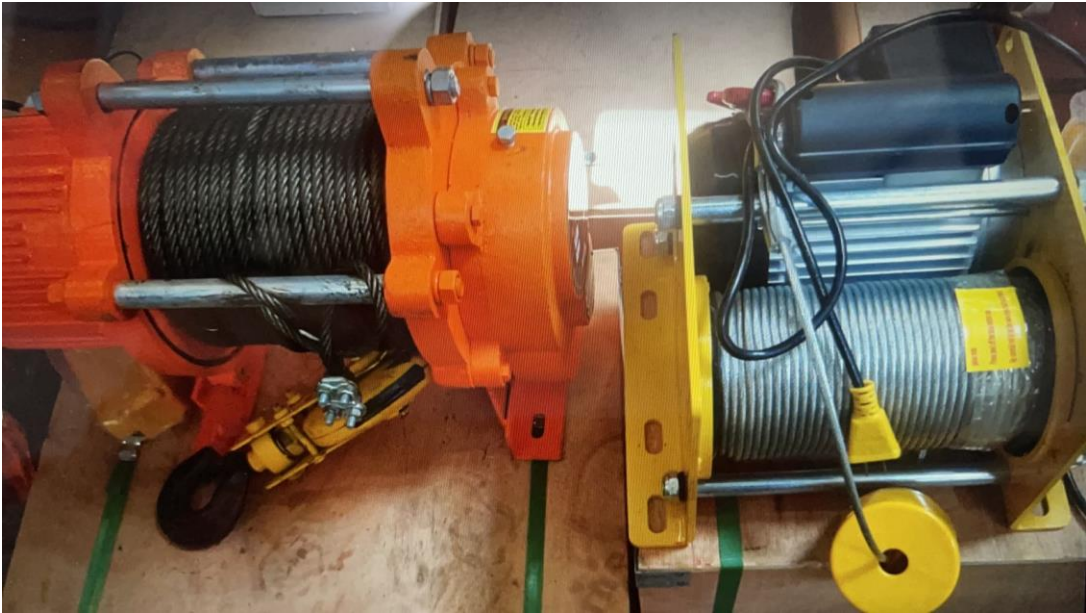
Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias


1	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	10 %	>
2	repositorio.ucv.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	6 %	>
3	repositorio.espe.edu.ec <small>Fuente de Internet</small>	2 %	>
4	repositorio.uisek.edu.ec <small>Fuente de Internet</small>	1 %	>
5	hdl.handle.net <small>Fuente de Internet</small>	1 %	>







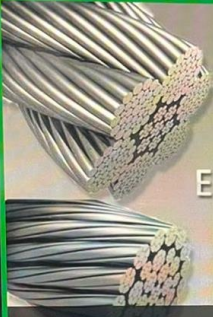




INICIO
NOSOTROS
PRODUCTOS ▾
SERVICIOS
CONTACTO
Cargando

CATEGORIAS

- Cables De Acero
- Accesorios
- Winches Eléctricos
- Estrobo de Acero
- Tecles Eléctricos
- Tirfor
- TECLES MANUALES Y TRICOS
- Seguridad Industrial
- Eslingas
- Artículo de Ferrería
- Productos de Embalaje







CABLES DE ACERO


En alma de Acero
y Cáñamo



Tenemos Cables de Acero con alma de acero y alma de cáñamo en todas las medidas, consulte a nue... [Leer Más](#)

NUESTROS PRODUCTOS



[INICIO](#) [NOSOTROS](#) [PRODUCTOS](#) [SERVICIOS](#) [CONTACTO](#) Cargando

Inicio » Corporación Ichi Hachi

CATEGORIAS

- Cables De Acero
- Accesorios
- Winches Eléctricos
- Estrobos de Acero
- Tecles Eléctricos
- Tirfor
- TECLES MANUALES Y TRICOS
- Seguridad Industrial
- Eslingas
- Artículo de Ferreteria
- Productos de Embalaje

Corporacion Ichi Hachi

QUIENES SOMOS?

Corporación Ichi Hachi Sac nace del esfuerzo y experiencia a través de 15 años de apoyo al desarrollo de la industria pesquera, minera, construcción etc; dando soluciones para cualquier tipo de problemas y productos de maniobras de alto riesgo.



Corporación Ichi Hachi Sac es una empresa Importadora y Distribuidora de cables de acero, accesorios para el izaje y maniobra así por ejemplo: (cables tipo boa, cobra, cascabel, slingas, cables, prolipoleno y cadenas g-80)grilletes, patescas, tecles, tirfor, winches manuales y eléctricos cabos y seguridad industrial etc.


Que hacemos Que todos nuestros productos sean de primera calidad y con garantía y con el asesoramiento que nos diferencia y así lograr un producto que cumple con su completa necesidad. a lo largo de los años de experiencia de que valoramos su satisfacción de nuestros clientes en solucionar sus proyectos nos diferenciamos en nuestro trato directo y nuestra calidad de nuestros productos y nuestro valor principal es darle lo mejor, para los mejores y así lograr nuestra satisfacción que nos hace seguir adelante.

Nos especializamos en cables de acero y sus usos para lo que se requieran.

MISIÓN

corporación ichi hachi sac tiene como misión dar soluciones con productos con garantía certificada y un trato personalizado y asesoramiento integral.



[INICIO](#) [NOSOTROS](#) [PRODUCTOS](#) [SERVICIOS](#) [CONTACTO](#) Cargando

Inicio » ASISTENCIA

CATEGORIAS


- Cables De Acero
- Accesorios
- Winches Eléctricos
- Estrobos de Acero
- Tecles Eléctricos
- Tirfor
- TECLES MANUALES Y TRICOS
- Seguridad Industrial
- Eslingas
- Artículo de Ferreteria
- Productos de Embalaje

ASISTENCIA

CORPORACION ICHI HACHI SAC , cuenta con personal calificado el cual podrá asesorarlo técnicamente en sus operaciones. Además CORPORACION ICHI HACHI SAC , cuenta con un departamento de importación el cual suplirá cualquier pedido especial que su empresa requiera.

CORPORACION ICHI HACHI SAC , le ofrece una gran variedad de equipos de maniobra de calidad, ya que contamos con:

- Personal calificado
- Departamento de información
- Catálogo en línea
- Variedad de productos
- Información detallada



ventas.ichi@sachisac.com



CATEGORIAS

- Cables De Acero
- Accesorios
- Winches Eléctricos
- Estrobo de Acero
- Tecles Eléctricos
- Tirfor
- TECLES MANUALES Y TRICOS
- Seguridad Industrial
- Eslingas
- Artículo de Ferrería
- Productos de Embalaje

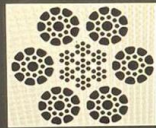
Inicio » Cables De Acero

Cables De Acero

CONTAMOS CON CABLES ACERADOS Y GALVANIZADOS EN ALMA DE ACERO Y CAÑAMO



Cable De Acero 6*19 ALMA DE ACERO



Su uso es en gruas, minera, forestal, pesca, accesorios, CONSTRUCCION, petroleo, retenida, puentes etc.

[Ver Detalles](#)

[Contactar](#)

Población y muestra

$$N = \frac{N * Z^2 * P * Q}{D^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

	Nivel de confiabilidad	95%
N=	Total de Unidades de muestreo	22
Z^2=	Valor de distribución	1.96
p=	Proporción de aceptación	50%
q=	Porcentaje de no aceptación	50%
d=	Margen de error	5%

$$n = \frac{(81)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(81 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 67.039$$

Anexo 01: Matriz de Operacionalización de variables
1: Importación

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Importación	Importación son el conjunto de bienes y servicios adquiridos por un país en otro territorio para su uso en territorio nacional. Este término, junto con las exportaciones, desempeña un papel esencial en la contabilidad de los estados (Ivan García, 2017)	La importación que hace la corporación Ichi Hachi S.A.C para ver cuánto invierte y cuanto estaría ganando con las importaciones	Marketing	Diseño	1,2	Escala de Likert
				Innovación	3,4	
			Bienes y Servicios	Canales Online	5	Ordinal
				Ventas	6	
			Mercaderías	Rentabilidad	7,8	
				Contribución	9,10	

Fuente: Elaboración propia

Variable 2: Exportación

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Distribución	Distribución se relaciona al conjunto de acciones que se llevan a cabo desde que un producto se elabora por parte del fabricante hasta que es comprado por el consumidor final. El objetivo de la distribución es garantizar la llegada de un producto o bien hasta el cliente. (Ivan Garcia, 2017)	La distribución se evaluara la calidad del producto y la satisfacción de nuestros clientes.	Logística	Estructura	11,12	Escala de Likert
				Almacén	13,14	
			Canal de distribución	Costos	15,16	Ordinal
				Gestión de entrega	17	
			Finanzas	Puntualidad	18	
				Limpieza	19, 20	

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: La importación y distribución de cables de acero de China para la corporación Ichi Hachi S.A.C– 2021

Autor: Ortiz Ferro, Katerine; Valverde Rossell, Raquel

Problema	Objetivos	Variable, dimensiones e indicadores					
Problema General	Objetivo General	Variable 1: Importación					
<p>¿Cómo se relaciona la importación y distribución de cables de acero de China para la corporación Ichi Hachi S.A.C 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Cómo se relaciona la importación y la logística de los cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Cómo se relaciona la importación y el canal de distribución de los cables de acero de China en la corporación Ichi Hachi S.A.C 2021?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Cómo se relaciona la importación y las finanzas de los cables de acero de China en la corporación Ichi Hachi S.A.C 2021?</p>	Determinar la importación y distribución de cables de acero de China para la corporación Ichi Hachi S.A.C 2021	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresa	
	Objetivos específicos:	Marketing	Diseño	1,2	25	Empresa Importadora	
	Objetivos específicos:		Innovación	3,4			
	Objetivo específico 1	Bienes y Servicios	Canales Online	5			
			Ventas	6			
		Mercaderías	Rentabilidad	7,8			
			Contribución	9,10			
		Objetivo específico 2	Variable 2: Distribución				
		Determinar la relación de la importación y el canal de distribución de los cables de acero de China en la corporación Ichi Hachi 2021	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresa
		Objetivo específico 3	Logística	Estructura	11,12	25	Empresa Importadora
		Almacén		13,14			
	Determinar la relación de la importación y las finanzas de los cables de acero de China para la Corporación Ichi Hachi S.A.C 2021	Canal de distribución	Costos	15,16			
			Gestión de entrega	17			
		Finanzas	Puntualidad	18			
	Limpieza		19,20				

Tipo y diseño de investigación	Sujetos de estudio	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Tipo: Básica, Cuantitativa</p> <p>Alcance: Relacional</p> <p>Diseño: No experimental - Transversal</p> <p>Método: Hipotético deductivo</p>	<p>25</p>	<p>Variable 1: Importación Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Monitoreo: variable1: Ámbito de Aplicación: Empresa importadora de cables de Acero de China.</p> <hr/> <p>Variable 2: Distribución Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Monitoreo: variable 2 Ámbito de Aplicación: Empresa importadora de cables de Acero de China.</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Tablas Gráficos</p>

Para evaluar el instrumento deberá considerar los siguientes criterios:

- A= Adecuado
- MA= Muy Adecuado
- D= Deficiente
- MD= Muy deficiente

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Anexo 4. Validación de Expertos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 1: Importación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia				Relevancia				Claridad				Sugerencias
		1				2				3				
DIMENSION 1: Marketing		M	D	A	M	M	D	A	MA	I	D	A	M	
		D			A	D			A	I			A	
1	¿Considera que se utiliza el marketing digital en estos tiempos modernos?				X				X				X	
2	¿Consideras que la empresa está realizando buena publicidad?				X				X				X	
3	¿Consideras que nuestra página web llama la atención de nuestros clientes?				X				X				X	
DIMENSIÓN 2: Bienes y servicios														
4	¿Consideras que el cable de acero que nosotros exportamos es de buena calidad?				X				X				X	
5	¿Consideras que lo vendemos a un precio razonable a nuestros clientes?				X				X				X	
6	¿Consideras que debemos vender a provincia?				X				X				X	
DIMENSIÓN 3: Mercaderías														
7	¿Consideras que las mercaderías que importan beneficia al país?				X				X				X	
8	¿Consideras que tienen equipos de seguridad para las mercaderías?				X				X				X	
9	¿Consideras que nuestros cables de acero se diferencian de los demás?				X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Patricia Maribel Yllescas Rodríguez** **DNI: 07266567**

Especialidad del validador: Metodología

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Lima 5 de Octubre del 2021



Firma del Experto Informante
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 2: Distribución

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia				Relevanci				Claridad ³				Sugerencias
		1				a ²								
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
		D			A	D			A	D			A	
	DIMENSIÓN 1: Logística													
1	¿Consideras que llevan un buen manejo de mercadería en el Almacén?				X				X				X	
2	¿Consideras que se le brinda todas las herramientas necesarias para que trabajen?				X				X				X	
3	¿Consideran que están en un buen ambiente laboral?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Canal de distribución													
4	¿Consideras que el canal de distribución que emplean es el adecuado?				X				X				X	
5	¿Consideras que sus productos están bien ubicados o son accesibles para su venta?				X				X				X	
6	¿Consideran que siempre los clientes se quedan satisfecho con el producto y servicio?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Finanzas													
7	¿Consideras que tienen un buen manejo de inversión?				X				X				X	
8	¿Consideras que se manejan bien las inversiones en la empresa?				X				X				X	
9	¿Consideras rentable las importaciones y exportaciones?				X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Patricia Maribel Yllescas Rodríguez** **DNI: 07266567**

Especialidad del validador: Metodología

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Lima 5 De Octubre del 2021



Firma del Experto Informante
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 1: Importación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia				Relevanci				Claridad ³				Sugerencias
		1				a ²								
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Marketing													
1	¿Considera que se utiliza el marketing digital en estos tiempos modernos?				X				X				X	
2	¿Consideras que la empresa está realizando buena publicidad?				X				X				X	
3	¿Consideras que nuestra página web llama la atención de nuestros clientes?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Bienes y servicios													
4	¿Consideras que el cable de acero que nosotros exportamos es de buena calidad?				X				X				X	
5	¿Consideras que lo vendemos a un precio razonable a nuestros clientes?				X				X				X	
6	¿Consideras que debemos vender a provincia?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Mercaderías													
7	¿Consideras que las mercaderías que importan beneficia al país?				X				X				X	
8	¿Consideras que tienen equipos de seguridad para las mercaderías?				X				X				X	
9	¿Consideras que nuestros cables de acero se diferencian de los demás?				X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Patricia Maribel Yllescas Rodríguez** **DNI: 07266567**

Especialidad del validador: Metodología

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Lima 5 de Octubre del 2021



Firma del Experto Informante
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 2: Distribución

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia				Relevanci				Claridad ³				Sugerencias
		1				a ²								
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Logística													
1	¿Consideras que llevan un buen manejo de mercadería en el Almacén?				X				X				X	
2	¿Consideras que se le brinda todas las herramientas necesarias para que trabajen?				X				X				X	
3	¿Consideran que están en un buen ambiente laboral?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Canal de distribución													
4	¿Consideras que el canal de distribución que emplean es el adecuado?				X				X				X	
5	¿Consideras que sus productos están bien ubicados o son accesibles para su venta?				X				X				X	
6	¿Consideran que siempre los clientes se quedan satisfecho con el producto y servicio?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Finanzas													
7	¿Consideras que tienen un buen manejo de inversión?				X				X				X	
8	¿Consideras que se manejan bien las inversiones en la empresa?				X				X				X	
9	¿Consideras rentable las importaciones y exportaciones?				X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Patricia Maribel Yllescas Rodríguez** **DNI: 07266567**

Especialidad del validador: Metodología

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

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

Lima 5 De Octubre del 2021



Firma del Experto Informante
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 1: Importación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia				Relevanci				Claridad ³				Sugerencias
		1				a ²								
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Marketing													
1	¿Considera que se utiliza el marketing digital en estos tiempos modernos?				X				X				X	
2	¿Consideras que la empresa está realizando buena publicidad?				X				X				X	
3	¿Consideras que nuestra página web llama la atención de nuestros clientes?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Bienes y servicios													
4	¿Consideras que el cable de acero que nosotros exportamos es de buena calidad?				X				X				X	
5	¿Consideras que lo vendemos a un precio razonable a nuestros clientes?				X				X				X	
6	¿Consideras que debemos vender a provincia?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Mercaderías													
7	¿Consideras que las mercaderías que importan beneficia al país?				X				X				X	
8	¿Consideras que tienen equipos de seguridad para las mercaderías?				X				X				X	
9	¿Consideras que nuestros cables de acero se diferencian de los demás?				X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: **Mg. Morán Santamaría Rogger Orlando** **DNI: 44546517**

Especialidad del validador: Negocios Internacionales


¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Lima 15 de Octubre del 2021



Firma del Experto Informante.
Negocio Internacionales

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 2: Distribución

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia				Relevanci				Claridad ³				Sugerencias
		1				a ²								
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Logística													
1	¿Consideras que llevan un buen manejo de mercadería en el Almacén?				X				X				X	
2	¿Consideras que se le brinda todas las herramientas necesarias para que trabajen?				X				X				X	
3	¿Consideran que están en un buen ambiente laboral?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Canal de distribución													
4	¿Consideras que el canal de distribución que emplean es el adecuado?				X				X				X	
5	¿Consideras que sus productos están bien ubicados o son accesibles para su venta?				X				X				X	
6	¿Consideran que siempre los clientes se quedan satisfecho con el producto y servicio?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Finanzas													
7	¿Consideras que tienen un buen manejo de inversión?				X				X				X	
8	¿Consideras que se manejan bien las inversiones en la empresa?				X				X				X	
9	¿Consideras rentable las importaciones y exportaciones?				X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Morán Santamaría Rogger Orlando **DNI: 44546517**

Especialidad del validador: Negocios internacionales

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, esconciso, exacto y directo

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

Lima 15 De Octubre del 2021



Firma del Experto Informante
Comercio Internacional y Aduanas