



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN TAHITÍ
PIURANO HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS – AÑO
2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

ELERA SÁNCHEZ, JULIANA DEL PILAR

ASESOR

DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

LINEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

**PIURA – PERÚ
2015**

PÁGINA DEL JURADO

DR. FREDDY WILLIAN CASTILLO PALACIOS
PRESIDENTE

MG. LUIS ALBERTO SÁNCHEZ PACHECO
SECRETARIO

ING. FÉLIX JORGE MORIN GARRIDO
VOCAL

DEDICATORIA

Al DIOS todopoderoso y a su madre la Virgen María por cuidarme y bendecirme en poder realizar el sueño anhelado de ser profesional, demostrando que soy capaz de cumplir con las metas que me trazo. A mi madre Margarita Sánchez por todo el amor y tiempo que estuvo a mi lado y porque ahora es mi ángel que me cuida y protege; y a mi padre Sebastián Elera por todo su apoyo incondicional y por todo el amor que me fortalece.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Dr. Freddy Castillo por su asesoría, preocupación, apoyo incondicional y por todos los conocimientos inculcados durante el proceso de investigación.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a las empresas exportadoras de limón Tahití, por otorgarme la información necesaria para poder culminar mi trabajo de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, ELERA SANCHEZ JULIANA DEL PILAR con DNI N° 48494824, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Piura, 14 de Diciembre del 2015

JULIANA DEL PILAR ELERA SÁNCHEZ

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN TAHITÍ PIURANO HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS – AÑO 2015” con la finalidad de formular estrategias de exportación para orientar la comercialización de limón Tahití al mercado estadounidense. El presente trabajo de investigación consta de los siguientes capítulos: el capítulo I está conformado por la realidad problemática, trabajos previos o antecedente que están relacionados con la investigación tanto internacionales, nacionales y locales, también en este capítulo se ha definido el marco teórico en donde se analizan las variables de investigación a través de los diferentes autores citados, por otro lado se presenta el problema, hipótesis, objetivos y justificación del estudio. El capítulo II consta del diseño de la investigación, la operacionalización de variables, población y muestra, técnicas e instrumentos de investigación, validez y confiabilidad y aspectos éticos de la investigación. El capítulo III se incluye los resultados, los cuales se muestran en orden secuencial mediante los objetivos de la investigación y mediante los instrumentos aplicados como en este caso, el cuestionario, la entrevista y el análisis documental. El capítulo IV, está conformado por la discusión de resultados. En el capítulo V y VI se presentan las conclusiones y recomendaciones respectivamente. Finalmente el capítulo VII que incluye la propuesta de estrategias de exportación del limón Tahití al mercado norteamericano. Este trabajo de investigación se presenta en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de licenciado en Administración de empresas. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La Autora.

Índice

Página

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1 Realidad Problemática.....	13
1.2 Trabajos previos.....	17
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	22
1.4 Formulación del problema	30
1.5 Justificación	31
1.6 Hipótesis.....	32
1.7 Objetivos	33
II. MARCO METODOLOGICO.....	34
2.1 Diseño	34
2.2 Variables.....	34
Variable 01: Estrategias de Exportación	34
Variable 02: Mercado.....	34
2.3 Población y muestra.....	37
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
2.5 Métodos de análisis de datos.....	39
2.6 Aspectos éticos	39
II. RESULTADOS.....	40
3.1 Realizar un análisis de las características del producto limón Tahití en las empresas exportadoras	40
3.2 Establecer los condicionantes internos de las empresas exportadoras en cuanto al potencial de exportación.	55

3.3. Indicar las condiciones de mercado para la exportación de limón Tahití a Estados Unidos.....	61
3.4 Determinar las estrategias más adecuadas para la exportación del limón Tahití a Estados Unidos.....	75
IV.DISCUSION	76
V.CONCLUSIONES.....	86
VI.RECOMENDACIONES	88
VII.PROPOSTA.....	90
REFERENCIAS	121
Anexo 1. Cuestionario	126
Anexo 2. Guía de entrevista	127
Anexo 3 . Guía documental	128

Índice de tablas

	pág.
Tabla 1. Operacionalización de variables.....	36
Tabla 2. Análisis de las características del producto.....	54
Tabla 3. Condicionantes internos de las empresas exportadoras.....	60
Tabla 4. Características comerciales del país de destino.....	61
Tabla 5. Exportaciones de países productores de limón Tahití.....	69
Tabla 6. Ventajas del producto exportado.....	70
Tabla 7. Comparación entre variedades de limón	71
Tabla 8. Empresas que producen limón.....	72
Tabla 9. Producción de las empresas.....	72
Tabla 10. Producción del limón Sutil.....	73
Tabla 11. Producción del limón Tahití.....	74
Tabla 12. Entidad especializada en el apoyo del sector agrícola.....	74
Tabla 13. Principales estrategias.....	75

Índice de gráficos

	Pág.
Gráfico 1. Clasificación del calibre del limón Tahití.....	41
Gráfico 2. Clasificación del porcentaje de ácido ascórbico.....	42
Gráfico 3. Calibre del limón Tahití producido.....	43
Gráfico 4. Porcentaje de acidez del limón Tahití.....	44
Gráfico 5. Tipos de insumos empleados en el cultivo de limón Tahití.....	45
Gráfico 6. Procedencia del producto de exportación.....	46
Gráfico 7. Nivel de calidad del producto.....	47
Gráfico 8. Empleo de riego tecnificado.....	48

Gráfico 9. Tipo de riego tecnificado empleado.....	49
Gráfico10. Herramientas empleadas en el cultivo de limón Tahití para la poda.....	50
Gráfico 11. En base a que hace los planes de producción.....	51
Gráfico 12. Mecanismos de control de calidad.....	52
Gráfico 13. Rendimiento máximo por hectáreas.....	53
Gráfico14. Total importado de EE.UU desde el mundo en miles de dólares.....	62
Gráfico 15. Total importado de EE.UU desde el mundo en TM.....	63
Gráfico 16. Total importado de EE.UU desde el mercado peruano en miles de dólares.....	64
Gráfico 17. Total importado de EE.UU desde el mercado peruano en TM.....	65
Gráfico 18. Precio por kilogramo exportado desde el Perú hacia EE.UU.....	66
Gráfico 19. Precio por kilogramo de los principales países exportadores hacia EE.UU.....	67
Gráfico 20. Total importado de EE.UU desde el mercado peruano en miles de dólares.....	68

RESUMEN

La investigación plantea formular estrategias de exportación para orientar la comercialización de limón Tahití al mercado de Estados Unidos; a través de la definición de las características del producto, los condicionantes internos de las empresas en cuanto al potencial de exportación y las condiciones de mercado. La población de la investigación estuvo conformada por 04 empresas exportadoras de limón Tahití y la muestra es igual a la población. Se aplicaron 3 instrumentos; el cuestionario, la guía de entrevista y la guía documental, utilizando una metodología no experimental, y descriptiva. Dentro de las principales conclusiones se evidenció que los condicionantes de mercado son favorables para la exportación debido a que Estados Unidos es una potencia y es el segundo socio comercial con Perú en cuanto a importaciones y exportaciones, además la población que lo conforma es en un 52% latinos e hispanos los cuales tienen preferencias con productos provenientes de estos países. Para la formulación de las estrategias se realizó un análisis de los diferentes instrumentos aplicados a las empresas exportadoras de las cuales se generaron las siguientes estrategias: primero se desarrolló una estrategia de posicionamiento (crear una marca), luego la estrategia de crecimiento la cual radica en la asistencia a ferias internacionales para promover el uso y consumo del producto, también se realizó la estrategia de incrementar el volumen de producción, acompañada de la estrategia de promover la asociatividad con los agricultores, asimismo la estrategia de ser contraestacionarios, además pedir préstamos para generar mayor publicidad y mejorar la capacidad logística.

Palabras claves: Estrategia de exportación, mercado, potencial de exportación, canales de distribución, estrategia de promoción, demanda, oferta.

ABSTRACT

The research raises export formulate strategies to guide the marketing of Tahiti lime to the US market; through the definition of product characteristics, internal constraints of enterprises in terms of export potential and market conditions. The research population is made up of 04 companies exporting Lemon Tahiti and the sample is equal to the population. 3 instruments were applied; the questionnaire, the interview guide and document guide, using a non-experimental methodology, and descriptive. Among the main conclusions is that conditioning market are favorable for export because America is a power and is the second largest trading partner with Peru in terms of imports and exports, and that within the population that formed in 52% are Latinos and Hispanics who have preferences with products from these countries. To formulate strategies took into account the analysis of the different instruments applied to exporters which were generated the following strategies: first a positioning strategy (brand) was developed, the growth strategy which lies in the attendance at international fairs to promote the use and consumption of the product, the strategy of increasing the volume of production was also performed, accompanied by a strategy to promote the partnership with farmers, also be contraestacionarios strategy, in addition to borrowing to generate greater publicity and to purchase transport units

Keywords: Export Strategy, Market, export potential, distribution channels, promotion, strategy, demand, offer.