



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y EXPORTACIÓN PERUANA DE  
PULPA DE CHIRIMOYA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**

**2009 – 2013**

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

**AUTORA:**

**VELASQUEZ GUTIERREZ, KATHERINE PAMELA**

**ASESOR:**

**DR. CARLOS A. CHOQUEHUANCA S.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
“COMERCIO INTERNACIONAL”**

**LIMA – PERÚ**

**2014**

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiarme y darme todo lo que necesito, a mis padres por apoyarme siempre e impulsarme a seguir adelante; a mis compañeros y futuros colegas, que estuvieron conmigo a lo largo de este ciclo de vida

### **AGRADECIMIENTOS**

Un agradecimiento especial para todos aquellos que confiaron en mi persona en todo momento

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Katherine Pamela Velásquez Gutiérrez con DNI N° 47306109 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 18 de noviembre de 2014

Katherine Pamela Velásquez Gutiérrez

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategias de promoción y exportación peruana de pulpa de chirimoya al mercado de Estados Unidos 2009 – 2013”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

Katherine Pamela Velásquez Gutiérrez

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Problema	15
1.2 Hipótesis	15
1.3 Objetivos	16
II. MARCO METODOLÓGICO	17
2.1 Variables	17
2.2 Operacionalización de variables	17
2.3 Metodología	17
2.4 Tipos de estudio	17
2.5 Diseño	17
2.6 Población, muestra y muestreo	18
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
2.8 Métodos de análisis de datos	19
2.9 Aspectos éticos	19
III. RESULTADOS	20
IV. DISCUSIÓN	29
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
ANEXOS	34

## RESUMEN

En la presente tesis se contempla las estrategias de promoción y exportación peruana de pulpa de chirimoya al mercado de Estados Unidos 2009 – 2013.

La presente tesis tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las estrategias de promoción y la exportación peruana de pulpa de chirimoya al mercado estadounidense 2009 – 2013, como también determinar la relación que existe entre las ferias comerciales, muestras comerciales y el E-commerce con relación a la exportación peruana de pulpa de chirimoya al mercado estadounidense 2009 – 2013.

Esta investigación obedece a un diseño no experimental, basado en un análisis estadístico.

Se concluye que existe una relación positiva entre las estrategias de promoción representada en número de ferias comerciales, número de muestras enviadas y número de visitas a la WEB comparada con la exportación, representado en volumen y valor de exportación. Existe una relación inversa entre el número de ferias comerciales a las que asistieron las empresas exportadoras de pulpa de chirimoya y la exportación de éste producto. Este resultado se comprobó al obtener una correlación de coeficiente negativa entre la dimensión feria comercial y la variable exportación. Existe una relación positiva entre el número de muestras comerciales de pulpa de chirimoya enviadas a Estados Unidos por las empresas exportadoras de pulpa de chirimoya y la exportación de éste producto. Este resultado se comprobó al obtener una correlación de coeficiente positiva y alta entre el número de muestras comerciales y la exportación (volumen y valor). Existe una relación positiva entre el número de visitas a la WEB de las empresas exportadoras de pulpa de chirimoya a Estados Unidos y la exportación de éste producto. Este resultado se comprobó al obtener una correlación de coeficiente positiva y alta entre el número de visitas a la WEB y la exportación (volumen y valor).

## PALABRAS CLAVES

Exportación – Estrategias de promoción – Ferias comerciales –Muestras comerciales - E-commerce

## ABSTRACT

In the present thesis is contemplated the strategies of promotion and Peruvian export of pulp of cherimoya to the market of the United States of America 2009 - 2013.

The present thesis had as target determine the relation that exists between the strategies of promotion and the Peruvian export of pulp of cherimoya to the north american market 2009 - 2013, since also determine the relation that exists between the commercial fairs, commercial samples and the E-commerce with relation to the Peruvian export of pulp of cherimoya to the American market 2009 - 2013.

This investigation follows a non experimental design, based on a statistical analysis.

We conclude that there is a positive relationship between promotion strategies represented in number of commercial fairs, commercial samples and number of visits to the web compared with export, represented in volume and export value. There is an inverse relationship between the number of number of commercial fairs attended by exporters cherimoya pulp and export of this product. This result was confirmed by obtaining a negative correlation coefficient between number of commercial fairs and export dimension variable. There is a positive relationship between the number of commercial cherimoya pulp samples sent to tha United States by the cherimoya pulp companies and export of this product. This result was confirmed by obtaining a high positive correlation coefficient between the number of samples and exports (volume and value). There is a positive relationship between the number of visits to the web of export cherimoya pulp companies to the United States and the export of this product. This result was confirmed by obtaining a high positive correlation coefficient between the number of visits to the web and exports (volume and value).

**KEYWORDS** Export - Promotion Strategies - Commercial fairs - Commercial samples- E-commerce