

ANEXO 3 DE LA RESOLUCIÓN RECTORAL n.º 0459-2015/UCV



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Estrategias de marketing para la exportación de mates burilados de las
Mypes de Cochas Chico, Huancayo, Junín - 2016**

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

AUTOR:

BLAS QUIROZ, NANCY MADELEINE

ASESOR:

MG. DANNY PACHECO INFANTE

LÍNEA DE INVESTIGACION:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERÚ

2016

PAGINA DEL JURADO

Presidente

Secretario

Vocal

DEDICATORIA

A mi familia, en especial a mi madre, por todo el cariño y apoyo brindado, sobretodo en esta etapa tan importante de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a los profesores Danny Pacheco Infante, Fernando Márquez Caro y Randall Seminario Unzueta, quienes guiaron cada etapa de esta investigación, para que se realice de manera satisfactoria y contribuya positivamente con los lectores. Asimismo, agradezco a las mypes exportadoras de mates burilados de Cochabamba; por su tiempo, amabilidad e información brindada, la cual fue de vital importancia para el desarrollo de este trabajo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo BLAS QUIROZ, NANCY MADELEINE con DNI N° 47816732, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 05 de Julio de 2016

BLAS QUIROZ, NANCY MADELEINE

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 marketing para la exportación de mates burilados de las mypes de Cochabamba, Huancayo, Junín - 2016”, 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.

BLAS QUIROZ, NANCY MADELEINE

INDICE

PAGINA DEL JURADO.....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	5
PRESENTACIÓN.....	6
ÍNDICE.....	7
RESUMEN.....	9
ABSTRAC.....	10
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad Problemática.....	11
1.2. Trabajos Previos.....	13
1.3. Teorías Relacionadas al tema.....	16
1.4. Formulación del Problema.....	18
1.4.1. Problema General.....	18
1.4.2 Problemas Específicos.....	18
1.5 Justificación del Estudio.....	19
1.6 Hipótesis.....	20
1.7 Objetivos.....	20
1.7.1 Objetivo general.....	20
1.7.2 Objetivos específicos.....	20
II. MÉTODO.....	21
2.1. Tipo de investigación.....	21
2.2. Nivel de Investigación.....	21

2.3. Diseño de investigación.....	21
2.4. Variable y operacionalización	22
2.4.1. Variable:.....	22
2.4.2. Operacionalización de la variable.....	22
2.5. Población y Muestra.....	22
2.5.1. Población.....	22
2.5.2. Muestra.....	23
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...23	
2.6.1. Técnica de la Encuesta.....	23
2.6.2. Instrumento: Cuestionario.....	23
2.6.3. Validez.....	24
2.6.4 Confiabilidad.....	24
2.7 Métodos de Análisis de datos.....	25
2.8 Aspectos Éticos.....	25
III.RESULTADOS.....	26
IV. DISCUSIÓN.....	31
V.CONCLUSIONES.....	32
VI. RECOMENDACIONES.....	33
VII. REFERENCIASS BIBLIOGRAFICAS.....	34
ANEXO 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	36
ANEXO 2: VALIDACIÓN DE JUICIOS DE EXPERTOS.....	38
ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	48

RESUMEN

Esta investigación se llevó a cabo con la finalidad de conocer la comercialización internacional que realiza las mypes de mates burilados de Cochabamba, tuvo como objetivo general describir el nivel en que las mypes aplican las Estrategias de Marketing para la exportación de sus productos, dentro de las cuales se describen a la Estrategia de Producto, Precio, Plaza y Promoción. La metodología de esta investigación es de tipo aplicada, de nivel descriptivo y presenta un diseño no experimental de corte transversal. La muestra fue definida mediante la técnica censal, determinando una población y muestra de 5 mypes exportadoras de mates burilados de Cochabamba, Huancayo, Junín. Para la recolección de la información se empleó un cuestionario que fue debidamente validado para demostrar su confiabilidad, conformado por 24 ítems asociadas en cuatro dimensiones. Los datos fueron procesados y analizados a través del software SPSS-22, que en los resultados obtenidos nos indica que, las mypes del estudio no aplican adecuadamente las Estrategias de Marketing. Por ende, se recomienda tener en cuenta los aspectos más relevantes para una aplicación adecuada, y así poder elaborar un mejor producto, el cual sea aceptado en mercados internacionales, de tal manera que promueva el desarrollo de esta actividad, de las familias y la comunidad.

Palabras claves: Estrategias de Marketing, Mypes, Mercado Internacional.

ABSTRAC

This research was conducted in order to meet the international marketing makes MSEs of gourds of Cochabamba, had as its overall objective to describe the level at which the mypes apply Marketing Strategies for exporting their products within which are described Strategy Product, Price, Place and Promotion. The methodology of this research is of applied type descriptive level and presents a non-experimental cross-sectional design. The sample was defined by the census technique, determining a population sample of 5 exporting mypes of gourds of Cochabamba, Huancayo, Junín. For data collection a questionnaire was properly validated to demonstrate its reliability, consisting of 24 items in four dimensions associated was used. The data were processed and analyzed by software SPSS-22, which in the results indicates that MSEs do not adequately study the marketing strategies. Therefore, it is recommended to consider the most important aspects for proper application, so you can produce a better product, which is accepted in international markets, so as to promote the development of this activity, families and the community.

Keywords: Marketing Strategies, Mypes, International Market.