

**FACULTAD DE CIENCIAS  
EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**EL VALOR AGREGADO EN LA EXPORTACIÓN DE  
TARA: EL POLVO DE TARA, UNA NUEVA  
ALTERNATIVA PARA TENER ACCESO AL  
MERCADO ITALIANO PERIODO 2009-2010**

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

**AUTOR:**  
BENANCIO BARRA, MILITZA

**ASESOR:**  
Mgtr. MICHELENA RIOS, OMAR

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA FORMULACIÓN Y  
DESARROLLO DE LA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIO  
EXTERIOR

**LIMA – PERÚ**

**2012**

## *Dedicatoria*

A mis padres, por la semilla de Superación que han sembrado en mí, en especial a mi madre que fue mi fuerza durante todo este tiempo.

## **Agradecimiento**

A mi familia, por su comprensión y estímulo constante, por su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

A mi asesor metodológico Martin Beltrán Horna, quien me brindó su valiosa y desinteresada orientación y guía en la elaboración del presente trabajo de investigación.

Y a todas las personas que en una u otra forma me apoyaron en la realización de este trabajo.

## **Reconocimiento**

A la Universidad Cesar Vallejo, por brindarme la oportunidad de desarrollar capacidades, competencias y optar el Grado Académico de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales,

## INDICE

### CARÁTULA

Páginas preliminares	1
Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Presentación	4
Índice	5-6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
1. INTRODUCCIÓN	9
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.1.1. Realidad problemática	10-11
1.1.2. Formulación del problema	12
1.1.3. Justificación	12
1.1.4. Antecedentes	12-21
1.1.5. Objetivos	22
1.1.5.1. General	22
1.1.5.2. Especifico	22
1.2. MARCO REFERENCIAL	23
1.2.1. Marco teórico	23
1.2.2. Marco Conceptual	27
2. MARCO METODOLÓGICO	38

2.1 Hipótesis (si corresponde)	38
2.2 Variables	39
2.2.1 Definición conceptual	39
2.2.2 Definición operacional	39
2.3 Metodología	40
2.3.1 Tipo de estudio	40
2.3.2 Diseño	41
2.4 Población y muestra	42
2.5 Método de investigación	43
2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
2.7 Métodos de análisis de datos	44
3. RESULTADOS	45
4. DISCUSIÓN	76
5. CONCLUSIONES	77
6. SUGERENCIAS	78
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79-81
8. ANEXOS	82

## RESUMEN

El Valor Agregado En La Exportación De Tara: El Polvo De Tara, Una Nueva Alternativa Para Tener Acceso Al Mercado Italiano Periodo 2009-2010, es una tesis motivada en conocer la relevancia del valor agregado en la exportación de tara hacia el mercado destino de Italia en el periodo 2009-2010. Tiene como objetivo principal determinar el grado de relevancia del valor agregado en la exportación de polvo de tara al mercado italiano periodo 2009-2010, como hipótesis se plantea: El valor agregado tiene un alto grado de relevancia en la exportación polvo de tara al mercado italiano periodo 2009-2010. El tipo de investigación es aplicada de carácter Descriptivo, se tomó como muestra a cuatro empresas exportadoras de polvo de tara situadas en la región de Lima. Se utilizó como instrumento, la escala de medición Likert, adaptada a medir la importancia del valor agregado durante el proceso de elaboración de polvo de tara. La principal conclusión que llega con esta investigación, es que el valor agregado durante el proceso de producción de la tara a tara en polvo; según sus dimensiones y satisfacción de las empresas encuestadas, tiene un alto grado de relevancia para la exportación del polvo de tara como producto intermedio a la industria curtiembre del mercado italiano. Se sugiere la utilización del valor agregado a través del proceso de producción para la obtención del polvo de tara, para lograr mayor calidad y oferta frente a la gran demanda del mercado italiano y alcanzar un nivel óptimo y competitivo encaminado a la excelencia

Palabras claves: valor agregado, proceso de producción, exportación, tara en polvo

## **ABSTRACT**

The value added in the export of Tara: Tara dust, a new alternative to access the Italian Market 2009-2010, reasoned argument about the importance of value added in the export market tare toward the fate of Italy period 2009-2010. Its main objective is to determine the level of relevance of the value added in the export of tara powder to the Italian market 2009-2010, the hypothesis is proposed: The added value resulted in the production process is essential in Tara powder export to the Italian market period 2009-2010. The applied research is descriptive, was sampled at four exporting companies Tara powder located in the region of Lima. The instrument used the measurement Likert scale, adapted to measure the importance of the value added during the preparation of Tara powder. The main conclusion reached from this research is that the value added during the production process of Tara to Tara powder, depending on their size and satisfaction of the companies surveyed, is a fundamental step for export as an intermediate in the industry Italian tannery market. We suggest the use of value added through the production process for obtaining Tara powder, to achieve higher quality and offer great demand against the Italian market and achieve optimal competitive and aiming for excellence

Keywords: value added, process production, export, Tara powder.