



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN DE JOYERÍA DE PLATA
AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**

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

AUTORA:

FATIMA LIZBETH GARCÍA SAAVEDRA

ASESOR:

DR. ENRIQUE GUSTAVO GARCÍA TALLEDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ

2015

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios y a mi futuro hijo por darme la voluntad de seguir mi carrera profesional, y sé que sin ellos, esto no fuera posible.

Agradecimiento

Agradezco eternamente a Dios a mis padres y a mi esposo por haberme dado su apoyo incondicional a lo largo de este camino y alentándome a seguir mis metas.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Fátima Lizbeth García Saavedra con DNI N° 42860198 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, 17 de Agosto de 2015

Fátima Lizbeth García Saavedra

Presentación

La presente tesis titulada “Oportunidades de exportación de joyería de plata al mercado de Estados Unidos” Busca determinar si existe factibilidad en el proceso de exportación joyería de plata al mercado de Estados Unidos. Se estudiará la demanda del mercado de Estados Unidos, los competidores y la oferta de nuestro país, y. Las dimensiones cuentan con la siguiente estructura. En la demanda se presenta 3 indicadores: PBI per cápita, valor de importación mundial y salario mínimo. En la oferta se presenta 3 indicadores: Valor de exportación y volumen de exportación. Para el desarrollo de la investigación se dividió en siete capítulos del siguiente esquema.

Capítulo I Introducción: En este primer capítulo mencionaré la realidad problemática actual de las joyería de plata; antecedentes, marco teórico y la justificación o la razón de esta investigación.

Capítulo II Marco Metodológico: Menciono las variable que he utilizado en este estudio, sus dimensiones e indicadores. La forma de metodológica de esta investigación.

Capitulo III Resultados: Luego de recolectar los datos, ofrezco lo resultados gráficos de mi investigación.

Capítulo IV Discusión.

Capítulo V Conclusiones.

Capítulo VI Recomendaciones.

Capitulo VII Referencias bibliográficas.

En ese sentido, esta investigación cumple la labor de evaluación académica, para obtener el grado de Licenciado en Negocios Internacionales.

Índice

	Pág.
Dedicatoria	03
Agradecimiento	07
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Problema	15
1.2 Objetivos	15
II. MARCO METODOLÓGICO	16
2.1 Hipótesis	16
2.2 Variables	16
2.3 Operacionalización de variables	16
2.4 Metodología	16
2.5 Tipos de estudio	16
2.6 Diseño	17
2.7 Población, muestra y muestreo	17
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
2.9 Métodos de análisis de datos	17
2.10 Aspectos éticos	17
III. RESULTADOS	18
IV. DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIONES	26
VI. RECOMENDACIONES	27
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
ANEXOS	30

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es determinar si las Pymes exportadoras de joyería de plata peruana tienen oportunidades de exportación hacia Estados Unidos, cabe mencionar que la exportación de joyería de plata a nivel mundial ha aumentado ya que el Perú ha exportado a otros países tales como Reino Unido e Italia, esto se debe a que entre nuestro país y los países mencionados existen tratados comerciales y preferencias arancelarias. Se sabe que nuestras joyas de plata cuentan con una desgravación arancelaria hacia Estados Unidos lo cual beneficia mucho las exportaciones futuras, y además no ayuda a poder competir con los demás mercados.

Así también se ha determinado que algunas de las causas de porque las Pymes no ofrecen desarrollo es por: la falta de asesoría de parte del estado, escaso conocimiento del mercado exterior, la escasez de trabajadores con educación técnica especializada, no logran concretar acuerdos o alianzas con clientes importantes que les permitan lograr un continuo flujo de pedidos, poco conocimiento de recursos informáticos.

Son pocas las empresas que logran mayor competitividad en cuanto a la exportación de joyería de plata, que son solo cuatro, pero existen pequeñas empresas o Pymes que desean tener mayor participación e incluso incursionar en este mercado, según un estudio realizado por el ministerio de producción.

Como resultado de mi investigación se llegó a la conclusión que la oportunidad de exportación de joyería de plata es favorable entre los periodos del 2009 al 2014, así también se queda demostrado que la relación de las variables son confiables y la tendencia es positiva para nuestro producto que es la joyería de plata.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine whether the exporting SMEs Peruvian silver jewelry have export opportunities to the United States, it is noteworthy that the export of silver jewelry worldwide has increased since Peru has exported to other countries such as the United Kingdom and Italy, this is because between our country and the countries mentioned are trade agreements and tariff preferences. It is known that our silver jewelry have a tariff reduction to the United States which benefits much future exports, and it does not help to compete with other markets.

So it has also been determined that some of the causes of why SMEs do not offer development is the lack of assistance from the state, poor knowledge of the foreign market, the shortage of workers with specialized technical education, fail to reach agreements or alliances with major customers that will achieve a continuous flow of orders, little knowledge of computing resources. There are few companies that achieve greater competitiveness in terms of the export of silver jewelry, which are only four, but there are small companies or small businesses that want to be more involved and even venture into this market, according to a study by the Ministry of Production.

As a result of my research it was concluded that the opportunity to export silver jewelry is favorable between the periods 2009 to 2014 and has also demonstrated that the relationship of the variables are reliable and the trend is positive for our product which is silver jewelry.