



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

Estrategia de comercialización internacional de alcachofas de una  
empresa del Valle Mantaro – Junín 2016

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

ERIKA NOEMI CONZA MAMANI

ASESOR:

DR. RANDALL JESUS SEMINARIO UNZUETA

LINEA DE INVESTIGACION

MERCADOS EMERGENTES

LIMA – PERU

2016

PAGINA DEL JURADO

---

Presidente

---

Secretario

---

Vocal

## Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mi hija María Fernanda, quien me da fuerzas y ganas de ver las cosas con más entusiasmo y de seguir mis sueños con más anhelo, a mi Mama quien cada día me da su apoyo y a mi esposo que cada día se esmera por darnos los mejor.

## Agradecimiento

Un agradecimiento de todo corazón y en especial a los profesores Fernando Márquez y Randall seminario, quienes fueron más que maestros unos verdaderos guías, por dedicarme su tiempo y dedicación para enriquecerme de conocimientos y terminar este proyecto.

### Declaratoria de autenticidad

Yo Conza Mamani, Erika Noemí con DNI N° 46531898, 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, 03 de junio del 2016

Erika Noemí Conza Mamani

## Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategia de comercialización internacional de alcachofas de una empresa del Valle Mantaro – 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.

Conza Mamani, Erika Noemí

## INDICE

	<b>Pág.</b>
PÁGINA DEL JURADO .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
DEDICATORIA.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
<b>ÍNDICE</b> .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>I¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
<b>I. CAPITULO</b> .....	<b>11</b>
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	12
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA .....	14
1.3 JUSTIFICACION DEL ESTUDIO.....	14
1.4 OBJETIVOS .....	15
<b>II. CAPITULO</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1 ANTECEDENTES</b> .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.7</b>
<b>2.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES</b> .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.7</b>
2.1.2 ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	20
2.2 MARCO TEORICO .....	21
<b>III. CAPITULO</b> .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.6</b>
3.1 HIPOTESIS.....	27
3.2 IDENTIFICACION DE VARIABLES .....	27
3.3 DEFINICION CONCEPTUAL.....	27
<b>IV CAPITULO</b> .....	<b>30</b>
4.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	31
NIVEL DE INVESTIGACION.....	31
DISEÑO DE INVESTIGACION .....	31
4.2 POBLACION Y MUESTRA .....	31
4.3 TECNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS VALIDOS Y CONFIABILIDAD.....	32

4.3.1 TECNICA.....	32
4.3.2 INSTRUMENTO.....	32
4.4 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	32
4.5 METODO DE ANALISIS DE DATOS.....	33
4.6 ASPECTOS ETICOS.....	33
RESULTADOS.....	32
DISCUSIÓN .....	37
CONCLUSIÓN .....	38
RECOMENDACIONES .....	39
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	40
ANEXO 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	42
ANEXOS 2: VALIDACIÓN DE JUICIOS DE EXPERTOS.....	45
ANEXOS 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	55



## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general, Determinar las Estrategias de Comercialización internacional en la exportación de alcachofas en una empresa del valle del Mantaro – Junín 2016, identificar como esta empresa aplica las estrategias de producto, precio, plaza y promoción. La investigación es de diseño no experimental con un nivel descriptivo de corte transversal, Se definió como técnica censal. Determinando una población y muestra de 30 trabajadores dentro de la empresa. Para el recojo de información se utilizó un cuestionario válido y confiable conformado por 31 ítems asociadas en cuatro dimensiones. Se concluyó que, en las estrategias de comercialización, se aplica pero de una manera regular la dimensión que aportó con categorías de “casi siempre” fue estrategia de promoción y estrategia de plaza con un valor de “Casi nunca” siendo esta dimensión el cual tendría que reforzarse y poner mayor énfasis.

**Palabra claves:** Estrategias de comercialización,

## **ABSTRACT**

This research was general objective Identify Strategies International Marketing in exporting artichokes in a company Mantaro Valley - Junin 2016 , identified as the company applies the strategies of product, price , place and promotion . The research is non-experimental design with a descriptive cross-sectional level , was defined as a census technique . Determining a population sample of 30 workers within the company. For information gathering valid and reliable questionnaire consisting of 31 items in four dimensions associated was used. It was concluded that , in marketing strategies , the dimension that contributed categories of "almost always" was promotional strategy and strategy square with a value of " almost never " being this dimension is applied but on a regular basis which would be strengthened and put greater emphasis

**Keywords:** Marketing Strategies.