



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING DE LAS EMPRESAS  
EXPORTADORAS DE ARTESANÍA DE LA GALERÍA KAYPI  
ARTESANÍA, MIRAFLORES - 2016.**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR:**

**SERNA CHIPANA, MARIBET**

**ASESOR:**

**DR. SEMINARIO UNZUETA, RANDALL JESUS**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MERCADOS EMERGENTES**

**LIMA – PERÚ**

**2016**

## **Página del jurado**

---

**Presidente**

---

**Secretario**

---

**Vocal**

## **Dedicatoria**

Lo dedico con todo mi amor y cariño a mi padre Gilberto serna chipa, a mi madre Maribel Chipana Conde; a mis hermanos Sandra, kennys, Magno, Gean Pier, Rubi y Sandro que gracias a sus sacrificios, enseñanzas y dedicación pude cumplir mis metas y objetivos trazados.

Agradezco infinitamente a dios por haberme bendecido y guiado para poder cumplir mis sueños.

## **Agradecimiento**

Un agradecimiento especial a los profesores Randall Jesús Seminario Unzueta, Fernández Márquez Caro, quienes fueron las principales guías para que esta tesis se desarrolle.

Y también a las empresas exportadoras de artesanía de la galería kaypi artesanía por los aportes brindados.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo Serna Chipana, Maribet con DNI N° 48156041, 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 26 de julio del 2016

---

SERNA CHIPANA, MARIBET

# PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante usted la Tesis titulada “Estrategias de Marketing de las empresas exportadoras de artesanía de la galería “KAYPI ARTESANIA”, Miraflores - 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

SERNA CHIPANA, MARIBET

## ÍNDICE

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
INDICE .....	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad Problemática.....	1
1.2 Trabajos Previos.....	3
1.2.1. Nacionales .....	3
1.2.2. Internacionales.....	5
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	6
1.3.1. Estrategia de marketing.....	6
1.3.2. Definición de marketing .....	7
1.3.3. La mezcla de marketing 4P .....	11
1.3.3.1 Dimensión 1: producto.....	12
1.3.3.2 Dimensión 1: Precio .....	13
1.3.3.3 Dimensión 1: Plaza .....	13
1.3.3.4 Dimensión 1: Promoción .....	14
1.4 Formulación del problema.....	18
1.4.1 Problema general .....	18
1.4.2 Problemas específicos.....	18
1.5 Justificación del estudio .....	18
1.6 Objetivos .....	19
1.6.1 General.....	19
1.6.2 Objetivos específicos .....	19
II. METODO.....	19
2.1 Tipo de investigación.....	19
2.1.1 Nivel de investigación .....	19
2.1.2 Diseño de investigación.....	20

2.2 variables y Operacionalizacion .....	20
2.3 población y muestra .....	22
2.3.1 Población .....	22
2.3.2 Muestra .....	22
2.4 técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	22
2.4.1Técnicas.....	22
2.4.2 Instrumento de recolección de datos .....	22
2.4.3 Validez.....	23
2.4.4 Confiabilidad.....	23
2.5 Fuente de recolección de datos .....	24
2.6 Método de análisis de datos .....	25
2.7 Aspectos éticos .....	25
III. RESULTADOS.....	26
IV. DISCUSIÓN.....	31
V. CONCLUSIONES.....	33
VI. RECOMENDACIONES.....	35
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36
VII. ANEXOS.....	38
7.1 INSTRUMENTO.....	38
7.2 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	41
7.3 VALIDACION DE INSTRUMENTO.....	43



## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar las estrategias de marketing de las empresas exportadoras de artesanía de la galería KAYPI ARTESANIA, Miraflores – 2016.

Es un trabajo de diseño no experimental de corte transversal de tipo descriptivo, no probabilístico, la población y la muestra fue de 30 empresas exportadoras de artesanía de la galería KAYPI ARTESANIA. Se trabajó con el instrumento cuestionario que tuvo una validez de contenido, los datos recolectados fueron analizados y procesados en el software SPSS versión 22.0.

Las conclusiones a las que hemos llegado con la presente investigación es que se logró identificar que no se aplican por completo las estrategias de marketing en las empresas exportadoras de artesanía de la galería KAYPI ARTESANIA, Miraflores – 2016, ya que logró un porcentaje valido de 33.3%, esto nos indica que la variable estrategia de marketing está trabajando en un nivel bajo.

## **ABSTRACT**

This research aimed to determine the marketing strategies of companies exporting handicraft gallery KAYPI ARTESANIA, Miraflores – 2016.

It is a non-experimental design work cross-sectional descriptive, not probabilistic and the sample population was 30 exporting companies craft gallery KAYPI ARTESANIA. We worked with the questionnaire instrument had a content validity, the data collected were analyzed and processed in SPSS version 22.0 software.

The conclusions that we came up with this research is that it was identified that do not apply completely the marketing strategies exporters craft gallery KAYPI ARTESANIA, Miraflores – 2016, because he managed a valid percentage of 33.3%, this indicates that the variable marketing strategy is working at a low level.