



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING Y LA EXPORTACIÓN DE
ARTESANIA TEXTIL AL MERCADO DE NEW YORK- USA, DE LAS
EMPRESAS DEL DISTRITO DE HUALHUAS- 2014**

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

AUTOR:

ALBÁN BAUTISTA, JORDY ERICK

ASESOR:

MG. DANNY PACHECO INFANTE.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERÚ

2014

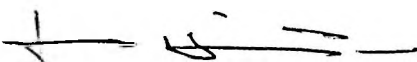
PÁGINA DEL JURADO



**MG. FABIOLA CRUZ NAVARRO SOTO
PRESIDENTE**



**DR. SABINO MUÑOZ LEDESMA
SECRETARIO**



**MG. FERNANDO LUIS MÁRQUEZ CARO
VOCAL**

DEDICATORIA

A ti Madre

Por tú tierno y desinteresado amor, por tu infinita paciencia, inmensa comprensión y mutua confianza; y por inculcarme siempre, el amor de Dios, porque me enseñaste a que en él debo de aferrarme y confiar siempre, porque él me brindara calma cuando me llegue la desesperación y fortificará mi valentía para no acobardar ante situaciones difíciles. Por educarme y aconsejarme, y por augurarme un futuro próspero, lleno de paz y tranquilidad. Madre, ejemplo de perseverancia y de infinito amor.

A ti Padre

Por tu gran cariño, por escucharme, por tu valiosa amistad y tu gran comprensión. Y por tener ese carácter, que ha sido parte fundamental en mi formación. A ti, porque desde la niñez, me incitaste a que siempre confíe en mí y a ser fuerte mentalmente. Por educarme y hacer de mí, un hombre de bien. Por cuidarme siempre, por motivarme y por darme la oportunidad de ser tu hijo. Por tus bendiciones y por augurarme éxitos en la vida. Papá, ejemplo de valentía, orgullo y coraje.

A mis hermanos,

Porque siempre he contado con ustedes para todo, por ser mis mejores amigos, por su confianza, por aconsejarme y desear siempre lo mejor para mí y por escuchar siempre mis más locos pero sensatos ideales, y por último, por enseñarme el verdadero amor de hermanos.

AGRADECIMIENTO

A Dios padre, por su existencia espiritual que vive en mi permanentemente como refugio, sombra y cobijo de mi soledad, por haber iluminado mi mente, y por haber puesto estratégicamente aquellas personas que incondicionalmente han sido mi soporte académico y anímico durante el periodo de estudio.

A mis amados padres, Isabel y Héctor, por su amor, cariño y comprensión incomparable, por su profuso apoyo y constante motivación y por hacer de mí, un hombre de bien, con principios éticos y morales, por formar mi carácter, mi disciplina, mi perseverancia, mi valentía y mi buena obsesión al momento de conseguir mis ideales. Un millón de gracias y toda una vida de felicidad para ustedes, papitos.

A mis maestros, por su apoyo en el desarrollo de la presente investigación y por sus sabios consejos y valiosas sugerencias en el campo de la investigación científica y los Negocios Internacionales.

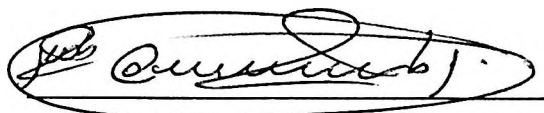
Muy en especial a los Magister: Miguel Pérez, Danny Pacheco, Fernando Márquez, y al Doctor Sabino Muñoz, por sus excelentes colaboraciones e incondicional apoyo, por su paciencia infinita, por esa amistad que me brindaron, por escucharme y aconsejarme siempre.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo ALBÁN BAUTISTA, JORDY ERICK con DNI N° 71035982, 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.

A handwritten signature in black ink, enclosed within a hand-drawn oval. The signature is cursive and appears to read 'Albán Bautista, Jordy Erick'.

ALBÁN BAUTISTA, JORDY ERICK

Lima, 19 de Noviembre del 2014

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **ESTRATEGIAS DE MARKETING Y LA EXPORTACIÓN DE ARTESANIA TEXTIL AL MERCADO DE NEW-YORK- USA, DE LAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE HUALHUAS- 2014**, con la finalidad de identificar la relación entre las estrategias de marketing y la exportación de artesanía textil al mercado de New York-USA, de las empresas del distrito de Hualhuas- 2014, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

ALBAN BAUTISTA, JORDY ERICK

	INDICE	Pág.
Página del Jurado		ii
Dedicatoria		iii
Agradecimiento		iv
Declaratoria de Autenticidad		v
Presentación		vi
Índice		vii
Resumen		viii
Abstract		ix
I. INTRODUCCIÓN		10
1.1. Problema		44
1.2. Objetivos		44
1.3. Hipótesis		45
II. MARCO METODOLOGICO		46
2.1. Variable		46
2.2. Operacionalización de variables		47
2.3. Metodología		48
2.4. Tipo de estudio		48
2.5. Diseño de Investigación		48
2.6. Población, unidad de análisis y criterios.		49
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos		50
2.8. Método de análisis de datos		51
III. RESULTADOS		52
IV. DISCUSIÓN		63
V. CONCLUSIONES		66
VI. RECOMENDACIONES		67
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS		68
ANEXOS		74

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación Descriptiva Correlacional fue identificar la relación entre las Estrategias de Marketing y la Exportación de Artesanía Textil al mercado de New York-USA, de las empresas del distrito de Hualhuas- 2014. La investigación se llevó a cabo en el distrito de Hualhuas, provincia de Huancayo, región de Junín. Para el desarrollo de la tesis el autor utilizó la Teoría de la Elección, la Teoría de la Ventaja Competitiva y la Teoría de la base de la Exportación. Las dos primeras teorías para la variable independiente (Estrategias de Marketing) y la última, para la variable dependiente (Exportación de Artesanía textil). Utilizó un Diseño de Investigación No Experimental de tipo transversal, cuyo Método de Investigación aplicado fue el Hipotético – Deductivo, y para el proceso de recopilación de datos, la población estuvo constituida por 15 empresas exportadoras de artesanía textil al mercado norteamericano de New York, ubicadas en Hualhuas. Debido al número reducido de elementos de la población, se tomaron en cuenta todos sus elementos obviándose la muestra poblacional. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento de medición aplicado fue el cuestionario. Para el procesamiento de los datos, se realizó la calificación del cuestionario, la codificación, la tabulación; y luego se efectuó el análisis estadístico de datos, basado en la Estadística Descriptiva, en el Contraste de Hipótesis y en la Correlación. Finalmente el autor concluyó en que existe una relación positiva moderada de 40% entre las Estrategias de Marketing y la exportación de Artesanía Textil al mercado de New York-USA, de las empresas del distrito de Hualhuas- 2014.

Palabras Claves: Estrategias, Marketing, Exportación, Artesanía Textil, Ventaja Competitiva, Hualhuas, New- York.

ABSTRACT

The main purpose of this descriptive correlational research was to identify the relationship between Marketing Strategies and the export of textile crafts to Market New York-USA, of companies district Hualhuas- 2014. The research was conducted in the district of Hualhuas, province of Huancayo, Junin region. For the development of the thesis the author use the Choice Theory, the Theory of Competitive Advantage and the Theory of Export base. The first two theories were for the independent variable (Marketing Strategies) and the last, for the dependent variable (Export of Textile Crafts). The autor used a Desing Research Non-Experimental of transverse type, whose Research Method was the hypothetical- deductive, and for the process of data collection, the population was consisted of 15 companies exporting textile crafts to the US market of New York, located in Hualhuas. Due to the small number of elements of the population were considered its entirety obviating the population sample. The technique used was the survey, and the instrument of measurement appliedwas the Questionnaire. For processing the data, was performed the qualification of questionnaire, coding, tabulation; and then it was effected the Statistical analysis of data, based on in Descriptive Statistics, Hypothesis Testing and the Correlation. Finally, the author concluded that there is a moderate positive correlation of 40% between Marketing Strategies and the export of textile crafts to Market New York-USA, of companies district Hualhuas- 2014.

Keywords: Strategy, Marketing, Export, Textile Handicrafts, Competitive Advantage, Hualhuas, New-York.