



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

EN LA MYPE TEXTIL TEJADA MONTES S.A.C. (TEMOSAC) EN

RELACION A LA MAXIMIZACION DE SUS EXPORTACIONES

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN

NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR

TRACY DANAE AZABACHE GARCIA

ASESOR

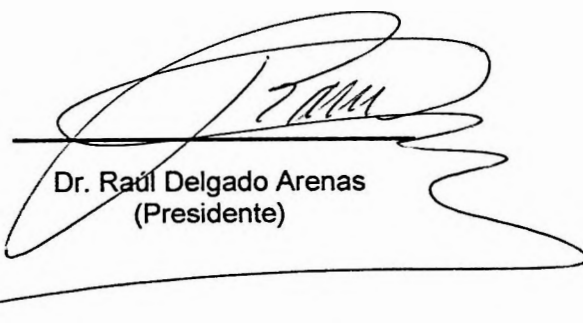
HUAYNATE PACHAS ESTEBAN HUMBERTO

LÍNEA DE INVESTIGACION

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERU – 2013

PAGINA DEL JURADO



Dr. Raúl Delgado Arenas
(Presidente)



Mg. Fabiola Navarro Soto
(Secretario)



Mg. Pacheco Infante Danny William
(Vocal)

Esta tesis se la dedico a Dios, quien me ha guiado a lo largo de mi carrera no darme por vencida por más dificultades que se han presentado, también se la dedico a mis padres los cuales me han ayudado a ser una persona más fuerte y no rendirme y brindarme su amor incondicional.

Quiero agradecer infinitamente a Dios quien me brindo fortaleza y ayudo a no caer y por haberme dado a dos maravillosos padres Shela y Santiago quienes nunca dejaron que me rindiera y me dieron su mano en esos momentos que pensaba caer y retroceder. A mis hermanos Paula y Eduardo quienes me han alentado en cada momento para no rendirme, a mí ahijado Ítalo que por más pequeño que sea siempre me alienta y motiva para ser su ejemplo. A Juan por ser mi compañero y mejor amigo y crecer juntos, por su amor y fortalezas día a día. A mi asesor y un gran amigo Lic. Esteban Huaynate por las enseñanzas y paciencia que nos tuvo hasta finalizar el gran proyecto de tesis; el apoyo moral y el cariño de cada uno de ellos es indispensable para sentirme con fuerza para seguir adelante.

Mil gracias a Dios y a cada uno de ustedes.

Tracy Danae Azabache García

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Tracy Danae Azabache García con DNI N° 47221608, 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.

Tracy Danae Azabache García

PRESENTACION

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada "ANALISIS DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA MYPE TEXTIL TEJADA MONTES S.A.C. (TEMOSAC) EN RELACION A LA MAXIMIZACION DE SUS EXPORTACIONES", con la finalidad de determinar cuáles fueron las estrategias de marketing claves empleadas durante el periodo del 2011 al 2013 por la Mype Textil Tejada Montes S.A.C. TEMOSAC para que puedan maximizar sus exportaciones y lograr un posicionamiento y reconocimiento en el mercado del rubro textil, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Tracy Danae Azabache García

INDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Resumen.....	1
Abstract.....	2
I. INTRODUCCION.....	3
II. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	15
2.1. Aproximación Temática.....	15
2.2. Formulación del Problema de Investigación.....	15
2.2.1. Problema de General.....	16
2.2.2. Problemas Específicos.....	16
2.3. Justificación.....	16
2.4. Relevancia.....	17
2.5. Contribución.....	17
2.6. Objetivos.....	17
2.6.1. Objetivo General.....	18
2.6.2. Objetivos Específicos.....	18
2.7. Hipótesis.....	18
III. MARCO METODOLOGICO.....	20
3.1. Unidades Temáticas.....	20
3.1.1. Definición Conceptual.....	21

3.1.1.1. Marketing.....	21
3.1.1.2. Marketing Estratégico.....	22
3.1.1.3. Marketing Internacional.....	22
3.1.1.4. Publicidad.....	22
3.1.1.5. Propuestas de Estrategias de Marketing.....	23
3.1.1.6. Las Redes Sociales.....	24
3.1.1.7. El Marketing Mix.....	25
3.1.1.8. Volumen de Exportación.....	33
3.1.1.9. Una línea de Productos.....	34
3.1.2. Categorización.....	40
3.2. Metodología.....	42
3.2.1. Tipo de Estudia.....	42
3.2.2. Diseño.....	42
3.3. Escenario de Estudio.....	43
3.4. Categorización de Sujetos.....	43
3.4.1. Gerente General – Juan Tejada Montesinos.....	43
3.4.2. Encargada de Marketing – Evelyn Castañeda López.....	44
3.4.3. Asesor de PROMPERU.....	44
3.5. Procedimientos metodológicos de investigación.....	44
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	45
3.6.1. Para la entrevista a profundidad.....	45
3.6.2. Para la revisión documentaria.....	47
3.7.	
Mapeamiento.....	48
3.8. Tratamiento de la Información.....	48

IV. RESULTADOS.....	55
4.1. Descripción de resultados.....	55
4.2. Teorización de Unidades temáticas.....	67
V. DISCUSIÓN.....	69
VI. CONCLUSIONES.....	71
VII. SUGERENCIAS.....	73
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	74
IX. ANEXOS.....	77

2.2.1. Problema General

- ¿Influenció la aplicación de Estrategias de Marketing para la maximización del volumen de sus exportaciones desde el año 2011 al 2013 de la Mype Textil Tejada Montes S.A.C. TEMOSAC?

2.2.2. Problemas Específicos

- ¿Qué diferencia hubo en los años de producción referente al volumen de sus exportaciones aplicando las estrategias de Marketing en de la Mype Textil Tejada Montes S.A.C. TEMOSAC?
- ¿Qué influencia tuvo la aplicación del Marketing Mix en relación al volumen de exportaciones de la Mype TEMOSAC del año 2011 al 2013?
- ¿Qué diferencia en volúmenes de exportación existe entre la línea de productos de la Mype TEMOSAC respecto a la aplicación de las estrategias de Marketing?

2.3. Justificación

La siguiente investigación comprobó una teoría ya existente el cual es que la aplicación de estrategias de marketing en una empresa es fundamental para poder sobrevivir en el mercado y para poder crecer a nivel económico y captar más clientes, los cuales desean obtener productos y servicios de calidad para lograr la satisfacción de este.

La investigación propone una mejora en estudios como es el caso de una investigación a una pequeña empresa la cual se encuentra ya posicionada en el mercado de la confección textil y a la vez ya se encuentra exportando sus productos a países de economías grandes.

Esta investigación es conveniente para muchas empresas que están emergiendo actualmente en el comercio internacional, no solo a nivel distrital sino también para MYPES de todo nuestro país ya que esta investigación les servirá