



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL PARA LA
EXPORTACION DE JUGO DE CAMU CAMU A JAPON 2012-2013**

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

AUTOR:

RINCON LAURENTE, JOSEPH

ASESOR:

MIRTHA ROSARIO TRUJILLO ALMANDOZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

“COMERCIO EXTERIOR”

LIMA - PERÚ

2014

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mis padres por el gran esfuerzo y apoyo que me brindaron para poder culminar mi carrera exitosamente

Agradecimiento

Agradezco a Dios y mis padres por protegerme durante mi camino y darme las fuerzas para superar cualquier dificultad.

Gracias a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente en la realización de este trabajo.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Joseph Rincón Laurente con DNI N° 47481783 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, 24 de noviembre del 2014

Joseph Rincón Laurente

Presentación

La presente tesis titulada: “estrategias de marketing internacional para la exportación de jugo de camu camu a japon 2012-2013” busca determinar las estrategias de marketing a emplear para la exportación de jugo de camu camu al mercado de Japón. Para poder demostrarlo se emplean tres (3) dimensiones de estudio: Posicionamiento de marca, Segmentación y Diferenciación. Ello se lograra demostrar mediante el uso de datos ex post facto, de encuestas realizadas a algunos consumidores japoneses y entrevista realizada a una empresa exportadora de jugo de camu camu, los cuales luego de ser analizados, ordenados y clasificados se les dará un tratamiento descriptivo. El proyecto abarca el año 2012-2013 y una empresa exportadora de jugo de camu camu que tenga conocimiento de mercados asiáticos.

La tesis está compuesta por ocho capítulos.

Capítulo I. Introducción: En este capítulo damos a conocer la problemática por la cual estoy realizando este trabajo el cual viene a ser la falta de conocimiento que tienen los productores y exportadores peruanos de jugo de camu camu sobre la aplicación de estrategias de marketing para lograr posicionarse en un mercado extranjero, siendo así que también busque un mercado potencial el cual sea capaz de pagar y consumir este tipo producto, como es el caso del jugo de camu camu el cual su consumo es fomentado especialmente en instituciones educativas de todos los niveles principalmente los mas jovenes. Teniendo esto en cuenta se creó un problema general para comenzar la investigación, acompañado de tres (3) problemas específicos para tener una idea más clara de lo que se busca con este trabajo y así también se generó los objetivos e hipótesis. Luego se hizo la investigación de trabajos anteriores relacionados a mi tema para tener una base y así guiarme en la realización de mi investigación. Se hizo una investigación sobre teorías relacionadas a estrategias de marketing para poder basarme en que estrategias de marketing debería aplicar en mi investigación y dar solución a mi problema general. Por último se agregó el motivo de la investigación, es decir, con qué fin se realizó esta investigación, la cual es ayudar a los productores y exportadores a entrar a un nuevo mercado potencial y así generar grandes ingresos para ellos y que jugo de camu camu peruano sea reconocido mundialmente por su calidad.

Capítulo II. Marco Metodológico: En este capítulo he descrito la variable de mi investigación que es “estrategias de marketing” donde la defino y la desagrego en tres dimensiones las cuales me permitieron encontrar una solución al problema de mi investigación; también menciono que tipo de investigación estoy realizando y cuál es el objeto de estudio que me permitieron obtener resultados para responder mis interrogantes.

Capítulo III. Resultados: En este capítulo muestro los resultados que he obtenido según la

aplicación de mis instrumentos los cuales fueron encuestas y entrevista realizada a mi objeto de estudio, se realizó un tratamiento estadístico a los datos obtenidos, y se obtuvo respuestas que me permitieron demostrar mis hipótesis planteadas.

Y finalmente las cuatro restantes que son: Discusión, en la cual se muestra la comparación de mis resultados con las conclusiones obtenidas de los antecedentes encontrados; las conclusiones que demuestran las respuestas de los datos obtenidos; las recomendaciones y referencias bibliográficas

Índice

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	07
RESUMEN	08
ABSTRACT	09
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Problema	18
1.2 Hipótesis	18
1.3 Objetivos	19
II. MARCO METODOLÓGICO	20
2.1 Variables	20
2.2 Operacionalización de variables	20
2.3 Metodología	20
2.4 Tipos de estudio	20
2.5 Diseño	20
2.6 Población, muestra y muestreo	20
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
2.8 Métodos de análisis de datos	20
2.9 Aspectos éticos	21
III. RESULTADOS	22
IV. DISCUSIÓN	31
V. CONCLUSIONES	33
VI. RECOMENDACIONES	34
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
ANEXOS	36

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar las estrategias de marketing a aplicar para la exportación de jugo de camu camu a Japón para el periodo 2012-2013.

El tipo y diseño de investigación es descriptivo observacional – no experimental con un objeto de estudio de una empresa exportadora de jugo de camu camu al mercado japonés.

El principal resultado de mi investigación es el uso de una marca país favorece en la exportación de jugo de camu camu debido a que refleja la calidad y perfecta selección realizada por el país productor.

Otro resultado de mi investigación es que los segmentos óptimos que favorecerían la exportación de jugo de camu camu son el público objetivo los cuales son jóvenes y niños, ya que el consumo del producto es fomentado por el estado japonés en entidades educativas.

Palabras claves: posicionamiento, segmentación, diferenciación.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine marketing strategies to apply to the export of camu camu juice to Japan for 2012-2013.

The type and design of observational research is descriptive - not an object of experimental study of an export company camu camu juice to the Japanese market.

The main result of my research is the use of a country brand promotes the export of camu camu juice because it reflects the quality and perfect selection by the producing country.

Another result of my research is that optimal segments that favor the export of camu camu juice are the target audience who are young and children, since the consumption of the product is fomentation by the Japanese state educational entities.

Keywords: positioning, segmentation, differentiation.