



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**MARKETING E IMPORTACION DE GEL CAPILAR POR LA
EMPRESA OPTIONBRANDS S.A. 2013**

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

AUTORA:

SIPIRAN WONG, ARLIN CARLA ESTEFANIA

ASESOR:

Dr. CONDOR SANCHEZ, EDUARDO FRANCISCO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**“CREATIVIDAD E INNOVACION EN LA FORMULACION Y DESARROLLO
DE LA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIO EXTERIOR”**

LIMA - PERÚ

2014

Dedicatoria

Quiero dedicarle esta tesis a Dios que me permitió darme fortaleza y oportunidad para culminar con una de mis metas.

A mi familia porque siempre estuvieron ahí cuando más los necesite motivándome y preocupándose.

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios por permitirme estar con vida, a mi familia, enamorado que me apoyaron durante esta etapa universitaria y a todas mis amistades que siempre me dieron ánimos para seguir adelante, al igual que mis maestros que fueron guías y apoyo brindándome sus enseñanzas y conocimientos para mis proyectos a futuro, gracias a todos por qué no lo hubiera logrado sin su ayuda.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Arlin Carla Estefania Sipiran Wong con DNI N°73176742 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, 21 de Noviembre del 2014.

Arlin Carla Estefania Sipiran Wong

Presentación

Al iniciar esta investigación un profesor nos comentó, que para una empresa importadora o exportadora encuentre el éxito debe identificar sus principales 4Ps con ayuda del marketing, esto nos permitirá encontrar quienes son nuestros consumidores, competidores y saber cómo posicionarnos en el mercado con una diferenciación que lo caracterice al producto.

Es por eso que Optionbrands S.A. busca con ayuda del marketing poder posicionarse en el rubro de gel capilar, ya que es una empresa nueva con 1 año de creación.

Los resultados de la investigación se presentaron en seis capítulos.

El capítulo I veremos una breve introducción, luego plantearemos el problema de la investigación, así mismos se realizara la hipótesis y para finalizar definiremos nuestros objetivos.

En el capítulo II encontraremos el marco metodológico, que contiene las variables, la operacionalización de las variables , la metodología , el tipo de estudio, el diseño, la población , la muestra ,las técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y por último los aspectos éticos.

En el capítulo III se interpretara los resultados de la investigación, según la relación que tuvo las variables estudiadas.

En el capítulo IV se realizara la discusión, mediante una comparación de los resultados de la investigación con los resultados de los antecedentes, para ver si se coincide o se discrepa.

En el capítulo V veremos las conclusiones de lo que hemos llegado con nuestra investigación.

En el capítulo VI planteamos las recomendaciones que se ha obtenido de los resultados, las discusiones y las conclusiones.

La tesis se completa con las referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

Índice

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Problema	14
1.2 Hipótesis	14
1.3 Objetivos	14
II. MARCO METODOLÓGICO	16
2.1 Variables	16
2.2 Operacionalización de variables	16
2.3 Metodología	16
2.4 Tipos de estudio	16
2.5 Diseño	16
2.6 Población, muestra y muestreo	16
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
2.8 Métodos de análisis de datos	17
2.9 Aspectos éticos	17
III. RESULTADOS	18
IV. DISCUSIÓN	35
V. CONCLUSIONES	36
VI. RECOMENDACIONES	37
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
ANEXOS	39

RESUMEN

El objetivo de esta tesis fue que la empresa Optionbrands busca con ayuda del marketing ver las rutas de trabajo a desarrollar para el correcto y exitoso ingreso del gel capilar, a partir de la identificación de las necesidades y perfil del consumidor.

El resultado de la investigación reflejo que el marketing nos ayudara en una relación indirecta para la importación, es decir, buscaremos encontrarnos posicionado en el mercado al cual se va a dirigir, teniendo en cuenta que será un producto distinto a los que encontramos en el mercado.

Palabra clave: marketing, posicionamiento, gel capilar, importación.

ABSTRACT

The aim of this thesis was that the company Optionbrands seeking through the marketing view routes work to be done for the proper and successful entry of hair gel, from the identification of needs and consumer profile.

The result of the reflection research that marketing will help us in an indirect relation to the importation, ie, seek to find positioned in the market they are going to run, considering it is a different product to those found in the market .

Keyword: marketing, positioning, hair gel, import.