



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Estrategias de Marketing Mix de las empresas exportadoras de ropa a base
de tejido en punto en algodón de Lima Metropolitana 2015

**TESIS PARA OBTENER TÍTULO PROFESIONAL DE:
LIC. NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

Bohórquez Chicasaca Willy Neil

ASESOR:

Dr. Sabino Muñoz Ledesma

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comercio Internacional

LIMA – PERU

2016

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

DEDICATORIA

En primer lugar, agradezco a mi dios Jesús quien se sacrificó por todos nosotros para salvarnos del pecado, es el quien me motiva ser una mejor persona y ser herramienta del señor.

AGRADECIMIENTO

Dedico este trabajo a mis padres, en especial a mi hermosa madre porque en los momentos más difíciles siempre supo reponerse y continuar adelante con esfuerzo y con una sonrisa en su rostro. Porque gracias a ella comprendí que en esta vida los amigos y amores van y vienen, pero la que siempre estará en momentos tristes y difíciles es ella.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo BOHORQUEZ CHICASACA, WILLY NEIL con DNI N° 72561611, 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, 29 de Septiembre del 2016

BOHORQUEZ CHICASACA, WILLY NEIL

PRESENTACION

Señor miembro del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE ROPA A BASE DE TEJIDO EN PUNTO EN ALGODÓN DE LIMA METROPOLITANA 2015”, 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.

BOHORQUEZ CHICASACA, WILLY NEIL

INDICE

| | |
|--|-----------|
| Página del Jurado | II |
| Dedicatoria | III |
| Agradecimiento | IV |
| Declaratoria de Autenticidad | V |
| Presentación | VI |
| Índice | VII |
| Resumen | VIII |
| Abstrac | IX |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1 Realidad Problemática..... | 1 |
| 1.2 Trabajos Previos..... | 3 |
| 1.2.1 Variable 1: Marketing Mix..... | 3 |
| 1.3 Teorías Relacionadas al tema | 7 |
| 1.3.1. Marketing Mix..... | 7 |
| 1.3.1.1. Czinkota y Ronkainen..... | 7 |
| 1.3.1.2. Alet | 9 |
| 1.3.1.3. Lerma y Márquez..... | 11 |
| 1.3.1.3.1 Dimensión Producto..... | 14 |
| 1.3.1.3.2 Dimensión Precio..... | 15 |
| 1.3.1.3.3 Dimensión Plaza..... | 16 |
| 1.3.1.3.4 Dimensión Promoción..... | 16 |
| 1.4 Formulación del Problema..... | 18 |
| 1.5 Justificación..... | 19 |
| 1.6 Objetivos..... | 20 |
| II. MÉTODO..... | 21 |
| 2.1 Diseño de Investigación..... | 21 |
| 2.2 Variables, operacionalización..... | 21 |
| 2.3 Población y Muestras..... | 24 |
| 2.3.1 Población..... | 24 |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.. | 24 |
| 2.4.1. Técnica..... | 24 |
| 2.4.2. Instrumento..... | 24 |
| 2.4.3. Validez..... | 25 |
| 2.4.4. Confiabilidad..... | 26 |
| 2.5 Métodos de análisis de datos..... | 26 |
| 2.6 Aspectos éticos..... | 26 |
| III. RESULTADOS..... | 26 |
| 3.1 Descripción de los datos..... | 26 |
| 3.1.1 Variable 1 – Marketing Mix..... | 26 |
| 3.1.1.1 Dimensión Producto..... | 27 |
| 3.1.1.2 Dimensión Precio..... | 29 |
| 3.1.1.3 Dimensión Plaza..... | 30 |
| 3.1.1.4 Dimensión Promoción..... | 31 |
| IV. DISCUSIÓN..... | 33 |
| V. CONCLUSIONES..... | 34 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 35 |
| VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS..... | 36 |
| ANEXOS..... | 38 |
| ✓ Instrumentos | |

- ✓ **Validación de los Instrumentos**
- ✓ **Matriz de Consistencia**
- ✓ **Detalle de Confiabilidad**

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue identificar las estrategias del marketing mix de las empresas exportadoras de ropa a base de tejido en punto en algodón de Lima Metropolitana 2015. Se utilizó Fundamentos del Marketing, Comercio y Marketing Internacional, como soporte de la variable Marketing Mix. El enfoque fue cuantitativo de diseño no experimental con método de Hipotético – Deductivo. Se utilizó como unidades muestrales a gerentes de 30 empresas exportadoras de confecciones de alpaca ubicadas en la ciudad de Lima. La técnica utilizada fue el censo y el instrumento de medición un cuestionario, válido y confiable. Utilizando SPSS y Estadística Descriptiva, se concluye que los encuestados consideraban que sus empresas tenían el marketing mix en los niveles de regular a buena en un 66.7% respectivamente.

Palabras claves: Estrategias, Marketing Mix, Exportación.

ABSTRAC

The principal objective of this descriptive investigation was identify marketing mix strategies of exporting clothing companies based tissue in point cotton Metropolitan Lima 2015. It was used Fundamentals of Marketing, Trade and at International Marketing as a of support for the variable Marketing Mix. The focus was quantitative non experimental design method Hypothetical - Deductive. It was used as sample units to managers by 30 garment exporters alpaca located in the city of Lima. The technique used was the census and the measuring instrument. A valid and reliable questionnaire. SPSS using descriptive statistics and concluded that respondents felt their companies had competitive advantage in levels fair to good in 66.7%.

Keywords: strategies, marketing mix, export.