



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Estrategias de Marketing Ferial de las Pymes Peruanas en la Feria
Expocruz - Bolivia, 2015.

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA

Cucho Roncal Verónica Aida

ASESOR:

Mg. Pacheco Infante, Danny William

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

AÑO 2016

PAGINA DEL JURADO

Presidente

Secretario

Vocal

DEDICATORIA

Esta investigacion esta dedicada a Dios
por permitirme cumplir esta meta
trasada, a mi Madre Maria por su apoyo
constante, por ser mi mayor soporte
ante todas las dificultades mi gran motor
mi heroina, a mi familia ya que ellos son
mi mayor motivacion para culminar mi
primer proyecto trasado.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme una familia que me brinda su apoyo incondicional, por darme salud y unos seres queridos unicos que siempre estan dispuestos apoyarme.

A mi madre por todos los dias que te has esforzado en educarme, por brindarme cada cosa que he necesitado, por los consejos y enseñanzas que aplicare a lo largo de mi vida, Madre muchas gracias.

A mis hermanos Martin y Luis Alberto, en especial a mi hermano mayor por su constante preocupacion hacia mi por su imagen paternal, siempre lo tendre presente.

A mi padre que èl fue uno de mis motivos para culminar este proyecto.

A mis asesores Mg. Danny William Pacheco Infantes y Mg. Fernando Márquez Caro por su apoyo constante en esta investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo CUCHO RONCAL , VERONICA AIDA identificado con DNI N° 74347292, 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, 05 de Julio del 2016

CUCHO RONCAL , VERONICA AIDA

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis " ESTRATEGIAS DE MARKETING FERIA DE LAS PYMES PERUANAS EN LA FERIA EXPOCRUZ – BOLIVIA, 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.

CUCHO RONCAL , VERONICA AIDA

INDICE

PAGINA DEL JURADO	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
PRESENTACIÓN	v
INDICE.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 Realidad Problemática	8
1.2 Trabajos Previos.....	10
1.3 Teorías relacionadas al problema	14
1.4 Formulación del problema	17
1.5 Justificación del Estudio	17
1.6 Hipótesis.....	18
1.7 Objetivos	19
II. METODO.....	19
2.1 Diseño de investigación.....	20
2.2 Variables, operacionalización	21
2.3 Población y Muestra	24
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	25
2.5 Métodos de análisis de datos.	26
2.6 Aspectos éticos.	26
III. RESULTADOS.....	27
IV. DISCUSIÓN.....	42
V. CONCLUSIÓN	44
VI. RECOMENDACIONES	45
VII. REFERENCIAS.....	46
ANEXOS	

RESUMEN

Esta investigación se realizó con el propósito de identificar el desempeño de aplicación de las estrategias de marketing ferial en las pymes peruanas que participan en la feria Expocruz de Bolivia teniendo como objetivo general es identificar el desempeño de aplicación de las estrategias de marketing ferial en las pymes, además identificar la estrategias de pre feria en las pymes, y las estrategias de marketing ferial en post feria. La metodología de esta investigación es de tipo aplicada, con un nivel descriptivo y con un diseño no experimental de corte transversal. La muestra se definió con la técnica censal, determinando una población y muestra de 30 microempresas participantes en la feria expo cruz de Bolivia. Para el recojo de información se utilizó un cuestionario valido y confiable conformado por 32 ítems asociadas en tres dimensiones. Los datos se analizaron mediante el software SPSS-21, lo que nos permitió el análisis de los cuestionarios cuyos resultados obtenidos nos muestra que, en las Micro empresas de estudio el desempeño de aplicación de las estrategias de marketing ferial es regular en la feria Expocruz.

Palabras claves: Estrategias de Marketing Ferial, PYMES.

ABSTRACT

This research was conducted in order to identify application performance strategies fair marketing in Peruvian SMEs participating in the Expocruz fair Bolivia with the general goal it is to identify application performance strategies fair marketing in SMEs also identify strategies in SMEs pre fair and exhibition marketing strategies in post fair. The methodology of this research is of applied type a descriptive level and with a non-experimental cross-sectional design. The sample was defined by the census technique, determining a population sample of 30 participants in the expo micro fair cross Bolivia. Information gathering for a valid and reliable questionnaire consisting of 32 items associated in three dimensions was used. Data were analyzed using SPSS-21 software, which allowed us the analysis of questionnaires whose results shows that, in the SMEs study application performance of fair marketing strategies is regular in the fair Expocruz .

Keywords: fair marketing strategies, PYMEs.