



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Estrategias de Marketing Internacional y las exportaciones de arándanos en las
Pymes agroexportadoras de Cañete 2015

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE: LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

Valencia Milian, Anne Fergie

ASESOR:

Pacheco Infante, Danny William

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comercio Internacional

LIMA - PERÚ

Año 2015

PAGINA DEL JURADO

Presidente

Secretario

Vocal

DEDICATORIA

A mi madre, padre y hermano que están en constante apoyo en mi lucha diaria, a mis mejores amigos de mi vida personal y también laboral que de alguna u otra forma me brindan consejos para encaminarme de manera correcta a cumplir mis metas trazadas y formen parte así de mis logros y A mi novio que siempre está ahí para mí, con su amor y apoyo incondicional en cada momento vivido.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios, quien siempre es mi principal motivo de todo proyecto que me trazo en la vida, y que gracias a ese amor infinito puedo lograrlos.

A mis amados padres Edita y Donato que siempre están conmigo dándome fuerzas en todo momento, Un millón de gracias hacia ustedes por ser unos padres ejemplares para mí y hermano.

A mi hermano Joseph que me apoya en cada etapa que avanzo de mi vida y que comparte conmigo sus experiencias para poder ser mejor cada día, gracias mil veces por ser ese hermano mayor que esta para mí siempre.

A mis amigas infaltables Maribel, Brenda y Silvana, que gracias a su apoyo incondicional y a sus consejos de forma constructiva en el trabajo y en mi vida personal hacen que cada día sea mejor persona y pueda cumplir lo que me proponga.

Por otra parte un agradecimiento especial a los profesores Mg. Danny Pacheco Infante y Mg. Fernando Márquez Caro, quienes fueron los guías para que este proyecto se vaya adecuando de forma correcta con el paso de las etapas y así se convierta en un gran aporte para los lectores.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo VALENCIA MILIAN, ANNE FERGIE identificado con DNI N° 73995044, 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

VALENCIA MILIAN, ANNE FERGIE

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 INTERNACIONAL Y LAS EXPORTACIÓN DE ARANDANNOS EN LAS PYMES DE LIMA AGROEXPORTADORAS DE CAÑETE, 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.

VALENCIA MILIAN, ANNE FERGIE

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

La presente investigación tuvo como objetivo principal dar a conocer la relación que existe entre las Estrategias del Márketing Internacional y las Exportaciones de Arándanos en las Pymes agroexportadoras de Cañete. La búsqueda para lograr dicho objetivo se realizó en el Departamento de Lima, provincia Cañete, tomando como parte principal solo las Pymes exportadoras de arándanos. Para el desarrollo de la Tesis, el autor destacó como teorías: Teoría Estrategias de Marketing internacional y la Teoría de Exportación. La primera teoría está enfocada a la variable independiente que es la Estrategia de Marketing Internacional y la última, enfocada a la variable dependiente que es exportación. Se empleó un diseño No Experimental de tipo transversal, con un método de investigación Hipotético–Deductivo; para la recolección de datos, la población estuvo constituida por 4 Pymes exportadoras de arándanos, ubicadas en Lima- Cañete. Ya que la muestra es pequeña se decidió tomar las 4 Pymes. La técnica utilizada fue el censo y el instrumento de medida trabajado fue el cuestionario con la medición de escala Likert. Para el procesamiento de los datos, se ejecutó la calificación del cuestionario, la codificación, la tabulación; y luego se realizó el análisis estadístico de datos utilizando el programa SPSS 22, Por último, se concluyó que no existe una relación positiva entre las Estrategias de Marketing Internacional y la Exportación de arándanos en las Pymes agroexportadoras de cañete, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos se verifica que las empresas no están aplicando las estrategias de marketing de forma correcta.

Palabras Claves: Estrategias, Marketing, Exportación, Arándanos, Pymes.

ABSTRACT

This research had as main objective to publicize the relationship between the International Marketing Strategies and blueberry exports in Cañete agricultural exporting PYMEs. The quest to achieve this objective was conducted in the Department of Lima, Cañete province, on the main part only exporting PYMEs blueberries. For the development of the thesis, the author stressed as theories: Theory Strategies International Marketing and Export Theory. The first theory is focused on the independent variable is the International Marketing Strategy and the latter focused the dependent variable is export. a non experimental design was used transversal, with a research method hypothetical-deductive; for data collection, the population consisted of 4 PYME exporters of blueberries, located in Lima Cañete. Since the sample is small is decide take 4 PYMEs. The technique used was the census and worked measuring instrument was the questionnaire with Likert scale measurement. For processing data, qualification questionnaire, coding, tabulation was executed; and then the statistical analysis of data was performed using the SPSS program 22, Finally, it was concluded that there is a positive relationship between Strategies International Marketing and Export of blueberries in agricultural exporting PYSMEs cañete, since according to the results verified that companies are not applying marketing strategies correctly.

Keywords: Strategies, Marketing, Export, Blueberries, PYMEs.