



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Estrategias de Marketing y Exportación de palta Hass de la
Corporación Frutícola de Chincha S. A al mercado de Filadelfia
EEUU, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Fuentes Rivera, Mejia Meriyeeen (ORCID: 0000-0003-1186-8676)

ASESORA:

Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Michca (ORCID: 0000-0006-7666-2667)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada a mi madre por su constante apoyo e inspiración para salir adelante, a mis hermanos por su apoyo incondicional, y a esa persona especial que siempre estuvo conmigo con sus palabras de aliento.

Agradecimiento

Agradezco a dios quien me guía en mi camino
A mi madre por su amor incondicional hacia mí,
para mi realización como profesional y para
finalizar a mi Asesora durante todo este
proceso, que con su apoyo y dedicación se
permitió el desarrollo de este trabajo.

Índice de Contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de Tablas	vi
índice de gráficos y figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I.INTRODUCCIÓN	10
II.MARCO TEÓRICO	14
III.METODOLOGÍA	22
3.1 Tipo y diseño de investigación	22
3.2 Variables y operacionalización	22
3.3 Población, muestra y muestreo	24
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.5 Procedimientos	25
3.6 Métodos y análisis de datos	25
3.7 Aspectos Éticos	26
IV RESULTADOS	27
V DISCUSIÓN	40
VI CONCLUSIONES	43
VI RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Operacionalización de Variables.

Anexo 2. Instrumento de Recolección de Datos.

Anexo 3: Declaratoria de originalidad del autor

Anexo 4: Declaratoria de autenticidad del asesor

Anexo 5: Acta de sustentación del Tesis

Anexo 6: Autorización de publicación en repositorio institucional

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1: Resultados de la variable Estrategias de Marketing	27
Tabla 2: Resultados de la variable Exportación	28
Tabla 3: Resultados de la dimensión producto	29
Tabla 4: Resultados de la dimensión precio	30
Tabla 5: Resultados de la dimensión plaza	31
Tabla 6: tabla cruzada entre estrategias de Marketing y exportación	32
Tabla 7: tabla cruzada entre exportación y producto	33
Tabla 8: tabla cruzada: Exportación y precio	34
Tabla 9: tabla cruzada: Exportación y plaza	35
Tabla 10: interpretación del coeficiente de correlación Rho Spearman	36
Tabla 11: Correlación entre la variable 1: Estrategias de Marketing y la variable 2: Exportación	36
Tabla 12: Correlación entre Exportación y Producto	37
Tabla 13: Correlación entre Exportación y Precio	38
Tabla 14: Correlación entre Exportación y Plaza	39

índice de gráficos y figuras	pág.
Figura 1. Resultados de la variable Estrategias de Marketing	27
Figura 2. Resultados de la variable Exportación	28
Figura 3. Resultados de la dimensión Producto	29
Figura 4. Resultados de la dimensión Precio	30
Figura 5: Resultados de la dimensión Plaza	31
Figura 6: Gráfico cruzado de Estrategias de Marketing y Exportación	32
Figura 7: Gráfico cruzado de Exportación y Producto	33
Figura 8: Grafico cruzado de Exportación y Precio	34
Figura 9: Grafico cruzado de Exportación y Plaza	35

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las estrategias de Marketing con las exportaciones de palta Hass de la empresa Frutícola de Chincha S.A al mercado de Filadelfia EE. UU, 2019. El Perú es el tercer país productor exportador de palta Hass, y la corporación Frutícola de Chincha está en el séptimo puesto del ranking, es necesario analizar y mejorar las estrategias de marketing por parte de la Corporación para así ser una de las primeras empresas Exportadoras. La metodología utilizada fue de tipo aplicativo, nivel correlacional, no experimental longitudinal, y de método cuantitativo. Para lograr el resultado se tuvo que utilizar el instrumento del cuestionario a través de la técnica de la encuesta, este instrumento se llevó a cabo en una muestra de 30 trabajadores de la Corporación Frutícola, y determinado su confiabilidad a través del estadístico de fiabilidad (alfa de Cronbach) y el resultado me salió 0.956 que se encuentra en el intervalo de 91 a 100. En conclusión, los resultados mostraron por el Rho de Spearman que las dos variables se relacionan positiva moderada de ,453 con una bilateral de 0,12 siendo altamente significativo, las estrategias de marketing son muy necesarias para toda Mypes del Sector Agrícola, para contar con una ventaja competitiva en el precio, producto y ser una de las mejores Empresas Exportadoras de palta Hass.

Palabras clave: Estrategias de Marketing, Exportación, ventas, producto.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship that exists between the Marketing strategies with the Hass avocado exports of the company Frutícola de Chincha SA to the Philadelphia market, USA, 2019. Peru is the third largest exporting country of Hass avocado, and the Chincha Fruit Corporation is in seventh place in the ranking, it is necessary to analyze and improve the marketing strategies by the Corporation in order to be one of the first Exporting companies. The methodology used was of the applicative type, correlational level, longitudinal non-experimental, and quantitative method. To achieve the result, the questionnaire instrument had to be used through the survey technique, this instrument was carried out in a sample of 30 workers of the Fruit Corporation, and its reliability determined through the reliability statistic (alpha Cronbach's) and the result came out 0.956, which is in the range of 91 to 100. In conclusion, the results showed by Spearman's Rho that the two variables are related to a moderate positive of .453 with a bilateral of 0.12 being highly significant, marketing strategies are very necessary for every company, to have a competitive advantage with the competition and be one of the best exporting companies of Hass avocado.

keywords, Marketing Strategies, Export, sales, workers.



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MICHCA MAGUIÑA MARY HELLEN MARIELA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "ESTRATEGIAS DE MARKETING Y EXPORTACIÓN DE PALTA HASS DE LA CORPORACIÓN FRUTÍCOLA DE CHINCHA S. A AL MERCADO DE FILADELFIA EEUU, 2019", del (los) autor (autores) FUENTES RIVERA MEJIA MERIYEEN, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación / Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 16 de diciembre de 2020

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MICHCA MAGUIÑA MARY HELLEN MARIELA DNI: 41478652 ORCID 0000-0001-7282-5595	Firmado digitalmente por: MMICHCAM el 16 Dic 2020 22:56:14

Código documento Trilce: 84378