



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“APLICACIÓN DEL MARKETING
INTERNACIONAL PARA IMPULSAR LAS
EXPORTACIONES PERUANAS EN LAS EMPRESAS
EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS”: una revisión de la
literatura científica

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Frida Azucena Tucto Huaman

Asesor:

Dr. Jean Carlos Zapata Rojas

Trujillo - Perú

2018

Tabla de contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	15
CAPÍTULO III: RESULTADOS	19
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

CUADRO N°01: VARIABLES DE BUSQUEDA Y RECURSOS DE INFORMACIÓN.....	15
CUADRO N°02: TOTAL DE ARTICULOS PUBLICOS SEGÚN EL PAIS.....	20
CUADRO N°03: TOTAL DE ARTICULOS SEGÚN EL AÑO DE PUBLICACION.....	21
CUADRO N°04: TOTAL DE ARTICULOS BASADOS EN LOS BUSCADORES.....	22
CUADRO N°05: PALABRAS CLAVE EN ARTICULOS CIENTIFICOS.....	23

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°01: PREGUNTA GENERAL Y PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....	14
FIGURA N°02: DIAGRAMA DE LA BUSQUEDA Y SELECCIÓN DE ARTICULOS.....	19
FIGURA N°03: TOTAL DE ARTICULOS PUBLICADOS SEGÚN EL PAIS.....	20
FIGURA N°04: TOTAL DE ARTICULOS SEGÚN EL AÑO DE PUBLICACIÓN.....	22
FIGURA N°05: TOTAL DE ARTICULOS PUBLICADOS SEGÚN EL BUSCADOR.....	23
FIGURA N°06: TOTAL DE ARTICULOS PUBLICADOS SEGÚN LAS PALABRAS CLAVE.....	24
FIGURA N°07: ANTECEDENTES DEL MARKETING INTERNACIONAL.....	25
FIGURA N°08: BENEFICIOS DEL MARKETING INTERNACIONAL.....	26

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de resaltar la importancia del marketing internacional para el aumento de las exportaciones peruanas de marroquinería. Para llegar a los resultados se utilizó un cuadro resumen y selección de artículos científicos, principalmente en los buscadores de Redalyc, Google, se utilizó filtros en dichos buscadores para que la información sea válida y confiable, posteriormente se seleccionó la información con relación a nuestra pregunta de investigación, la cual es ¿Cómo aplicación del marketing internacional para impulsar las exportaciones peruanas en las empresas en los últimos diez años?

Los resultados reflejan que para incrementar las exportaciones de marroquinería se necesita darle un valor agregado, así mismo, optar por la diferenciación del producto, lo cual, nos brinda una ventaja competitiva frente a los competidores.

A su vez, se confirma en una de las discusiones que para generar un incremento en las exportaciones de marroquinería se requiere de gran conocimiento en el sector de cuero y un mayor número de capacitaciones en comercio exterior para tener un régimen adecuado para las condiciones de (Producto, precio, plaza, promoción), por parte de los exportadores para obtener una mayor demanda a nivel internacional.

PALABRAS CLAVES: Marketing internacional, estrategias de marketing internacional, exportaciones

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

Coronel, R y Velásquez, R. (20016). “Oportunidades de negocio en el mercado japonés para la exportación peruana de palta hass de la región La Libertad, año 2016”.

Palomino, O. y García, L. (2009). *"Estudio de viabilidad para la exportación de artesanías elaboradas en Guadua a Alemania"*.

Delgado (2016). *"El mercado de Chile como una oportunidad de negocio para incrementar las exportaciones de calzado peruano, 2017- 2021"*.

Amado, K. (2011). *"Propuestas estratégicas de marketing para la exportación de artesanías de cerámica de Ayacucho hacia New York – Estados Unidos de América"*.

Azañedo y Valverde (2015). *"Oportunidad de negocio en el mercado canadiense para la exportación de calzado de la empresa calzados Kattia E.I.R.L. de la región la libertad, año 2015"*.

Carrillo (2016). *"Potencialidad económica y comercial para la exportación de banano orgánico de la cooperativa Caleb de San José de Moro, Chepén al mercado Californiano, Estados Unidos, Trujillo - 2016"*.

Ávila, C. (2011). *"Proyecto de Factibilidad de la Exportación de Carteras de cuero al Mercado Alemán, periodo 2011-2020"*

Sánchez, J. (2016). *"El comercio justo como una herramienta para potenciar las exportaciones de marroquinería de Bogotá"*

Palomino, O. y García, L. (2007). *"Estudio de viabilidad para la exportación de artesanías elaboradas en Guadua a Alemania"*

Quiroz, A. y Vásquez, M. (2016). *"Oportunidades comerciales en el mercado de Suiza para las exportaciones peruanas de cacao en grano tostado - 2015"*.

Amado, K. (2011). *"Propuestas estratégicas de marketing para la exportación de artesanías de cerámica de Ayacucho hacia New York – Estados Unidos de América"*.

“Aplicación del marketing internacional para impulsar las exportaciones peruanas en las empresas en los últimos diez años”:

Lozano, E. y Reyes (2015). *“Estrategia de internacionalización para lograr el posicionamiento de la marca “Mr. Luca’s” en el mercado fast food de Curitiba - Brasil, en el año 2015”*.

Correa, M. y Guerrero, D. (2016). *“Asociatividad como estrategia para la exportación de calzado en los productores del distrito del Porvenir – Trujillo hacia el mercado de Bogotá – Colombia en el año 2017”*.

Delgado, C. (2016). *“El mercado de Chile como una oportunidad de negocio para incrementar las exportaciones de calzado peruano, 2017-2021”*.

Díaz, A. y Ramírez, P. (2016). *“El mercado de Estados Unidos como una oportunidad de negocio para incrementar la exportación de lúcumas peruanas 2017 – 2021”*.

Díaz, K. y Rabines, J. (2016). *“Estrategias de Internacionalización para la exportación de productos artesanales confeccionados con telares a la ciudad de Miami – Florida a través de la asociación Manos Laboriosas del pueblo joven de Farías – Chocope 2015”*.

Ministerio de Hacienda de Nicaragua (2014). *“Bolsos de pieles - Chile”*

<https://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20CNPE/Fichas%20producto%20mercado%202014/Bolso%20Chile%20ok.pdf>

Llique, R (2016). *“Asociatividad y exportación para los productores de chirimoya de los distritos de San Juan y la Asunción – Cajamarca, orientadas al mercado de Estados Unidos, en el año 2016”*.

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2016628166.html>