FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Negocios Internacionales

TESIS

PROPUESTA DE ESTRATEGIA COMERCIAL PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES AGRÍCOLAS EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE DEL PERIODO 2015

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

Autores

Bach. Rodríguez Ramos Ricardo Yuri

Bach. Limo Aguinaga Christian Paolo

Pimentel, Perú - 2015

RESUMEN

En la presente investigación tiene como objetivo la propuesta de una estrategia comercial para la internacionalización de las pequeñas y medias empresas (Pymes) de la Región Lambayeque en el periodo 2015, en la actualidad algunos de los problemas que afronta las pymes del sector agrícola son la deficiente capacidad administrativa y el poco conocimiento del uso de estrategias para vincularse con mercados del exterior.

Se realizó un estudio cuantitativo y se recolecto datos mediante una encuesta a una muestra de 8 PYMES agrícolas que cumplían con estándares establecidos, se analizó cuáles eran las principales problemáticas a solucionar mediante elección de la propuesta estratégica.

De los resultados obtenidos se identificó la necesidad de capacitaciones, incursión de mercado mediante una ventaja competitiva, la desconfianza en la asociatividad factores que nos ha permitido seleccionar la estrategia comercial basada en la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter con lo que se espera que las PYMES agrícolas afronten el reto de la internacionalización. Se concluyó que las empresas no deben centrar sus recursos solo en producir para un mercado interno, sino también enfocar sus esfuerzos en entrar a nuevos mercados.

ABSTRACT

At present, investigation aims at proposing a business strategy for the internationalization of small and medium enterprises (SMEs) in the Lambayeque Region in the period 2015, today some of the problems facing SMEs in the agricultural sector are the weak administrative capacity and little knowledge of the use of strategies to engage with foreign markets.

A quantitative study was conducted and data was collected by surveying a sample of 8 agricultural SMEs that met established standards, he analyzed what were the main problems to be solved by choosing the strategic proposal.

From the results the need for training market raid, was identified by a competitive advantage, distrust associativity factors that has allowed us to select the commercial strategy based on the theory of competitive advantage Michael Porter with what was expected agricultural SMEs meet the challenge of internationalization. It was concluded that companies should not only focus its resources on producing for a domestic market but also focus its efforts to enter new markets.