

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN



**“ESTRATEGIAS DE MARKETING DE LA EMPRESA MODASA
PARA INCREMENTAR SUS EXPORTACIONES DEL 2016-2019”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR
TÍTULO DE INGENIERA EN GESTION EMPRESARIAL**

CINDY JUSTIN CANALES CHOCTAYO

LIMA – PERÚ

2023

**La UNALM es titular de los derechos patrimoniales del presente documento
(Art. 24 – Reglamento de Propiedad Intelectual)**

TSP CANALES

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

Karina Yachi
Asesora

FUENTES PRIMARIAS

1	repository.eafit.edu.co Fuente de Internet	2%
2	www.utepsa.edu Fuente de Internet	2%
3	docplayer.es Fuente de Internet	2%
4	es.scribd.com Fuente de Internet	2%
5	documentop.com Fuente de Internet	1%
6	www.scribd.com Fuente de Internet	1%
7	www.banguat.gob.gt Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	1%
9	studylib.es Fuente de Internet	

RESUMEN

Durante los años 2016 al 2019, la empresa Motores Diesel Andinos S.A. (MODASA), incrementó la exportación de grupos electrógenos que pertenecen a la División Modapower, para esta acción se planteó una estrategia paradigmática de gestión y producción, y que durante esta investigación tuvo como objetivo fundamentar las estrategias que permitieron incrementar la exportación de grupos electrógenos de la empresa desde su expansión al mercado internacional, para esta labor se identificó las características que tiene el mercado internacional que adquiere grupos electrógenos, se describió también los rasgos del comportamiento comercial del cliente internacional que adquiere este tipo de productos y se justificó las acciones que permitieron el incremento de su exportación. El tipo de esta investigación es descriptivo y su diseño es no experimental, del tipo transversal, para esta labor se evaluó como muestra a la totalidad de empresas registradas en las transacciones comerciales de MODASA y la información de las oficinas públicas de aduanas, brindada por Adex los instrumentos de recolección de datos fueron la observación y el análisis de documentos. Los grupos electrógenos que fabrica la empresa tienen características propias, que obedecen al uso de tecnologías únicas, que se basan en el análisis de participación de mercado por importaciones, el cual se realizó con periodicidad. La empresa identificó potenciales países centroamericanos donde existen clientes exigentes, por ello produce con altos índices de calidad haciendo uso de materiales innovadores, como aplicaciones tecnológicas de vanguardia, ellos están predispuestos a adquirir productos bajo normativas establecidas, y toma en cuenta una serie de factores como los costos, características del producto, involucrando al diseño, calidad, etc. Para justificar las acciones que permitieron el incremento de la exportación de grupos electrógenos, primero se realizó una revisión bibliográfica y posteriormente una identificación de herramientas y estrategias de abordaje, esta labor permitió proponer países idóneos para prospectar.

Palabras clave: *grupos electrógenos, prospectar, exportar, mercado internacional.*

ABSTRACT

During the years 2016 to 2019, the company Motores Diesel Andinos S.A. (MODASA), increased the export of generator sets that belong to the Modapower Division, for this action a paradigmatic strategy of management and production was proposed, and that during this research was aimed at substantiating the mechanisms that increased the export of generator sets of the company since its expansion to the international market, for this work the characteristics of the international market that acquires generator sets were identified, the features of the commercial behavior of the international customer that acquires this type of products were also described and the actions that allowed the increase of its export were justified. The type of this research is descriptive and its design is non-experimental, cross-sectional, for this work as a sample was evaluated all companies registered in the commercial transactions of MODASA and information from public customs offices, provided by Adex data collection instruments were observation and analysis of documents. The generator sets manufactured by the company have their own characteristics, which are due to the use of unique technologies, based on the analysis of market share by imports, which was carried out periodically. The company identified potential Central American countries where there are demanding customers, so it produces with high quality standards using innovative materials, such as cutting-edge technological applications, they are predisposed to purchase products under established regulations, and takes into account a number of factors such as costs, product features, involving the design, quality, etc. In order to justify the actions that allowed the increase of the export of generator sets, first a bibliographic review was carried out and later an identification of tools and strategies of approach, this work allowed to propose suitable countries to prospect.

Keywords: generator sets, prospecting, export, internationa