



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA EXPORTACIÓN DE  
PRENDAS TEXTILES DEL EMPORIO DE GAMARRA A SAO  
PAULO, BRASIL 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:**

**MOTTA DIAZ, SIDNEY DARELLI**

**ASESOR:**

**Mg. ROBERTH FRIAS GUEVARA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**“CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA FORMULACIÓN Y DESARROLLO  
DE LA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIO EXTERIOR”**

**LIMA - PERÚ**

**2014**

### **Dedicatoria**

A mis padres por el gran esfuerzo y apoyo incondicional que me brindaron para culminar mi carrera exitosamente.

### **Agradecimiento**

Expreso mi agradecimiento a mis padres y maestros; por brindarme un entorno tan propicio para hacer tan llevadero todo este trabajo.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Sidney Darelli Motta Diaz con DNI N° 70167404 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, 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 y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 01 de julio de 2014

.....

Sidney Darelli Motta Diaz

## Presentación

La presente tesis titulada. "Estrategias de marketing para la exportación de prendas textiles del emporio de gamarra a San Paulo, Brasil 2013", busca determinar las estrategias de marketing a ser empleadas por las empresas de prendas textiles del emporio de gamarra para su exportación a San Paulo, Brasil 2013. Para poder demostrarlo se emplean dos (2) dimensiones de estudio: Posicionamiento de marca, y Segmentación. Ello se lograra demostrar mediante el uso de datos ex post facto, de encuestas realizadas a algunos consumidores brasileros y entrevista realizada a dos empresas exportadoras de prendas textiles, los cuales luego de ser analizados, ordenados y clasificados se les dará un tratamiento descriptivo.

La industria del sector textil en el Perú se ha posesionado como uno de los sectores principales de desarrollo de la economía nacional, al registrar importantes niveles de crecimiento y desarrollo durante los últimos 15 años. Constituye una industria altamente generadora de empleo que utiliza en gran medida los recursos naturales del país.

Sin embargo, existen escasas investigaciones sobre el marketing que se lleva a cabo en este importante emporio y nulas si se trata del consumo final de ropa, a pesar de que los consumidores finales representan, según PROEXPANSION, el 60% de sus clientes. Mientras que, los mercados internacionales incrementaron las compras de productos peruanos de enero a agosto de 2013, de manera positiva fueron Estados Unidos (20.3%), Brasil (44.4%), India (118.7%), Ecuador (17.2%). Las exportaciones textiles durante el periodo enero – agosto de 2013 fueron US\$ 1,200 millones a nivel mundial, del cual US\$ 61 millones corresponden a las exportaciones al mercado de Brasil. La presente investigación consta de ocho capítulos.

El primer capítulo comprende la formulación del problema, justificación, antecedentes, recolección de bases teóricas y elaboración del marco conceptual.

El segundo capítulo nos muestra el planteamiento de la hipótesis, definir el tipo y diseño de estudio, definir la población y muestra, el método de análisis y recolección de datos.

El tercer capítulo nuestro los resultados que he obtenido según la aplicación de mis instrumentos los cuales fueron encuestas y entrevista realizada a mi objeto de estudio, se realizó un tratamiento estadístico a los datos obtenidos, y se obtuvo respuestas que me permitieron demostrar mis hipótesis planteadas.

El cuarto, quinto y sexto capítulo nos muestra la discusión, conclusiones y recomendación, respectivamente, estas partes están relacionadas con la interpretación de los datos brindados por la empresa y verificar si se dio la relación correspondiente.

La tesis concluye con las referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

## Índice

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Declaratoria de autenticidad	4
Presentación	5
Índice	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Problema	14
1.2 Hipótesis	14
1.3 Objetivos	15
II. MARCO METODOLÓGICO	16
2.1 Variables	16
2.2 Operacionalización de variables	16
2.3 Metodología	16
2.4 Tipos de estudio	16
2.5 Diseño	16
2.6 Población, muestra y muestreo	16
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
2.8 Métodos de análisis de datos	17
2.9 Aspectos éticos	17
III. RESULTADOS	18
IV. DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIONES	27
VI. RECOMENDACIONES	28
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
VIII. ANEXOS	30

## RESUMEN

La presente investigación pretende determinar las estrategias de marketing a ser empleadas por las empresas de prendas textiles para su exportación a San Paulo, Brasil 2013.

El tipo y diseño de investigación es descriptivo observacional – no experimental con un objeto de estudio de dos empresas exportadoras de prendas textiles a mercados Latinoamericanos.

El principal resultado de mi investigación es el uso de una marca país favorece en la exportación de las prendas textiles de gamarra a San Paulo, Brasil.

Otro resultado de mi investigación es que los segmentos óptimos que favorecen la exportación de prendas textiles en el sector A y B, que demuestra el alto poder adquisitivo con la que cuentan.

Palabras claves: Posicionamiento y segmentación.

## **ABSTRACT**

This research aims to determine marketing strategies to be employed by the companies of textile garments for export to San Paulo, Brazil 2013. The type and design of research is observational, descriptive - non-experimental with an object of study of two companies exporting textile garments to Latin American markets.

The main result of my research is the use of a trademark country favors on the export of textile garments from Gamarra to San Paulo, Brazil. Another result of my research is that the optimal segments that favor the export of textile garments in sector A and B, which shows the high purchasing power with which they have.

Key Words: Positioning and segmentation.