



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL Y EL
DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES
PRODUCTORAS-EXPORTADORAS DE PRENDAS DE VESTIR DEL
EMPORIO DE GAMARRA LA VICTORIA – LIMA, AÑO 2013”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

ROMÁN MIRANDA , JESSICA ESTHER

ASESOR:

MG. CÉSAR ENRIQUE AMAYA GARCIA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERÚ

2014

Jurado



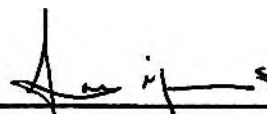
Mg. Fabiöla Cruz Navarro Soto

Presidente



Dr. Sabino Muñoz Ledesma

Miembro



Mg. Fernando Luis Marquez Caro

Vocal

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

Elmo y Liduvina

Primero agradecer a Dios que es mi fortaleza y mi guía en mi vida profesional y personal. También quiero expresar, mi profundo agradecimiento a los Empresarios de las Pymes Productoras- Exportadoras de Gamarra, porque me permitieron aportar en la consolidación de sus negocios y apoyarlos en sus mejoras continuas.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Jessica Esther Román Miranda con DNI N° 47666279 , a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, 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 u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 03 de Julio del 2014

JESSICA ESTHER ROMÁN MIRANDA

PRESENTACIÓN:

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategias de Promoción Internacional y el Desarrollo de la Competitividad en las pymes productoras-exportadoras de prendas de vestir del Emporio de Gamarra la Victoria – Lima, año 2013.”, con la finalidad de Determinar la relación que existe entre las Estrategias de Promoción Internacional y el Desarrollo de la Competitividad en las Pymes productoras-exportadoras de prendas de vestir del Emporio de Gamarra, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

JESSICA ESTHER ROMÁN MIRANDA

ÍNDICE

ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
JUSTIFICACIÓN.....	33
IMPORTANCIA.....	34
REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	34
1.1. PROBLEMA.....	36
1.1.1. PREGUNTA GENERAL.....	36
1.1.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....	36
1.2. HIPÓTESIS.....	37
1.2.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	37
1.2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	37
1.3. OBJETIVOS.....	38
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	38
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	38
II. MARCO METODOLÓGICO.....	39
2.1. VARIABLES.....	39
2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	40
2.3. METODOLOGÍA.....	41
2.4. TIPOS DE ESTUDIO.....	41
2.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	41
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	42
2.7.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	43
2.7.1. INSTRUMENTO.....	43
2.8. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	43
III. RESULTADOS.....	44
3.1. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....	44
3.1.1. DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS.....	45
3.1.2. CONTRASTE DE HIPÓTESIS.....	48
3.1.2.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	48
IV. DISCUSIÓN.....	51
V. CONCLUSIONES.....	53
VI. RECOMENDACIONES.....	54

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	58
A1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	59
A2. INSTRUMENTO	60
A3. LISTA DE PREGUNTAS CON GRÁFICOS Y TABLAS.....	63

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue evaluar la relación de la estrategia de Promoción internacional y el desarrollo de la competitividad en las Pymes productoras- exportadoras de confección del Emporio de Gamarra. Para lograr ese propósito, se utilizó: enfoque cuantitativo; descriptivo - correlacional; diseño No Experimental; muestra de 33 Pymes Productoras – exportadoras de confección del Emporio de Gamarra, las cuales pertenecen al Programa Gamarra Exporta (Promperú). En las Pymes Productoras- Exportadoras de Gamarra, se desarrolló un instrumento conformado por 30 preguntas (cuestionario) con el propósito de conocer el uso de las estrategias de promoción internacional como estímulo de desarrollar su competitividad en sus exportaciones. Se encontró que existe relación entre las estrategias de promoción internacional con la competitividad en las pymes. En la investigación se observó que las pymes lograron incrementar en 50% el nivel de utilidad de sus productos, aplicando estrategias de promoción internacional y desarrollo competitivo. Sin embargo existen algunas pymes que se muestran indiferentes a la importancia que tienen las ferias internacionales como instrumento de promoción. En el trabajo de investigación se evidenció que, la participación en ferias internacionales, promoción y la estrategia de empuje tiene gran influencia en el desarrollo competitivo de las Pymes Productoras –Exportadoras de confección de prendas de vestir Gamarra.

Palabras claves: *estrategia, promoción, internacional, competitividad, Ferias y Pymes productoras exportadoras de Gamarra.*

ABSTRACT

The purpose of this research was to evaluate the strategy of international promotion and development of SMEs competitiveness in exporting garment Production - Emporium Gamarra. To achieve this purpose, we used: quantitative approach; descriptive - correlational; No Experimental Design; sample of 33 SMEs Production - garment exporters Emporium Gamarra, which belong to Gamarra Export Program (Promperú). In Production - Exporting SMEs Gamarra, the instrument had 30 questions (questionnaire) in order to study the use of International promotion strategies as a stimulus to develop their export competitiveness was developed. It was found that a relationship exists between international promotion strategies to competitiveness in SMEs. The investigation found that SMEs were able to increase by 50% the level of usefulness of their products by applying international promotion strategies and competitive development. However there are some SMEs that are indifferent to the importance of international trade as an advocacy tool in the research work showed that participation in international fairs, promotion and push strategy has great influence on the competitive development of Producing SMEs - exporting clothing apparel Gamarra.

Keywords: strategy, development, international competitiveness, Trades and SMEs exporting producers Gamarra.