



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Estrategia competitiva y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Br. Florian Ortiz Fiama Celeste (ORCID: 0000-0003-0463-4759)

ASESOR:

Mg. Márquez Caro, Fernando (ORCID: 0000-0001-9043-8150)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional.

Lima – Perú

2019

DEDICATORIA.

Agradezco a Dios porque durante estos años iluminó mi camino, dándome sabiduría al tomar decisiones.

A mi Madre que con sus palabras de aliento no me dejaba decaer en los momentos difíciles

A mi hermano porque gracias a su apoyo incondicional trataba de dar lo mejor de mí día a día.

A mi enamorado por ser la ayuda idónea durante todo este tiempo, con sus consejos logré ser perseverante y poder cumplir mis sueños.

AGRADECIMIENTO.

A Dios por haberme acompañado a lo largo de mi carrera y ser mi fortaleza en los momentos más difíciles de mi vida.



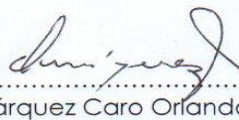
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

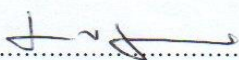
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Florian Ortiz Fiana Celeste, cuyo título es: "ESTRATEGIA COMPETITIVA Y EXPORTACIÓN DE LOS T – SHIRTS DE ALGODÓN DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL DISTRITO LA VICTORIA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número)
Dieciséis (letras).

Lima, 09 de julio del 2019.


.....
Dr. Márquez Caro Orlando Juan
Presidente


.....
Mg. Bertha Hinojosa, Mike Paul
Secretario


.....
Mg. Márquez Caro, Fernando Luis
Vocal

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad.

Yo, **Fiama Celeste Florian Ortiz** con DNI N° **77911879**, a efectos 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 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, 04 de diciembre de 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Fiama', is written above a horizontal dashed line.

Florian Ortiz, Fiama Celeste

Índice

	Pág.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	9
2.1. Tipo y diseño de investigación	9
2.2. Operacionalización de las variables.....	11
2.3. Población, muestra y muestreo.....	12
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	13
2.5. Procedimiento.....	16
2.6. Método de análisis de datos	16
2.7. Aspectos éticos	17
III. RESULTADOS	18
IV. DISCUSIÓN	31
V. CONCLUSIONES	33
VI. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS.....	35

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos.....	39
Anexo 2: Consentimiento informado.....	43
Anexo 3: Certificado de validez.....	63
Anexo 4: Acta de aprobación de originalidad.....	75
Anexo 5: Pantallazo de Turnitin.....	76
Anexo 6: Autorización de versión final.....	77
Anexo 7: Autorización de publicación de tesis al repositorio.....	78
Anexo 8: Matriz de consistencia.....	79

Resumen.

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre Estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018. Su metodología fue correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal, bajo el enfoque cuantitativo y de tipo aplicada. La muestra fue de tipo censal, determinando una población y muestra de 20 exportadores de T-shirt de algodón de las empresas del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018. Para la recolección de la información se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario que fue debidamente validado para demostrar su confiabilidad mediante el Alfa de Crombach, conformado por 18 preguntas por cada variable, con un total de 36 preguntas. Los resultados fueron obtenidos a través del sistema SPSS para efectuar su respectivo análisis y el contraste de hipótesis utilizando la prueba de Spearman. Se concluyó que si existe una relación entre Estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018, esta relación es positiva.

Palabras claves: Estrategia competitiva, Exportación y T-shirts de algodón.

Abstract.

The main objective of the present investigation was the relationship between the competitive strategy and the export of the cotton shirts of the exporting companies of the district, the victory in the US market, 2018. Its methodology was correlational, of non-experimental design, of cutting Transversal, under the quantitative approach and applied type. The sample was of census type, determined a population and a sample of 20 exporters of cotton t-shirt of the companies of the district the victory in the American market, 2018. For the collection of the information the survey was used as a technique and as an instrument the A question that was duly validated to prove its reliability through the Crombach Alpha, consisting of 18 questions for each variable, with a total of 36 questions. The results were analyzed through the SPSS system to perform a respectful analysis and the contrast of the hypotheses using the Spearman test. It was concluded that if there is a relationship between competitive strategy and export of cotton t-shirts from the export companies of the Victoria district to the US market, 2018, this relationship is positive.

Keywords: Competitive strategy, Exportation and cotton T-shirts.

I. Introducción.

Los Estados Unidos es el principal importador de T- shirt de algodón por ende genera una gran oportunidad para las empresas peruanas. Los t –shirts de algodón peruano con partida arancelaria 6109.10.00 son hechos con fina textura valoradas en todos los países que son fanáticos de la moda por su excelente calidad, resistencia, durabilidad de esta manera genera mayor exportación en este sector, obteniendo consigo grandes divisas hacia el exterior. Según (Gestión diario de economía y negocios, 2018, abril). La demanda de exportación de los T- shirts de algodón y fibras sintéticas hacia el mercado de Estados Unidos obtuvo un crecimiento de 3.6% en el año 2016, estos datos generan una oportunidad futura para seguir brindando un producto altamente de calidad, hacia el extranjero, asimismo seguir conquistando nuevos mercados y conocer más acerca de lo que es exportación. Assereto (2017), sostuvo en su revista científica: “La exportación es cuando un producto sale de su país de origen para que sea consumido en el exterior cumpliendo requisitos por el comprador, teniendo en cuenta el pago anticipado y el incoterms que se utilizará”. (p. 27). Existe gran competencia en el ambiente de la exportación de los productos de T-shirt de algodón con China, ya que su producto es exportado y vendido a un menor precio que otras empresas, cabe mencionar que esto sucede porque su capacidad de producción genera menores costos, además China tiene diversas variedades de T-shirt de algodón a la elección del cliente, asimismo opta por la creatividad y valor agregado para diseñar los T- shirts al momento de competir, para Pulgarín y Rivera (2012),”El significado de estrategia competitiva sería llegar alcanzar el máximo desempeño de un segmento en particular de la industria”(p. 98), por otro lado, las empresas del Distrito de la Victoria solo exportan los productos muy básicos sin ninguna bondad estas empresas exportadoras de T- shirt tienen que aprovechar el prestigio que existe en las fibras de los t shirt de algodón peruano ofreciendo un producto altamente de calidad, se recomienda, tener un conocimiento amplio sobre estrategia competitiva para aplicarlo en sus empresas y poder tener un cambio constante de sus productos, para Osorio, Arango y Olaya (2011) sostuvieron en su revista científica: “Estrategia competitiva es encontrar la manera en que la empresa llegue a competir, reconociendo sus objetivos y que deberían hacer para llegar a ser líderes en el mercado” (p.3), para generar competencia tienen que estar acorde a lo que los consumidores

estadounidenses puedan preferir al momento de exportar, para que de esta manera sigan siendo las principales proveedores, Las empresas del distrito de la tienen que adaptarse a este tipo de barreras en el mercado internacional, analizando las desventajas que tienen en el exterior y competir con las empresas de T- shirt que exportan hacia el mercado estadounidense. Con respecto a los trabajos previos, nacionales se ha tomado las siguientes tesis, Gonzales (2017), en su tesis “Estrategias competitivas y exportación de sweaters de lana para niños al mercado español 2008 - 2014”. Universidad César Vallejo, esta investigación, llego a tuvo como objeto establecer la existencia de la relación entre las estrategias competitivas y exportación de sweaters de lana de dralón para niños al mercado internacional. El estudio tuvo como metodología tipo descriptiva correlacional con un diseño no experimental, porque ambas variables no llegaron a manipularse, este estudio llegó a concluir que si hay existencia de relación entre las dos variables, porque se mantiene una reducción del precio de su producción en este caso se emplea el liderazgo en costos es importante para las empresas peruanas ya que llegan a utilizar estas estrategias para internacionalizar los productos que ofrece las tres estrategias, liderazgo en costos, segmentación entre otras estrategias, por consiguiente, Rosado (2015), en su tesis “Estrategias competitivas para la exportación de arándanos al mercado Chino, Lima 2017”. La investigación llego a tener por objetivo de tener presente las estrategias competitivas en la exportación de arándanos en el mercado Chino, Lima 2017, esta investigación aplicó la metodología fue de diseño no experimental porque no se llegaron a manipular las variables de esta investigación, su estudio concluyó que las estrategias competitivas llegaron a tener una gran influencia a la exportación de arándanos al mercado chino, asimismo, Farfán (2015), en su Tesis “Estrategias competitivas y exportación de mango al mercado estadounidense en el período 2010 - 2015”. Universidad César Vallejo, la investigación tuvo por objetivo tener relación positiva entre las estrategias competitivas y exportación de mango al mercado estadounidense en el período 2010 - 2015, se utilizó la metodología tipo descriptiva, con diseño no experimental. La investigación concluyó que no existe una relación entre las variables estrategia competitiva y exportación de mango al mercado estadounidense en el período 2010 - 2015 además, Rocca, Domingo y Duréndez (2016), en el artículo científico titulado “Factores determinantes del éxito competitivo en la Mipyme: Un estudio empírico en empresas peruanas”, la investigación tuvo como finalidad poder estudiar los factores que determinan el éxito de la mipyme en Perú teniendo en cuenta la teoría de enfoque de

recursos y capacidades, Se realizó una investigación cuantitativa con una muestra de 94 empresas con más de 5 empleados, la investigación concluyó que las mipymes peruanas que tienen mayor ventaja hacer exitosas son las que aplican de manera correcta, teniendo más desarrollos en su sistemas de control, asimismo, Duarte (2010), en el artículo científico titulado “Economía digital, sitios web y Pymes del sector artesanías en el Perú”, esta investigación tuvo como objetivo de mejorar el desempeño de la empresa y generar ayuda a la exportación de Pymes con gran potencial en el sector de artesanías y que se pueda mejorar así la atención al cliente, en este caso la metodología tuvo un diseño descriptivo y mixto (cuantitativo y cualitativo), también la investigación fue no experimental, la investigación se llegó a concluir que gran parte de los negocios aplican la economía digital que ha cambiado el potencial en las empresas, es necesario los micro empresarios utilicen como tecnología y la comunicación como generación de ventaja competitiva. Con respecto a los trabajos previos, internacionales se ha utilizado la tesis. Guerrero (2015), en su tesis “Análisis de las ventajas competitivas y comparativas de la exportación del tomate de árbol frente a Colombia y Perú”. Universidad Tecnológica Equinoccial, esta investigación tuvo como objetivo llegar analizar cómo ha evolucionado el tomate de árbol en Ecuador y a la vez asimismo proporcionar ventajas comparativas y competitivas que podría que podría tenerse entre Perú y Colombia. Para esta investigación se utilizó la metodología de diseño de investigación transversal descriptivo. El objetivo fue que las empresas que tienen como producto los tomates de árbol ecuatoriano llegan a utilizar las técnicas buenas prácticas agrícolas teniendo como garantía la calidad teniendo consigo un producto con ventajas que sea diferenciado de las demás empresas, la investigación concluyó las ventajas competitivas que posee el tomate de árbol ecuatoriano es indispensable para garantizar la calidad, en su producto otra parte, Botitano (2014), en su tesis “Análisis de estrategias competitivas: Un estudio de las empresas del sector Textil y de confecciones de la Paz periodo 2002 - 2012”. Universidad Javeriana de Bogotá, el objetivo de la investigación fue tener en cuenta las acciones estratégicas y el emprendimiento de las empresas del sector textil y de confecciones de La Paz con el objetivo de tener una mejor relación con el mercado, el presente estudio se caracterizó por la investigación tipo exploratorio y descriptivo, esta investigación concluyó que la implementación de estrategias están muy lejos de ser aplicadas en las empresas del sector Textil y de confecciones de la Paz periodo 2002 – 2012, asimismo, Nájera (2015), en su tesis “Modelo de competitividad para la Industria Textil y del vestido en México”.

Instituto Politécnico Nacional de México, la investigación, tuvo como objetivo poder determinar si la productividad, calidad e innovación, incurren en la competitividad de la industria Textil y del vestido en el país de México en los recursos y capacidad de la productora, el plan fue diseñar elementos que favorezcan la competitividad para poder desarrollar estrategias que puedan permitir la ventaja competitiva, este trabajo concluyó las empresas conocen relativamente la industria textil y del vestido, además se considera sus factores internos que influye la competitividad, existe una alta variabilidad entre la productividad, calidad, innovación, por tanto, Peris y Oltra (2010), en el artículo científico titulado “Estrategia exportadora de la empresa y su relación con el resultado internacional”, esta investigación tuvo como objetivo es resaltar el rendimiento de las empresas que aplican MIP y ME del Distrito Federal, identificando los sectores, tamaños, actividades que aplican con mayor frecuencia, teniendo en cuenta los factores que regulan el outsourcing en México. El estudio de esta investigación fue empírico ya que se tomó en cuenta las empresas de la industria española de pavimentos y revestimientos cerámicos. Este estudio concluyó se debería examinar las estrategias de las empresas en los mercados exteriores y el impacto que conlleva exportar, asimismo, Ballina (2015), en el artículo científico titulado “Estrategias competitivas de la flexibilidad numérica en micro, pequeñas y medianas empresas del Distrito Federal”. Esta investigación tuvo como objetivo tener que analizar la situación de las empresas que aplican el MIPyME, considerando estrategia hace que sean competitivos, destacando entre ellos los recursos humanos, indicadores de tecnología, calidad e innovación, entre otros, el estudio se pudo medir con la recolección de datos consistió en llegar a realizar 983 encuestas a MIPyME en las 16 delegaciones del Distrito Federal, este estudio llegó a concluir que tienen ventaja económica las empresas llegan aplicar el MIPyME en el Distrito Federal, se llegó a tener en cuenta los sectores, tamaños, entre otros, además, Brynjar (2012), en su tesis “Incentivos a la exportación y barreras para exportar la industria pesquera Islandesa”. Universidad Háskóli Islans, los objetivos fueron, primero es identificar y localizar los IMPEC, el segundo es resumir las barreras para los IMPEC, y el tercero es resumir los incentivos que se encuentran detrás de exportar, en esta investigación, tuvo dos metodologías básicas de investigación, la cualitativa y los métodos cuantitativos, se utilizó para recopilar datos, además del enfoque teórico, la investigación se desarrolló a través de una metodología compuesta. En primer lugar, la investigación se llegó a centrar en el análisis cuantitativo de los datos que existen en la industria textil y el comercio

exterior de productos fabricados en Italia. Tres argumentos se articulan en este capítulo final: las principales contribuciones de esta investigación, la limitación de la investigación y la propuesta de trabajo adicional, la conclusión es que Islandia tiene obtenidos de las cooperaciones internacionales y las recomendaciones como se muestra en los resultados. La teoría relacionada al tema de la variable 1, estrategia competitiva, se tomó la investigación de Porter (2013), planteó: La estrategia competitiva consiste en tomar decisiones que sean defensivas u ofensivas para llegar a ser competente en su industria [...] para ser competitivo a largo plazo se necesita y superar las expectativas de la competencia, se podrá estudiar tres estrategias genéricas (Liderazgo en costos, diferenciación y segmentación). (p. 77). El autor nos menciona que todas las empresas al momento de vender sus productos tendrán que competir con empresas ya posicionadas en los mercados y reconocidas, por ende, podrán seguir en el mercado dando un excelente producto a un menor precio, asimismo poder diferenciarse de las demás empresas ofreciendo calidad en el mercado objetivo, de esta manera las empresas realizarán una segmentación para estudiar a sus clientes, es por ello que se llegó a tomar tres dimensiones las cuales son liderazgo en costos, para que una empresa pueda tener una estrategia competitiva tiene que fabricar sus productos a un bajo costo para que pueda obtener cada vez más ganancia, por ende se explicará la dimensión liderazgo en costes, Porter (2015) sostuvo: Liderazgo en costos significa aplicar economías de escala, buscar exigentemente la reducción de costos conforme a la experiencia que se tiene, además tratar de controlar los gastos variables y fijos [...] es importante en esta estrategia concentrarse en tener costos bajos. (p. 34), por ende los indicadores que se estudiarán en la dimensión liderazgo en costos serán economías de escala, precios del producto, gestión de gastos, por otro lado sigue la dimensión diferenciación ya que las empresas al momento de competir tienen que tener un plan para poder satisfacer a los clientes, generando costos bajos a la empresa, diferenciando el producto que se va a vender, de esta manera segmentarse en el mercado meta, por consiguiente, las empresas tienen que llegar a conseguir cualidades distintivas del producto que venden para llegar a tener competencia, es primordial tener una característica única para que los clientes puedan preferir los productos es así como se explicará la dimensión diferenciación. “Significa diferenciar un producto o servicio que es ofrecido al mercado para que se distinga como único, haciéndolos diferentes como: Por el diseño, la tecnología, el servicio al cliente, redes de distribución, entre otros”. (Porter, 2013. p. 80), los indicadores que se estudiarán la dimensión diferenciación serán

calidad, innovación, tecnología, por consiguiente, se tendrá que estudiar de manera más detallada el mercado meta Estados Unidos por ese motivo se explicará lo que es segmentación; Se concentra en un grupo de compradores, en una parte de una línea de productos o un mercado objetivo [...] una empresa con este enfoque va generar rendimientos altos a la industria. (Porter, 2015, p.82), los indicadores de esta dimensión serán, segmentación demográfica, segmentación psicográfica, comportamiento de compra, por otro lado, Guerras y Navas (2015), afirmaron al respecto: La estrategia competitiva es tratar de diferenciar a la empresa dentro de su industria para así se pueda reconocer la capacidad de obtener un porcentaje alto de rentabilidad y mayor que la industria, de esta manera se desea obtener un ambiente competitivo, la estrategia competitiva conlleva a definirse y plantearse las tres estrategias genéricas: liderazgo en costes, diferenciación, segmentación de mercado. (p 257). Estrategia competitiva es la manera de como una empresa enfrenta todo tipo de obstáculos, las empresas deberán lograr un rendimiento mayor al de la competencia, manteniéndose en el mercado, para que pueda obtener ello se empleará las tres estratégicas genéricas que son liderazgo en costes, diferenciación y segmentación de mercado, además. Thompson y Gamble (2015), afirmaron: “La estrategia competitiva que se utiliza en una compañía tendrá un plan de administración compitiendo exitosamente, las medidas específicas para satisfacer a sus consumidores, la empresa tomará acciones defensivas para eliminar a los rivales, tendrá que obtener una ventaja competitiva y ser aplicada a costos bajos o la diferenciación de producto [...] además se podrá ubicar en un mercado y poder trabajar con sus clientes.” (p. 132), por otro lado, La teoría relacionada al tema de la variable 2, exportación se tomó la investigación de Mercado (2015) sostuvo: “La exportación va a permitir vender pasando las fronteras arancelarias, existiendo barreras al ingreso del país, teniendo presente la ardua competencia en las ventas, como también se tendrá en cuenta que las técnicas propias de la venta, diseño, embalaje, transporte, contratación son totalmente diferentes en el comercio internacional”. (p. 34). Por lo tanto el autor principal manifiesta que, al momento de exportar existen barreras para lograr entrar y poder venderle al país destino, para ello se tiene que tener en cuenta la contratación por parte del comprador y vendedor, donde podrán llegar a un acuerdo que incoterms utilizar, como se realizará el pago, especificando el envase y embalaje de la mercancía, asimismo el transporte donde se llevará la mercancía sin ningún daño, a un menor costo, en el tiempo indicado, es por ese que se llegó a tomar tres dimensiones las cuales son la dimensión contratación

internacional, según Mercado afirmó al respecto: La empresa al momento de exportar tendrá que contratar, aceptando obligaciones y derechos, hacia una persona física o jurídica, de acuerdo a ello se realizará ofertas al producto al lugar donde es dirigido, de esta manera la empresa tendrá interés y generará pedidos. (2013, p. 38), los indicadores que estudiarán la dimensión contratación internacional serán incoterms, términos de pago, envase y embalaje, dado este concepto se tomó la dimensión transporte. Mercado señaló al respecto: El vendedor debe optar por tomar en cuenta: Los principales puertos, las factibilidades de almacenamientos existentes, costo de almacenamiento, puertos libres o zonas libres, tarifas portuarias, la descarga no tiene que tener demora [...] costos y ventajas de los medios de transporte. (p. 178), es así, que los indicadores que estudiarán la dimensión transporte serán precio de transporte, tiempo de transporte y seguro de transporte, la siguiente dimensión planteada será Volumen en ventas Mercado sostuvo al respecto: “El volumen en ventas de una empresa está relacionado con desempeños en períodos anteriores, es decir, los volúmenes en ventas captados con anterioridad [...] la empresa puede plantearse como objetivo tratar de mantenerse en el mercado, sobrevivir en él. (p. 107)”, los indicadores que estudiarán la dimensión volumen en ventas serán competencia, demanda, factor económico, por otro lado los siguientes autores mencionarán lo que es exportación, Daniels, Radebaugh y Sullivan sostienen al respecto: Al generar una exportación la empresa debe realizar una contratación adecuada y al mismo tiempo tratar de sobrellevar las diferentes culturas, la ardua competencia, fuerzas de mercado, sistemas financieros y requisitos legales que se presenten cuando se hacen negocios en mercados extranjeros. (2010, p. 490). Al momento de exportar el vendedor debe llegar tener el mejor acuerdo con el comprador, también, aplicar una estrategia para que aumente su producción o servicio, preparando y mejorando los productos que se van a vender, la empresa debe tener en cuenta que tendrá que adaptarse al mercado para seguir sobresaliendo y ser de competencia para otras empresas, Peirats y Ninot sostienen al respecto: La exportación permitirá tanto como al productor o comercializador destinar sus productos a ser comercializados a mercados internacionales. Esto significa que las mercancías tienen que pasar por arduos trámites aduaneros, que incluyen medidas de política comercial y en algunos casos el pago de los derechos de exportación, son muchos menos que en la importación, por el interés de los estados en favorecer su comercio exterior. (2015, p. 25), cabe de mencionar los autores Peirats y Ninot la exportación ayudará al productor a llegar a vender sus productos al extranjero, por ello tendrá que

tener en cuenta que trámites aduaneros (conocimiento de embarque, lista de empaque donde se detallará lo enviado por caja y por bulto, certificado de origen donde se detalla los aranceles o impuestos, la política comercial y que derechos se pagará al momento de la compra y venta. En esta investigación, los problemas formulados fueron como problema general, ¿Cuál es la relación que existe entre estrategia competitiva y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018? Asimismo, como problemas específicos fueron, ¿Cuál es la relación entre liderazgo en costos con exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018?, ¿Cuál es la relación entre diferenciación con exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018?, ¿Cuál es la relación entre segmentación en costos con exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018?, la averiguación tuvo como justificación práctica para que las empresas exportadoras de T- shirts del distrito de la Victoria pueda seguir creciendo sus ventas hacia estados unidos se necesita saber si está utilizando de manera correcta la estrategia competitiva al momento de llegar al extranjero, se les realizará preguntas y con ello se llegará a obtener la respuesta sobre el conocimiento de competencia en el exterior, por consiguiente la justificación metodológica, el presente estudio tuvo enfoque cuantitativo, las variables establecidas como Estrategias competitivas y exportación tomando en cuenta sus dimensiones para la primera variable(Liderazgo en costos, diferenciación, segmentación) y para la segunda variable (contratación internacional, transporte, volumen de ventas) están basados en teorías confiables y manipulación de datos estadísticos extraídos de fuentes confiables. Además, el cuestionario como instrumento, va proporcionar obtener resultados, de igual modo, los procedimientos estadísticos determinaron aprobación o rechace de hipótesis de averiguación referente a las variables en estudio. Con respecto a la hipótesis, se tomó en cuenta la hipótesis general, Existe relación positiva entre estrategia competitiva y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018, Asimismo como hipótesis específicas se tomaron en consideración fueron, Existe relación positiva entre liderazgo en costos y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018. Existe relación positiva entre diferenciación y exportación de los

T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018. Existe relación positiva entre segmentación y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018. Con relación a los objetivos de la investigación se tomó en como objetivo general, Determinar el grado de relación que existe entre estrategia competitiva y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018,asimismo, como los objetivos específicos que se mostraron fueron los siguientes, Determinar el grado de relación que existe entre Liderazgo en costos y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018. Determinar el grado de relación que existe entre diferenciación y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018. Determinar el grado de relación que existe entre segmentación y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

II. MÉTODO.

2.1 Tipo y diseño de la investigación.

El tipo de investigación es no experimental de corte transversal según Fernández (2014), señaló “Se define la investigación porque no hay manipulación de ambas variables, es decir, se hace estudios en los que se puede variar de manera intencional las variables independientes para ver su resultado sobre las variables” (p. 152), como también para los autor Roussos (2012) “La investigación no experimental de corte transversal el autor de este estudio no tiene control sobre las variables independientes, porque el fenómeno de esta investigación ya ocurrió” (p.262).

Nivel de investigación.

En esta indagación empleó un nivel correlacional, puesto que el propósito fue establecer el vínculo entre variantes. Según Hernández, Fernández y Batista (2014) mencionaron que nivel de averiguación correlacional tiene como objeto de determinar el nivel de vínculo que hay entre variables, se evalúan cada una de ellas, cuantifican y examinan la vinculación (p.150).

Tipo de estudio.

El tipo de investigación fue aplicada. Según Murillo (2008), la investigación aplicada está determinado en buscar la práctica de las competencias que se obtienen mediante la indagación. Este tipo tiene una vinculación con la básica, ya que pende de las ejecuciones se puede decir que la investigación aplicada solicita un entorno teórico (p.150).

Enfoque.

Esta averiguación tuvo una perspectiva cuantitativa. Según Hernández, Fernández y Batista (2014) indicaron que “la indagación cuantitativa emplea la recopilación de informaciones para evidenciar conjeturas en la medida matemática y la indagación estadística, con la intención de establecer patrones y atestiguar conjeturas” (p. 93), para los autores Cuenya y Rueti (2012). “La metodología cuantitativa intenta aproximarse al objetivo empleando la teoría de la medición, registrando la existencia de la realidad con independencia de investigador y controla las predicciones que se siguen de las hipótesis teóricas previamente planteadas” (p.274). Asimismo, para el autor Ugalde y Balbastre (2013), “El método cuantitativo busca poder tener una deducción a partir de una muestra hacia una población, teniendo en cuenta la relación existente entre aspectos o variables de las observaciones de dicha muestra” (p. 181).

2.2. Operacionalización de las variables.

Tabla 1

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES							
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICION	INSTRUMENTO DE MEDICION
ESTRATEGIA COMPETITIVA	Porter (2013) La estrategia competitiva va consistir en tomar decisiones que sean defensivas u ofensivas para llegar a ser competente en su industria [...] para ser competitivo a largo plazo se necesita y superar las expectativas de la competencia, se podrá estudiar tres estrategias genéricas (Liderazgo en costos, diferenciación y segmentación). (p. 77).	La teoría de Porter nos explica que las empresas tienen que competir para poder seguir en el mercado, dando excelente producto a un menor precio, asimismo poder diferenciarse de las demás empresas ofreciendo calidad en el mercado objetivo, de esta manera las empresas realizarán una segmentación para estudiar a sus clientes.	Liderazgo en costos	Economías de escala	1,2	Ordinal	CUESTIONARIO
				Gestión de gastos	2,4	Ordinal	
				Precio del producto	4,6	Ordinal	
			Diferenciación	Calidad	6,8	Ordinal	
				Innovación	8,10	Ordinal	
				Tecnología	10,12	Ordinal	
			Segmentación	Segmentación demográfica	12,14	ordinal	
				Segmentación psicográfica	14,16	Ordinal	
				Comportamiento de compra	16,18	Ordinal	
EXPORTACIÓN	“La exportación va a permitir vender pasando las fronteras arancelarias, existiendo barreras al ingreso del país, teniendo presente la ardua competencia en las ventas, como también se tendrá en cuenta que las técnicas propias de la venta, diseño, embalaje, transporte, contratación son totalmente diferentes en el comercio internacional”. (p. 34).	Según Mercado, al momento de exportar existen barreras para lograr entrar y poder venderle al país destino, para ello se tiene que tener en cuenta la contratación del comprador y vendedor, el transporte donde se llevará la mercancía sin ningún daño.	Contratación internacional	Incoterms	1,2	Ordinal	
				Términos de pago	2,4	Ordinal	
				Envase y embalaje	4,6	Ordinal	
			Transporte	Precio	6,8	Ordinal	
				Tiempo	8,10	Ordinal	
				Seguro	10,12	Ordinal	
			Volumen de ventas	Competencia	12,14	Ordinal	
				Demanda	14,16	Ordinal	
				Factor económico	16, 18	Ordinal	

2.3 Población y muestra.

Población.

Según Bernal (2010), “La población es el conjunto de individuos que tienen las características que se llegará a estudiar” (p. 55), además para los autores Arias y Villasís (2016), “La población es un conjunto de datos limitados y accesibles que formarán parte de la elección de la muestra” (p.202).

La población de estudio fue compuesta por 20 empresas exportadoras de T- shirts de algodón del distrito la Victoria, provincia y región Lima en el 2018.

Tabla 2

Empresa	R.U.C
KNIT COUTURE S.A.C.	20392692526
ANAZER S.A.C.	20468268508
E TEXTIL EIRL.	20513643412
PERUVIAN CLOTHES & STYLE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA.	20516081784
NEGYSER PERU S.A.C.	20519282616
MARKETING AND TRADING COMPANY S.A.C.	20522022722
M & M TENDENCIAS S.A.C.	20535898554
COORPORACION JPL SAC	20536679961
GRUPO FITNESS S.A.C.	20538556441
COTTASH E.I.R. L.	20546206751
TEXTILES Y MANUFACTURAS ANDINAS S.A.C. - TEXMA S.A.C.	20547795939
WARA PARTNERS S.A.C.	20554131931
TICO EXPORT SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - TICO EXPORT S.R.L.	20600149220
CORPORACION VENYPER 138 S.A.C.	20600187261
MANUFACTURAS BURBUJITA KIDS S.A.C.	20600670426
ALGOTEX GROUP S.A.C.	20600802535
PROYECTOS E INVERSIONES MONTANO E.I.R.L.	20600968981
SERVICIOS Y MANUFACTURAS TEXTILES JL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SERMANTEX JL S.A.C	20601972981
EXPORT H&L S.A.C.	20602492711
ANAKU S.A.C.	20602526233

Fuente: SUNAT

Muestra.

Bernal (2010) afirmó “La muestra es el grupo de individuos que se estudiará, es un subconjunto de la población, dicha muestra debe ser representativa de la población”. (p.58).

Esta muestra se obtuvo de manera censal a 20 empresarios exportadores de T-shirts de algodón, se trabajó con estas empresas porque la población es pequeña quedando entonces 20 exportadores de T-shirts de algodón del distrito la Victoria, en la provincia y región de Lima en el 2018, por otro lado, el autor Galviati (2015) “La muestra es parte de la población que se va a medir, teniendo como objetivo tener información acerca de toda la población” (p.3).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnica.

La técnica que se utilizó fue la encuesta según Fernández (2014) “Las encuestas son consideradas por diversos autores como un diseño o método, en los diferentes tipos de investigación, a veces tienen los propósitos de unos u otros diseños y otras veces de ambos, encuestas tendrán como finalidad tener información detallada de las personas que conforman la población” (p. 159).

Instrumentos de recolección de datos.

El instrumento aplicado a este proyecto de investigación fue el cuestionario, por ende, el autor Bernal (2010) señaló “El cuestionario es realizado por preguntas en especial que son diseñadas para obtener datos con la finalidad de tener los objetivos claros en la investigación”,(p.250), del mismo modo, el autor Gil (2012), “El cuestionario es un instrumento válido y su denominación se ajusta al contenido en términos generales, además los elementos representativos de los aspectos que presenten deben ser medibles” (p. 1117).

Con el instrumento se obtendrá una relación significativa de las dimensiones de la variable estrategias competitivas y exportación por eso se tendrá que recolectar información el cual va a describir las estrategias competitivas y su relación con la exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Validez.

La validación del instrumento se llegó modificar y aceptar por los juicios de expertos. Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) indicaron “La validación del estudio se refiere al grado del instrumento donde existe un dominio específico de lo que se está midiendo en el contenido”. (p. 201), además, para el autor Soriano (2014), “El instrumento será válido en cuanto los resultados del test incluya consecuencias sociales y éticas” (p. 22).

Cabe mencionar, el cuestionario se basó en los indicadores que son de las dimensiones que representarán a las variables estrategias competitivas y exportación.

En conclusión, el juicio de experto fue conformado por docentes expertos en metodología de la investigación científica, así como expertos en el tema correspondido, ellos validarán este instrumento que se aplicará.

Tabla 3

EXPERTOS	APLICABLES
Romaní Franco, Vivian.	80%
Guerra Bendezú, Carlos.	80%
Berta Hinostroza, Mike Paul.	80%
Márquez Caro, Luis Fernando.	80%

Confiabilidad.

Para el autor Reidl (2013), “La confiabilidad de una prueba se refiere a la consistencia de las calificaciones obtenidas de las preguntas y respuestas aplicado al estudio que se realizará” (p.109)

La confiabilidad se realizará a través del instrumento de 18 encuestas otorgadas a empresas exportadoras de T- shirt, teniendo como respuestas los resultados que se realizó mediante cuestionarios, se procederá a obtener la confiabilidad del instrumento

en mención por el sistema IBM SPSS statistics 24, obteniendo así un resultado con el coeficiente de Alpha de Cronbach.

Confiabilidad de la variable estrategia competitiva.

Tabla 4:

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,991	18

Interpretación: Al procesar los datos, el Alfa de Cronbach es de 0.991, lo que revela que el instrumento es válido y tiene una consistencia alta con la variable estrategia competitiva.

Confiabilidad de la variable exportación.

Tabla 6:

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 7:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,991	18

Interpretación: Al procesar los datos, el Alfa de Cronbach es de 0.991, lo que revela que el instrumento es válido y tiene una consistencia alta con la exportación.

2.5 Procedimiento.

Se tuvo que coordinar con los directivos de las empresas mencionadas que son la población del estudio, así, tener un acuerdo y de esta manera poder aplicar el cuestionario para obtener los datos empíricos y tener la prueba de hipótesis.

2.6 Métodos y análisis de datos.

Análisis Descriptivo.

Se utilizó el sistema IBM SPSS statistics 24, para poder procesar dichos resultados que se llegaron obtener por medio del instrumento, con la finalidad de analizar las variables que se están estudiando con sus respectivas dimensiones.

Análisis ligado a Hipótesis.

La hipótesis que se planteó en este proyecto de investigación tuvo como objetivo poder verificar mediante el instrumento, si hay existencia o no de la relación entre las variables del tema de estudio.

2.7 Aspectos éticos.

Se respetará la propiedad intelectual de los autores que se mencionan a través de las referencias.

III. RESULTADOS.

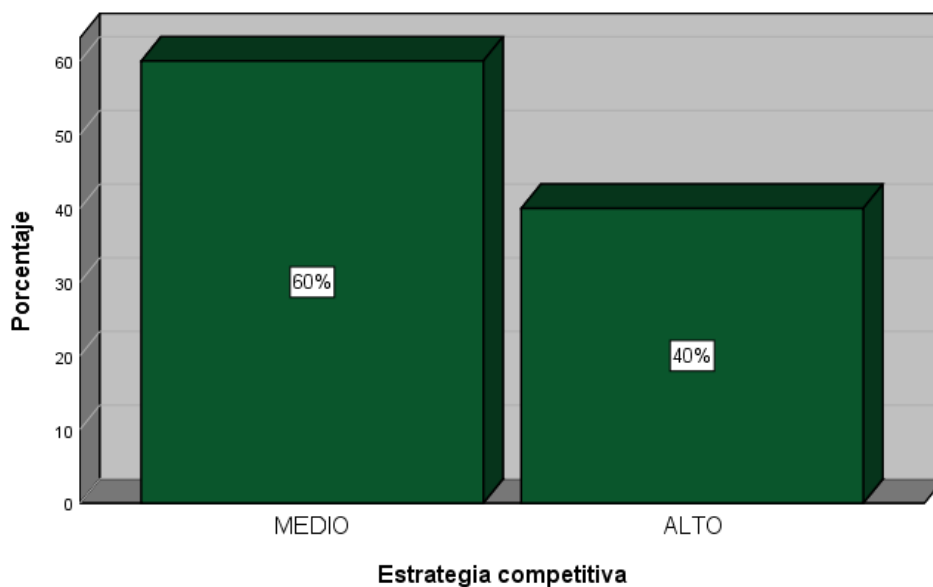
3.1.Descripción de Resultados.

3.1.1. Descripción de los resultados de la variable estrategia competitiva.

Tabla 9. Variable Estrategia competitiva

Estrategia competitiva					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	12	60,0	60,0	60,0
	ALTO	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 1. Estrategia competitiva



INTERPRETACIÓN:

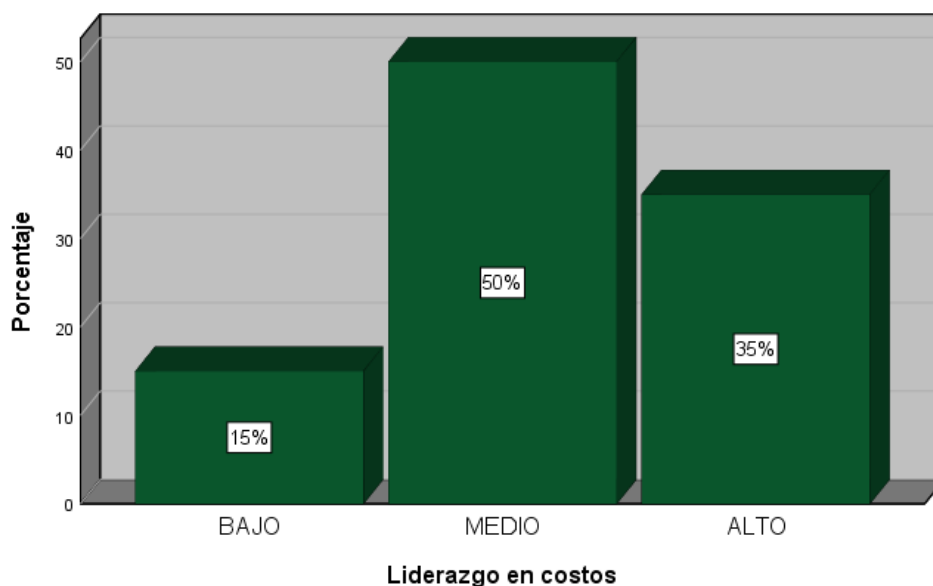
En la tabla 9 y figura 1, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 40% expresaron que la estrategia competitiva tiene un nivel alto, el 60% manifestaron que tiene un nivel medio.

3.1.2. Descripción de los resultados de la dimensión liderazgo en costos.

Tabla 10. *Dimensión Liderazgo en costos*

Liderazgo en costos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	3	15,0	15,0	15,0
	MEDIO	10	50,0	50,0	65,0
	ALTO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 2. *Dimensión Liderazgo en costos*



INTERPRETACIÓN:

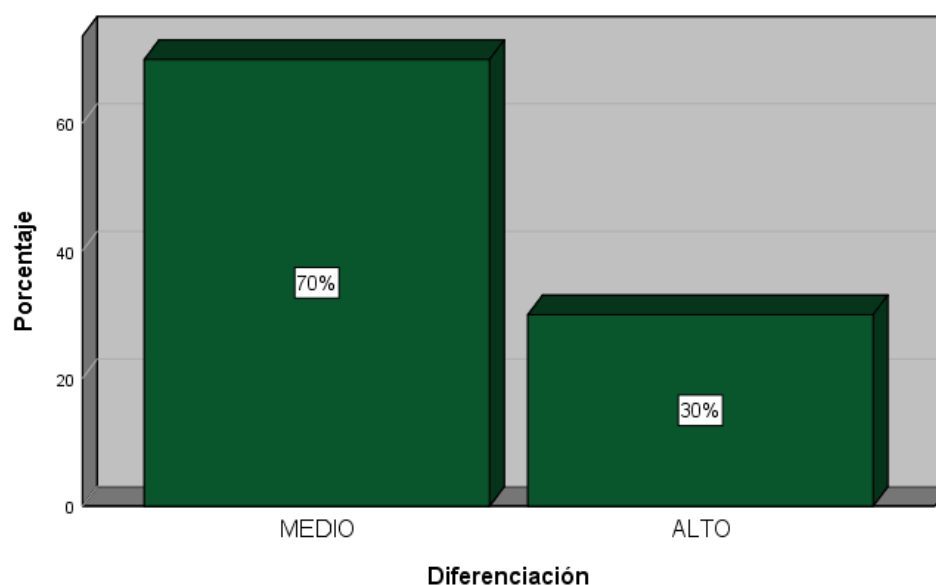
En la tabla 10 y figura 2, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 35% expresaron que liderazgo en costos tiene un nivel alto, el 50% manifestaron que tiene un nivel medio y el 15% señalaron que liderazgo en costos tiene un nivel bajo.

3.1.3. Descripción de los resultados de la dimensión diferenciación.

Tabla 11: *Dimensión Diferenciación*

		Diferenciación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	14	70,0	70,0	70,0
	ALTO	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 3. *Diferenciación*



INTERPRETACIÓN:

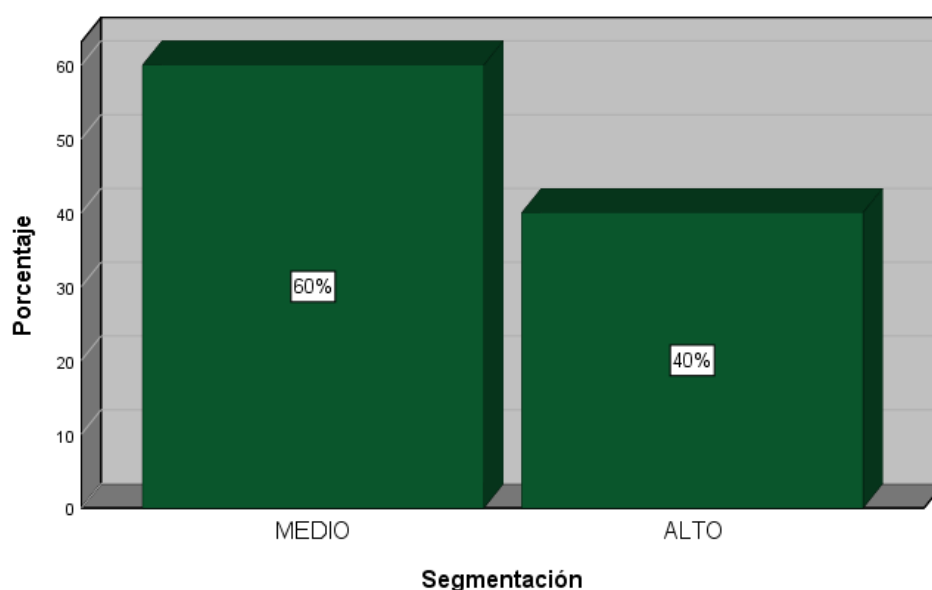
En la tabla 11 y figura 3, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 30% expresaron que diferenciación tiene un nivel alto, el 70% manifestaron que tiene un nivel medio.

3.1.4. Descripción de los resultados de la dimensión de segmentación.

Tabla 12: *Dimensión segmentación*

		Segmentación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	12	60,0	60,0	60,0
	ALTO	8	40,0	40,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Figura 4. *Segmentación*



INTERPRETACIÓN:

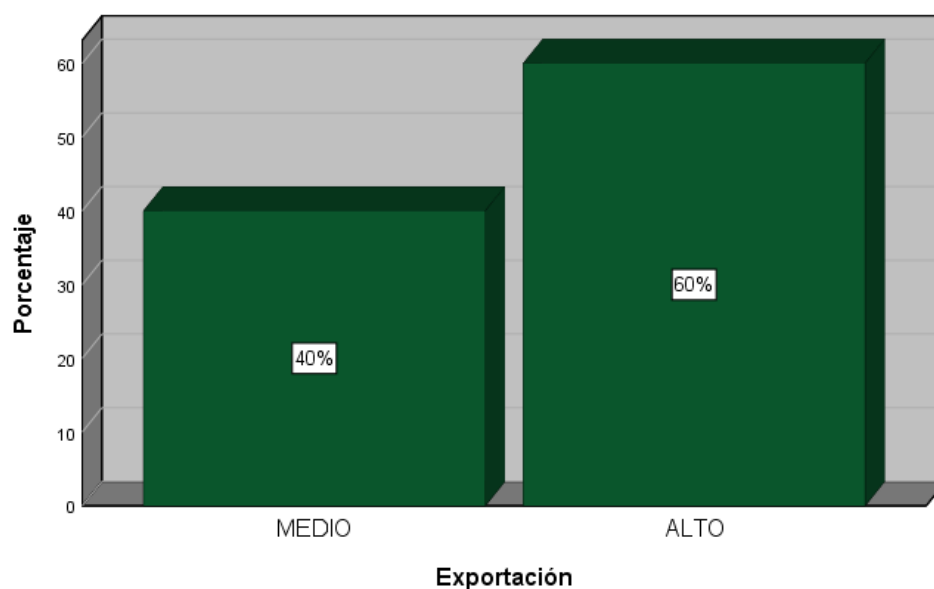
En la tabla 12 y figura 4, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 40% expresaron que segmentación tiene un nivel alto, el 60% manifestaron que tiene un nivel medio.

3.1.5. Descripción de los resultados de la variable estrategia competitiva.

Tabla 13: *Variable exportación*

Exportación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	8	40,0	40,0	40,0
	ALTO	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 5. *Exportación*



INTERPRETACIÓN:

En la tabla 13 y figura 5, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 60% expresaron que exportación tiene un nivel alto, el 40% manifestaron que tiene un nivel medio.

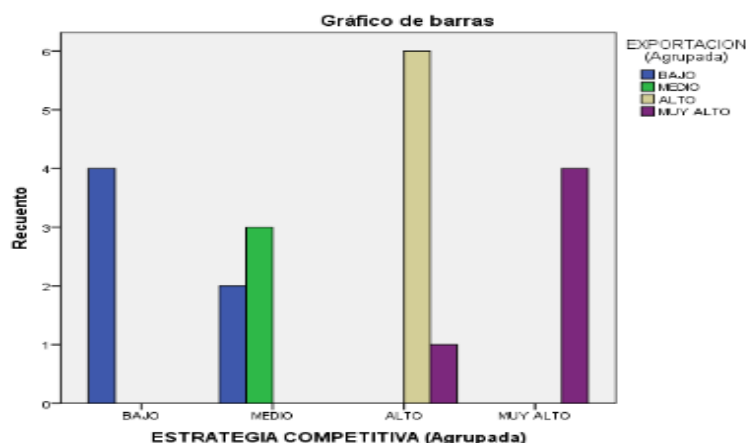
3.2.Descripción de las tablas de contingencias.

3.2.1. Descripción de los resultados entre Estrategia competitiva y Exportación.

Tabla 14. *Distribución de porcentajes de estrategia competitiva y exportación*

			EXPORTACION (Agrupada)				Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO	
ESTRATEGIA COMPETITIVA (Agrupada)	BAJO	Recuento	4	0	0	0	4
		% del total	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	MEDIO	Recuento	2	3	0	0	5
		% del total	10,0%	15,0%	0,0%	0,0%	25,0%
	ALTO	Recuento	0	0	6	1	7
		% del total	0,0%	0,0%	30,0%	5,0%	35,0%
	MUY ALTO	Recuento	0	0	0	4	4
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%
Total		Recuento	6	3	6	5	20
		% del total	30,0%	15,0%	30,0%	25,0%	100,0%

Figura 6. *Estrategia competitiva y exportación*



INTERPRETACIÓN:

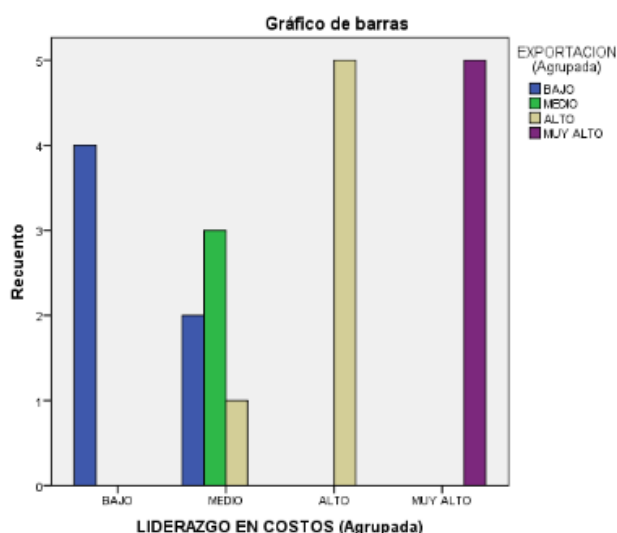
En la tabla 14 y figura 6, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 20% manifestaron que estrategia competitiva y exportación tienen un nivel muy alto; asimismo el 35% señalaron que existe un nivel alto. Así como, 25% indicaron que existe un nivel medio entre las variables de estudio, por otro lado, 20% indicaron que existe un nivel bajo entre las variables de estudio se deduce, que la relación es positiva, es decir, a mejor estrategia competitiva, mejor es la exportación.

3.2.2. Descripción de los resultados entre Liderazgo en costos y Exportación.

Tabla 15: *Distribución de porcentajes de estrategias de liderazgo en costos y exportación*

			EXPORTACION (Agrupada)				Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO	
LIDERAZGO EN COSTOS (Agrupada)	BAJO	Recuento	4	0	0	0	4
		% del total	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	MEDIO	Recuento	2	3	1	0	6
		% del total	10,0%	15,0%	5,0%	0,0%	30,0%
	ALTO	Recuento	0	0	5	0	5
		% del total	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%
	MUY ALTO	Recuento	0	0	0	5	5
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%
Total		Recuento	6	3	6	5	20
		% del total	30,0%	15,0%	30,0%	25,0%	100,0%

Figura 7. *Liderazgo en costos y exportación*



INTERPRETACIÓN:

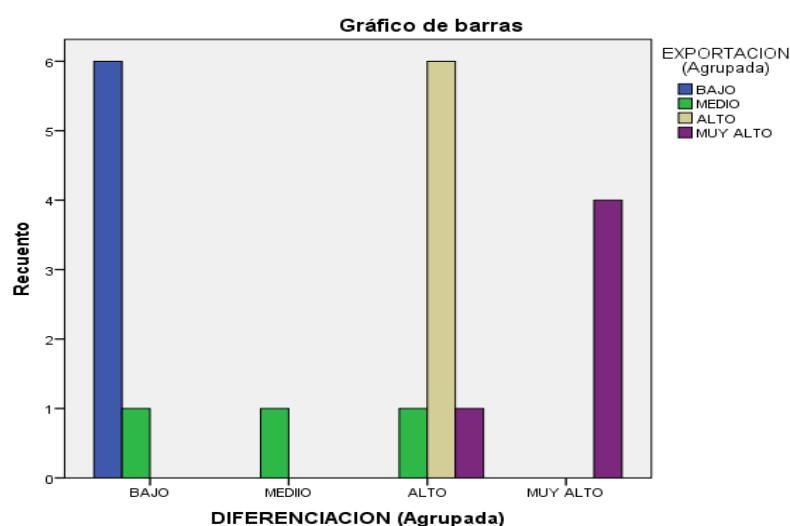
En la tabla 15 y figura 7, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 25% manifestaron que liderazgo en costos y exportación tienen un nivel muy alto; asimismo el 25% señalaron que existe un nivel alto. Así como, 30% indicaron que existe un nivel bajo, por otro lado, el 20% indicaron que existe un nivel bajo entre las variables de estudio se deduce, que la relación es positiva, es decir, a mejor liderazgo en costos, mejor es la exportación.

3.2.3. Descripción de los resultados entre Diferenciación y Exportación.

Tabla 16. Distribución de porcentajes de diferenciación y exportación

			EXPORTACION (Agrupada)				Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO	
DIFERENCIACION (Agrupada)	BAJO	Recuento	6	1	0	0	7
		% del total	30,0%	5,0%	0,0%	0,0%	35,0%
	MEDIO	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	ALTO	Recuento	0	1	6	1	8
		% del total	0,0%	5,0%	30,0%	5,0%	40,0%
	MUY ALTO	Recuento	0	0	0	4	4
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%
Total		Recuento	6	3	6	5	20
		% del total	30,0%	15,0%	30,0%	25,0%	100,0%

Figura 8. Diferenciación y exportación



INTERPRETACIÓN:

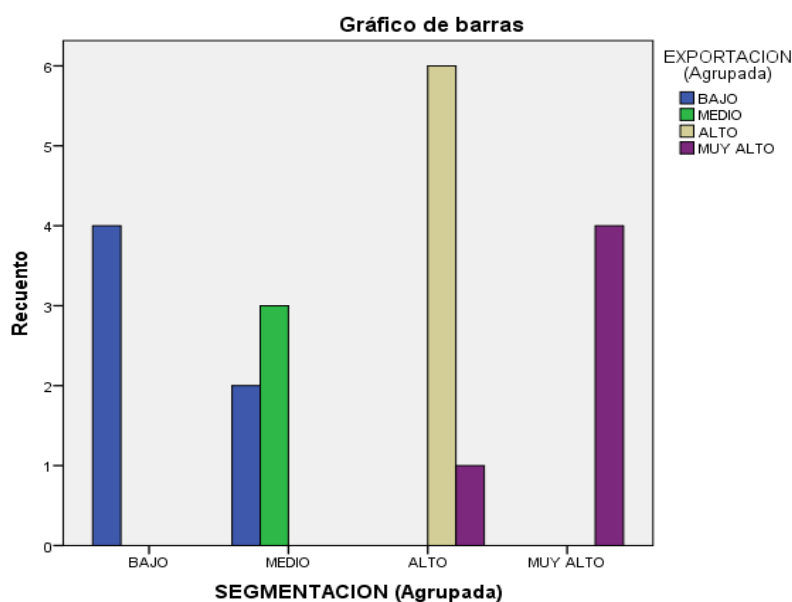
En la tabla 16 y figura 8, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 20% manifestaron que diferenciación y exportación tienen un nivel muy alto; asimismo el 40% señalaron que existe un nivel alto. Así como, 5% indicaron que existe un nivel bajo entre las variables de estudio, por otro lado, 35% indicaron que existe un nivel bajo entre las variables de estudio se deduce, que la relación es positiva, es decir, a mejor diferenciación, mejor es la exportación.

3.2.4. Descripción de los resultados entre segmentación y exportación.

Tabla 17. *Distribución de porcentajes de segmentación y exportación*

SEGMENTACION (Agrupada)		EXPORTACION (Agrupada)				Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO		
	BAJO	Recuento	4	0	0	0	4
		% del total	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	MEDIO	Recuento	2	3	0	0	5
		% del total	10,0%	15,0%	0,0%	0,0%	25,0%
	ALTO	Recuento	0	0	6	1	7
		% del total	0,0%	0,0%	30,0%	5,0%	35,0%
	MUY ALTO	Recuento	0	0	0	4	4
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%
Total	Recuento	6	3	6	5	20	
	% del total	30,0%	15,0%	30,0%	25,0%	100,0%	

Figura 9. *Segmentación y exportación*



INTERPRETACIÓN

En la tabla 17 y figura 9, se observa de una muestra de 20 empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, el 20% manifestaron que segmentación y exportación tiene un nivel muy alto; asimismo el 35% señalaron que existe un nivel alto. Así como, 25% indicaron que existe un nivel bajo entre las variables de estudio, por otro lado, 20% indicaron que existe un nivel bajo entre las variables de estudio se deduce, que la relación es positiva, es decir, a mejor segmentación, mejor es la exportación.

3.3.Prueba de hipótesis.

3.3.1. Hipótesis general.

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia competitiva y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

H_a: Existe relación positiva entre estrategia competitiva y la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

Tabla 13: *Correlación entre estrategia competitiva y exportación*

		Estrategia competitiva	Exportación
Rho de Spearman	Estrategia competitiva	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,667**
		N	20
	Exportación	Coefficiente de correlación	,667**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 13, se observa que existe un nivel de correlación positiva considerable entre estrategias competitivas y exportación, ya que el coeficiente de correlación es de 0,667 y como el valor de probabilidad ($p = 0,000$) es menor que el valor crítico 0,05, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

3.3.2. Hipótesis específicos.

Hipótesis específica 1:

H₀: No existe relación positiva entre liderazgo en costos y exportación de los t-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

H_a: Existe relación positiva entre liderazgo en costos y la exportación de los t-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

Tabla 14: *Correlación entre liderazgo en costos y exportación*

			Liderazgo en costos	Exportación
Rho de Spearman	Liderazgo en costos	Coefficiente de correlación	1,000	,689**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	20	20
	Exportación	Coefficiente de correlación	,689**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 14, se observa que existe un nivel de correlación positiva considerable entre liderazgo en costos y exportación, ya que el coeficiente de correlación es de 0,689 y como el valor de probabilidad ($p = 0,000$) es menor que el valor crítico 0,05, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 2:

H₀: No existe relación positiva entre diferenciación y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

H_a: Existe relación positiva entre diferenciación y la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

Tabla 15: *Correlación entre diferenciación y exportación*

			Diferenciación	Exportación
Rho de Spearman	Diferenciación	Coefficiente de correlación	1,000	,535*
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	20	20
	Exportación	Coefficiente de correlación	,535*	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	20	20

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

En la tabla 15, se observa que existe un nivel de correlación positiva considerable entre diferenciación y exportación, ya que el coeficiente de correlación es de 0,535 y como el valor de probabilidad ($p = 0,000$) es menor que el valor crítico 0,05, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 3:

H₀: No existe relación positiva entre segmentación y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

H_a: Existe relación positiva entre segmentación y la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.008$ y **Estadístico:** Rho de Spearman.

Tabla 16: *Correlación entre segmentación y exportación*

			Segmentación	Exportación
Rho de Spearman	Segmentación	Coefficiente de correlación	1,000	,667**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	20	20
	Exportación	Coefficiente de correlación	,667**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	20	20

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 16, se observa que existe un nivel de correlación positiva considerable entre segmentación y exportación, ya que el coeficiente de correlación es de 0,667 y como el valor de probabilidad ($p = 0,000$) es menor que el valor crítico 0,05, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

IV. DISCUSIÓN.

En este trabajo de investigación, se logró determinar que, si existe una relación positiva entre estrategia competitiva y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018. Debiéndose a los datos obtenidos y analizados mediante el sistema SPSS, se pudo realizar el contraste de hipótesis, mediante la prueba de Spearman. El coeficiente de correlación obtenido de 0,667 y como el valor de probabilidad ($p = 0,000$) es menor que el valor crítico 0,05, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, concluyendo que si existe una relación entre las variables.

Se tuvo que llegar a comprar los antecedentes del presente estudio, por ende se estableció una correlación clara entre las variables de estudio. Empresas exportadoras del distrito la Victoria llegaron aplicar las estrategias competitivas es por este motivo que llegaron a tener mayor conocimiento al momento exportar al mercado estadounidense.

Los resultados de esta investigación presentaron una concordancia Gonzales (2017), quien analizo la variable de “Estrategias competitivas y exportación de sweaters de lana para niños al mercado español 2008 – 2014”. En esta tesis se logró establecer existencia de la relación entre estrategias competitivas y exportación de sweaters de lana para niños al mercado español 2008 - 2014. El coeficiente de correlación Spearman obtenido de ($r=0,708$, $Sig =0,000$) entre estrategias competitivas y exportación, es un valor que indica una correlación positiva considerable. Se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la alterna. Concluyendo que, sí existe una relación entre estas dos variables.

Los resultados de este tema de estudio mostró tener relación con el tema de Farfán (2015) en su tesis titulada “Estrategias competitivas y exportación de mango al mercado estadounidense en el período 2010 - 2015”, En esta tesis se llegó tener una relación positiva entre las estrategias competitivas y exportación mango al mercado estadounidense en el período 2010 - 2015. El coeficiente de

correlación Spearman obtenido de 0,131 lo cual indica que no existe un nivel de correlación positiva y como el valor de probabilidad ($p = 0,000$) es menor que el valor crítico 0,05 se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la alterna.

V. CONCLUSIONES.

En esta investigación se alcanzó determinar lo siguiente.

Existe relación existe relación positiva entre estrategia competitiva y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

Asimismo, existe relación positiva entre liderazgo en costos y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

Por consiguiente, existe relación positiva diferenciación y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018, como se evidencia en la tabla 15.

Se concluye que existe relación positiva entre segmentación y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense 2018.

VI. RECOMENDACIONES.

En este trabajo de investigación se presentó las siguientes recomendaciones:

Las empresas del distrito las victorias deben aplicar la estrategia de liderazgo en costos a sus productos T- shirt de algodón, según el estudio que se realizó pocas empresas aplican esta estrategia, es necesario estar acorde a la competencia aplicando economías de escala, ya que China, es el país líder en costos bajos, por ende es la estrategia que utilizan para generar mayor exportación.

No todas las empresas del Distrito la Victoria tienen un buen conocimiento acerca del comportamiento de compra de sus clientes, ya que no están informados de la demanda de sus productos en las fechas especiales o cada cuanto tiempo compran su producto (diario, semanal, mensual).

Las empresas del Distrito la Victoria deben tratar de innovar su producto periódicamente para estar acorde a la competencia y a las nuevas necesidades de los clientes, asimismo, es indispensable no perder la calidad del producto ya que es ello lo que lo diferencia de la competencia.

No todas las empresas del Distrito la Victoria tienen la opción de vender sus productos Online, asimismo no muestran la variedad de productos a vender, es necesario poder aplicar la tecnología en sus empresas, para que los clientes estén al tanto de las nuevas variedades que están por vender y según ello pueden saber qué es lo que les gusta y que es lo que no para tratar de mejorar en ese aspecto, cabe destacar, que de esta manera se mantiene una comunicación directa con los clientes.

Referencias:

- Arias y Villasís (2016). *Protocolo de investigación III. La población de estudio*. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Ballina (2015). “Estrategias competitivas de la flexibilidad numérica en micro, pequeñas y medianas empresas del Distrito Federal”. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=0a0e54c1-5e65-4c33-8f7d-aa51f4893c31%40pdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtZG1lZGQ%3d%3d#AN=S0301703615000486&db=edselp>
- Bernal, A. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ª ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Botitano (2014). *Análisis de estrategias competitivas: Un estudio de las empresas del sector Textil y de confecciones de la Paz periodo 2002 – 2012*. Tesis para obtener el título en economía de la Universidad Mayor de San Andrés, La paz, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/4343>
- Brynjar (2012). Incentivos a la exportación y barreras para exportar la industria pesquera islandesa. Tesis para obtener el título de dirección estratégica. Islandia. Recuperado de https://skemman.is/bitstream/is/bitstream/1946/10814/1/Eyj%C3%B3lfur%20B.%20Eyj%C3%B3lfsson_MS_thesis.pdf
- Cuenya y Ruetti (2012). Artículo científico. *Controversias epistemológicas y metodológicas entre el paradigma cualitativo y cuantitativo*. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1677638817/fulltextPDF/75D35B0BA6234555PQ/3?accountid=37408>
- Daniels J, Radebaugh L y Sullivan D. (2010). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones*. (12ª ed.). Editorial Pearson. México.
- Duarte (2010). “*Economía digital, sitios web y Pymes del sector artesanías en el Perú*”. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/859539638/4F3CD0BF975B41EAPQ/10?accountid=37408#center>
- Escribano G, Alcaraz, J y Fuentes M. (2012). *Políticas de Marketing*. (2ª ed.) Editorial Pananinfo. Madrid: España
- Farfán (2015). “*Estrategias competitivas y exportación de mango al mercado estadounidense en el período 2010 - 2015*”. Tesis para optar título de licenciado en negocios internacionales de la Universidad César Vallejo. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1630/Farf%C3%A1n_CRC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Galviati (2015). Estadística – conceptos básicos. Recuperado de http://jorgegalviati.cl/ejercicios_4/ConceptosBasicos.pdf

- Gil. (2012). *La metodología como técnica de estudio de la validez de contenido*. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1288729621/fulltextPDF/4340C1AD6DC84755PQ/2?accountid=37408>
- Guerrero. (2015). *Análisis de las ventajas competitivas y comparativas de la exportación del tomate de árbol frente a Colombia y Perú*. Tesis para optar el título de ingeniero en comercio exterior, integración y Aduanas de la Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador. Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456/789/13853/1/61947_1.pdf
- Guerras, L y Navas, J. (2015). *La dirección estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones*. (5ª ed.). Editorial Aranzadi. España.
- Gonzales (2015). *Estrategias competitivas y exportación de Sweaters de lana para niños al mercado español*. Tesis para optar título de licenciado en negocios internacionales de la Universidad César Vallejo. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2620/Ferrada_CSKE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R, Fernández, C y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México: MC Graw Hill.
- Mercado S, H. (2015). *Comercio Internacional II: Incluye tratado de Libre Comercio*. (7ª ed.) Editorial Limusa S.A. Distrito Federal.: México.
- Murillo, W. (2008). *La investigación científica*. Consultado el 18 de abril de 2008 de <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-científica/investcientífica.shtm>
- Nájera (2015). *Modelo de competitividad para la Industria Textil y del vestido en México*. Tesis para obtener de Doctora en Ciencias Administrativas del Instituto Politécnico Nacional del Distrito Federal de México. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187243060003.pdf>
- Peirats y Ninot. (2015). *Gestión Administrativa del Comercio Internacional*. (2ªed.). Editorial Marcombo S.A. España.
- Peris y Oltra. (2010). *“Estrategia exportadora de la empresa y su relación con el resultado internacional”*. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail?vid=0&sid=0&id=34003db4-b4d6-4e>
- Porter M, E. (2015). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. (2ª ed.). Grupo editorial Patria. México.
- Porter E; P. (2013). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Ediciones pirámide. Madrid: España.
- Reidl.(2013). *Confiabledad en la medición*. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1776127891/abstract/7280C61E45D241C5PQ/1?accountid=37408>

- Rengijo (2015). *Estrategias competitivas y exportación de café orgánico a Alemania 2008 – 2014*. Tesis para optar el título de licenciada en Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo de Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1737/Rengifo_GL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez P, G. (2013). *Transportación internacional*. (4ªed.) Editorial Trillas. México.
- Rojas (2015). *Estrategias competitivas y exportación de las empresas productoras de maíz morado peruano al mercado de Japón en el periodo 2008 - 2014*. Tesis para optar el título de Licenciado en Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo de Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2296/Rojas_LJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rocca, Domingo y Duréndez (2016). Artículo científico. “*Factores determinantes del éxito competitivo en la Mipyme: Un estudio empírico en empresas peruanas*”. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=34003db4-b4d6-4e00-b7db-0a7efa789d89%40sessionmgr120&bdata=Jmxhbm9ZXT11ZH MtbG12ZQ%3d%3d#AN=S113525231260001X&db=edselp>
- Rosado (2018). *Estrategias competitivas para la exportación de arándanos al mercado Chino, Lima 2017*. Tesis para obtener el título profesional de licenciado en negocios internacionales de la Universidad César Vallejo de Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30540/Rosado_SCM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roussos (2012). El diseño de caso único en investigación u vínculo entre la investigación y la práctica. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2231334003/fulltextPDF/A33D5C83D5B04E33PQ/19?accountid=37408>
- Santacruz (2011). *Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas*. Tesis para obtener el grado de Maestría en Dirección de empresas, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uasbedu.ec/bitstream/1064429113/1/T1037-MBA-Santacruz-An%3%A1lisis.pdf>
- Fernandez, S (2014). Metodología de la investigación. Editorial S.A de C.V. Graw Hill. México
- Soriano (2014). Diseño y validación de instrumentos de medición. Recuperado de <http://redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2105/1/2%20dise%C3%B1oyvalidaci%C3%B3n%20de%20instrumentos%20de%20medici%C3%B3n.pdf>
- Thompson, P y Gamble, S (2015). *Administración estratégica*. (18ª ed.). Editorial Mc. Graw Hill educación. México.
- Ugalde y Balbastre (2013). Artículo científico. Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: Buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/2231334003/fulltextPDF/A33D5C83D5B04E33PQ/19?accountid=37408>

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
SEÑOR(A):						
Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de marketing y la competitividad. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.						
INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:						
Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
Liderazgo en costos	Economía de escala					
	1. ¿La empresa maneja altos niveles de producción?					
	2. ¿La empresa compra cantidades de insumos que le permitan reducir sus costos?					
	Precio del producto					
	3. ¿Los precios de los T-shirt son acorde con la competencia?					
	4. ¿Existe variación en los precios según temporadas?					
Diferenciación	Gestión de gastos					
	5. ¿En su empresa se controla el proceso de sus gastos?					
	6. ¿El gasto variable de la empresa es mayor a sus ventas?					
	Calidad					
	7. ¿Los T- shirt superan las expectativas del cliente?					
	8. ¿Los T- shirt son recomendados por su excelente calidad?					
Diferenciación	Innovación					
	9. ¿Usted innova su producto periódicamente?					
	10. ¿Su producto tiene características que son o lo hacen diferente de los competidores?					
	Tecnología					
11. ¿En su empresa existe la opción de comprar online?						
12. ¿La empresa tiene una página web donde muestra todos los productos que vende?						
Diferenciación	Segmentación demográfica					
	13. ¿Con sus ingresos los clientes pueden comprar de manera continua t- shirt?					
	14. ¿El producto está dirigido para todas las edades?					
	Segmentación psicográfica					
	15. ¿La empresa conoce el estilo de vida de sus consumidores?					

Segmentación	16. ¿Sus consumidores son fanáticos de la moda?					
	Comportamiento de compra					
	17. ¿Los consumidores compran en grandes cantidades T-shirt de algodón?					
	18. ¿Los clientes compran en gran cantidad para fechas especiales?					

Instrumento de recolección de datos:

SEÑOR(A):

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de la variable de estudio del proyecto de investigación relacionado con la exportación. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)

VARIABLE: EXPORTACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
Volumen de ventas	Competencia					
	1. ¿Las ventas de su empresa son acorde a la competencia?					
	2. ¿El volumen de ventas de la competencia es mayor al de su empresa?					
	Demanda					
	3. ¿Llega a aumentar la exportación de T- shirt de empresa con respecto a los últimos años?					
	4. ¿La demanda de su empresa logra satisfacer a sus compradores?					
	Factor económico					
	5. ¿Estados Unidos llega a ser un país donde pueda invertir sus productos?					
6. ¿Su empresa está pendiente de cómo se encuentra la economía de Estados Unidos?						
Contratación internacional	Incoterms					
	7. ¿Su empresa suele elegir el mejor incoterms para disminuir costos?					
	8. ¿Utiliza el incoterms más conveniente para su empresa?					
	Términos de pago					
	9. ¿Su empresa decide el pago anticipado para evitar cualquier estafa?					

	10. ¿Su empresa opta por el pago carta de crédito porque es el más confiable?					
	Envase y embalaje					
	11. ¿Los clientes son muy exigentes en requerir envase y embalaje para su producto?					
	12. ¿Los envases y embalajes que proporciona su empresa permiten proteger la mercancía hasta llegar al país destino?					
Transporte	Precio					
	13. ¿Su empresa suele elegir el transporte a un menor costo?					
	14. ¿Las tarifas del precio de transporte elegido son altas?					
	Tiempo					
	15. ¿Las mercancías llegan a tiempo al país destino?					
	16. ¿El transportista asume los riesgos y dificultades cuando el buque se dirige hacia el país destino?					
	Seguro					
	17. ¿El seguro del transporte se hace cargo de posibles daños en su mercancía?					
	18. ¿Las empresas las cuales contrata cuenta con seguro de transporte?					

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Barandiaran Incio Nelly, con DNI N°07855199. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a lucyb@knit-couture.com cuyo teléfono es: (01) 3234058.

		
Nombre del Participante	Firma-del Participante	Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Pallette Pallette Juan Alfredo, con DNI N°07826111. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@anazer.com cuyo teléfono es: (01) 3241662.

		
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiana Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Acuña Umbert Eduardo Augusto, con DNI N°09869269. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@etextil.com cuyo teléfono es: (01) 2252953.

		
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiana Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Zelaya Herrera Lessly Karen, con DNI 41567211. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@clothesandstyle.com cuyo teléfono es: (01) 4594058.

Zelaya Herrera Lessly

Nombre del Participante

[Firma manuscrita]

Firma del Participante

21/05/2019

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiana Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Acuña Umbert Eduardo Augusto, con DNI 09869269. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@negyser.com cuyo teléfono es: (01) 2252953.

Acuña Umbert Eduardo



21/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Soler Peña Alberto Jose, con DNI 06485222. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@tradingcompany.com cuyo teléfono es: (01) 6512117.

Soler Peña Alberto

21/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Matos Mayhua Luis Alberto, con DNI 20114043. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@m&mtendencias.com cuyo teléfono es: (01) 322692.

Matos Mayhua Luis



21/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiana Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Perez Lorenzo Jerly Piter, con DNI 07488827. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@coorporacinjpl.com cuyo teléfono es: (01) 7785075.

Perez Lorenzo Jerly



21/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

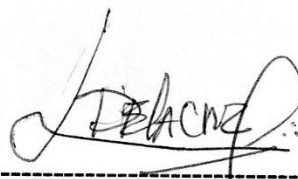
Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo De la Cruz Acevedo Augusto, con DNI 41982639. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@grupofitnes.com cuyo teléfono es: (01) 3253107.

DE LA CRUZ ACEVEDO A.



21/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Adrianzen Peralta Flor de Maria, con DNI 07446742. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@cottash.com cuyo teléfono es: (01) 3255595.

Adrianzen Peralta Flor.



21/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación



El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Paredes Vilcayauri Edgar Marcial, con DNI 07376235. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a eparedes_v@texmaperu.com cuyo teléfono es: (01) 4701167.

		
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiana Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Pallette Puerta Jorge Alfredo Agustin, con DNI 09867198. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@warapartners.com cuyo teléfono es: (01) 4731917.

		
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiana Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

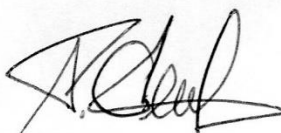
Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Pino Castro Cecilia, con DNI 09803190. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@ticoexport.com cuyo teléfono es: 977 182 102.

Pino Castro Cecilia



20/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

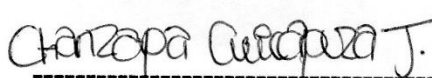

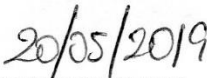
El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Chanzapa Cuicapuza Jaemily Creissy, con DNI 3479699. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@venyper.com cuyo teléfono es: (01) 3479699.

		
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Apaza Genara Constantina, con DNI 6006704. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@burbujitakids.com cuyo teléfono es: 971158948.

Apaza Genara Constantina



29/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Tocon Wong Alfonso, con DNI 10001577. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a atocon@algotexperu.com cuyo teléfono es: (01) 7150107.

Tocon Wong Alfonso

Nombre del Participante

[Firma manuscrita]

Firma del Participante

20/05/2019

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

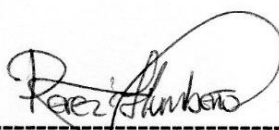
Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Perez Montano Humberto Jordan, con DNI 09665881. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@montanoeir.com cuyo teléfono es: -

Perez Montano Humberto



20/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Salinas Alarcon Jorge Luis, con DNI 07496001. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@textilesjl.com cuyo teléfono es: 991924932.

Salinas Alarcon Jorge

Jua

20/05/2019

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Chaparro Escobedo Hugo Gerardo, con DNI 41958216. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@exporth&i.com cuyo teléfono es: -

<u>CHAPARRO ESCOBEDO Hugo</u>		<u>20/05/2019</u>
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Florian Ortiz Fiama Celeste, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Promover estrategia competitiva y exportación de los T-shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Montes Humbo Jose Daniel, con DNI 60252623. Acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a info@anaku.com cuyo teléfono es: -

MONTES HUMBO JOSE		20/05/2019.
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha

Anexo 3: Certificado de Validez.



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Romero Franco, Wilson
- I.2. Especialidad del Validador: Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Costos
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los olivos 24 de Nov del 2018.

Firma de experto informante

DNE: 08 194 929

Teléfono: 940242579


V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategia competitiva

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	✓		

.....

 Firma de experto informante

DNI: 09144929

Teléfono: 94024 2577

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Guerre Bendezu Corina
 1.2. Especialidad del Validador: Lic en Administración
 1.3. Cargo e Institución donde labora: Docente en la Univ. César Vallejo
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: _____
 1.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					✓	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

San Juan de Lurigancho, 29 de Nov. del 2018.

Los olivos

.....
 Firma de experto informante

DNI: 09726163

Teléfono: 97232255


V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategia competitiva

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		


.....
Firma de experto informante

DNI: 09726163

Teléfono: 982332755

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Beata Hernández Milla Paredes
 1.2. Especialidad del Validador: Mg. de Administración y PRL
 1.3. Cargo e Institución donde labora: Docente
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: _____
 1.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					✓	

Los olivos **E APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

San Juan de Lurigancho, 24 de Noviembre del 2018.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 09561796

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategia competitiva

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		

.....

Firma de experto informante

DNI: 09561796

Teléfono: _____



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: MARCONI CARO, Fernando
- 1.2. Especialidad del Validador: Psicólogo
- 1.3. Cargo e Institución donde labora: ITC UCV
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: _____
- 1.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					<u>80</u>	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

San Juan de Lurigancho, 26 de UV del 2018.

Los olivos

.....
 Firma de experto informante

DNI: 4729580

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategia competitiva

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 8729586

Teléfono: _____

Anexo 4: Acta de aprobación de originalidad.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, MARQUEZ CARO FERNANDO LUIS, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE LIMA NORTE, revisor de la tesis titulada "ESTRATEGIA COMPETITIVA Y EXPORTACIÓN DE LOS T – SHIRTS DE ALGODÓN DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL DISTRITO LA VICTORIA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 2018", de la estudiante FLORIAN ORTIZ FIAMA CELESTE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Lima, 4 de julio de 2019.



Firma

Mg. MARQUEZ CARO, FERNANDO LUIS

DNI 08729589

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Anexo 5: Pantallazo de Turnitin.

https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1049366272&o=1151130317&s=1&lang=es

feedback studio Estrategia competitiva y exportación de los T - shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018

Resumen de coincidencias 26 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

26	1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	15 %
	2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	8 %
	3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
	4	repositorio.ute.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
	5	repositorio.uladech.ed... Fuente de Internet	<1 %
	6	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
	7	Entregado a Tecsup Trabajo del estudiante	<1 %
	8	w.redalyc.org Fuente de Internet	<1 %
	9	bibliotecadigital.umsa... Fuente de Internet	<1 %
	10	biblioteca2.ucab.edu.ve Fuente de Internet	<1 %
	11	www.acede.org Fuente de Internet	<1 %

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Estrategia competitiva y exportación de los T - shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Br. Florian Ortiz Fiana Celeste (ORCID: 0000-0003-0463-4759)

ASESOR:

Mg. Márquez Caro, Fernando (ORCID: 0000-0001-9043-8150)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

Lima - Perú

2019

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES LIMA

Página: 1 de 35 Número de palabras: 7374 Text-only Report High Resolution Activado

Anexo 6: Autorización de versión final.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela Profesional de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Florian Ortiz Fiana Celeste

INFORME TÍTULADO:

"Estrategia competitiva y exportación de los T – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 09 /07/2019

NOTA O MENCIÓN: **16**

Mg. José Orderique Torres

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Florian Ortiz Fiana Celeste

D.N.I. : 77911879
Domicilio : Jr. Trujillo Victoria Baja Manzana "D" lote #4
Teléfono :- Fijo :- Móvil : 958966921
E-mail : Florianortizfiamaceleste@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Negocios Internacionales
Carrera : Negocios Internacionales
Título : Licenciada en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Florian Ortiz Fiana Celeste

Título de la tesis:

"Estrategia competitiva y exportación de los t – shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la victoria al mercado estadounidense, 2018"

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha: 09/07/2019

Anexo 8: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Autora: Florian Ortiz Fiamá

Título: “Estrategia competitiva y exportación de los t-shirts de algodón de las empresas exportadoras del Distrito la Victoria al mercado

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores							
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre estrategia competitiva y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Cuál es la relación entre liderazgo en costos con exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Cuál es la relación diferenciación con la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Cuál es la relación entre segmentación con la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar el grado de relación que existe entre estrategia competitiva y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar el grado de relación que existe entre liderazgo en costos con la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar el grado de relación que existe entre diferenciación con la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Determinar el grado de relación que existe entre segmentación con la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación positiva entre estrategia competitiva y la exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>Hipótesis específica 1</p> <p>Existe relación positiva entre liderazgo en costos y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p> <p>Hipótesis específica 2</p> <p>Existe relación positiva entre diferenciación y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p> <p>Hipótesis específica 3</p> <p>Existe relación positiva entre liderazgo en costos y exportación de los t- shirts de algodón de las empresas exportadoras del distrito la Victoria al mercado estadounidense, 2018.</p>	Variable 1: Estrategia competitiva							
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos	Niveles o rangos		
			Liderazgo en costos	Economías de escala	1,2	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Bajo Medio Alto	Bajo Medio Alto		
				Gestión de gastos	2,4					
				Precio del producto	4,6					
			Diferenciación	Calidad	6,8		Bajo Medio Alto			
				Innovación	8, 10					
				Tecnología	10,12					
			Segmentación	Segmentación demográfica	12,14		Bajo Medio Alto			
				Segmentación psicográfica	14,16					
				Comportamiento de compra	16,18					
			Variable 2: Exportación							
			Dimensiones	Indicadores	Ítems		Escala de valores		Niveles o rangos	Niveles o rangos
			Contratación internacional	Incoterms	1,2		(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre		Bajo Medio Alto	
				Términos de pago	2,4					
Envase y embalaje	4,6									
Transporte	Precio	6,8	Bajo Medio Alto							
	Tiempo	8,10								
	Seguro	10,12								
Volumen de ventas	Competencia	12,14	Bajo Medio Alto							
	Demanda	14,16								
	Factor económico	16,18								
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos								
<p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Método: Hipotético Deductivo</p>	<p>Población: La población de estudio para esta investigación estará constituida por 20 empresas exportadoras de T- shirts del distrito la Victoria.</p> <p>Tipo de muestreo: Censal</p> <p>Tamaño de muestra: 20</p>	<p>Variable 1, 2: Estrategia competitiva y exportación</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Unidad de aplicación: 20 empresas exportadoras de T-shirts del distrito la Victoria</p> <p>Autora: Florian Ortiz Fiamá Celeste</p> <p>Año: 2019</p>								