



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“RELACIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN
INTERNACIONAL Y LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES
ARTESANAS DE JOYERÍA DEL DISTRITO DE MIRAFLORES DEL
AÑO 2008 A 2014”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

BRAVO GARRO ,YANET CAROLAI

ASESOR:

MG. CESAR ENRIQUE AMAYA GARCÍA

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERÚ

2014

JURADOS

PRESIDENTE

MIEMBRO

Mg. Fernando Luis Marquez Caro

VOCAL

DEDICATORIA

A: Mi madre por su constante apoyo y desvelo, a mi compañero Oscar Adrián Ortiz Cahuana, y a mis docentes por su guía y paciencia.

AGRADECIMIENTOS:

A mis padres, a las nueve galerías de las pymes artesanas de Joyería ubicadas en Miraflores, principalmente a los representantes quienes me atendieron y fueron muy gentiles para que esta investigación se lleve a cabo, y por supuesto a mis docentes que me impartieron conocimientos con paciencia y tolerancia.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Yanet Carolai Bravo Garro con DNI N° 47474594, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 03 de Julio de 2014

Yanet Carolai Bravo Garro

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **RELACIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL Y LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMES ARTESANAS DE JOYERÍA DEL DISTRITO DE MIRAFLORES DEL AÑO 2009 A 2014** con la finalidad de **Determinar la relación que existe entre la implementación de estrategias de promoción internacional y las exportaciones de las Pymes artesanas de joyería en el distrito de Miraflores, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Negocios Internacionales.**

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Yanet Carolai Bravo Garro

ÍNDICE

	Pág.
PÁGINA DEL JURADO.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	IV
PRESENTACIÓN.....	V
ÍNDICE.....	VI
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	13
1.1 Problema.....	29
1.2 Objetivos.....	30
1.3 Hipótesis.....	31
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO.....	33
2.1	
Variables.....	33
2.2 Operacionalización de variables.....	33
2.3	
Metadología.....	36
2.4 Tipos de	
estudio.....	36
2.5 Diseño de investigación.....	36
2.6 Población, muestra y muestreo.....	37

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
2.7.1 Cuestionario.....	42
2.7.2 Instrumento.....	42
2.8 Métodos de análisis de datos.....	42
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	43
3.1 Alfa de Cronbach.....	43
3.2 Descripción de los datos.....	43
3.2.1 Estrategia de Promoción Internacional.....	43
3.2.2 Exportación de Pymes Artesanas.....	48
3.3 Prueba de Hipótesis.....	52
3.3.1 Hipótesis General.....	52
3.3.2 Hipótesis Específica 1.....	52
3.3.3 Hipótesis Específica 2.....	53
3.3.4 Hipótesis Específica 3.....	54
3.3.5 Hipótesis Específica 4.....	54
3.3.6 Hipótesis Específica 5.....	55
3.3.7 Hipótesis Específica 6.....	55
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN.....	57
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	59
CAPÍTULO VI: SUGERENCIAS.....	60
CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62

CAPÍTULO VIII: ANEXOS.....	65
-----------------------------------	-----------

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Operacionalización de variables.....	22
Cuadro 2. Número de pymes y artesanías.....	29
Cuadro 3. Criterios de inclusión y exclusión.....	29

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Galerías de Miraflores.....	26
Tabla 2. Galerías y pymes	27
Tabla 3. Alfa de cronbach.....	43
Tabla 4. Estadística de Promoción Internacional.....	44
Tabla 5. Categoría de Promoción Internacional.....	44
Tabla 6. Promoción Internacional.....	45
Tabla 7. Distribución de frecuencia de Promoción Internacional.....	46
Tabla 8. Estadística de Exportación.....	48
Tabla 9. Categoría de Exportación.....	48
Tabla 10. Exportación.....	49
Tabla 11. Distribución de frecuencia de Exportación.....	50
Tabla 12. Resumen de contraste de hipótesis nula	52
Tabla 13. Resumen de contraste de hipótesis específica nula - 1.....	53

Tabla 14. Resumen de contraste de hipótesis específica nula - 2.....	53
Tabla 15. Resumen de contraste de hipótesis específica nula - 3.....	54
Tabla 16. Resumen de contraste de hipótesis específica nula - 4.....	55
Tabla 17. Resumen de contraste de hipótesis específica nula - 5.....	55
Tabla 18. Resumen de contraste de hipótesis específica nula - 6.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Gráfico de distribución de frecuencia de Promoción Internacional	46
Gráfico 2. Gráfico de distribución de frecuencia de Promoción Internacional	50

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la implementación de estrategias de promoción internacional y las exportaciones de las Pymes artesanas de joyería en el distrito de Miraflores. La población fue de 101 pymes artesanas dedicados a la exportación de joyas que se encuentran en las 9 galerías ubicadas en la avenida Petit Thuars, y la muestra fue de 40 pymes, donde los resultados fueron obtenidos mediante un instrumento, válido y confiable (alfa de Cronbach 0.86). Así mismo el enfoque es cuantitativo de tipo descriptivo correlacional, y diseño no experimental.

Mediante esta investigación se pretendió determinar la relación que existe entre la Variable dependiente y Variable independiente, es decir, aceptar la hipótesis: Las estrategias de promoción internacional se relacionan significativamente con las exportaciones de las Pymes artesanas de joyería en el distrito de Miraflores del año 2008 a 2014 Y de este modo plantear recomendaciones con la finalidad de contribuir y mejorar la investigación realizada.

Palabras claves: Estrategias, exportación y pymes artesanas.

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between the implementation of strategies for international promotion and exports of pymes jewelry artisans in the district of Miraflores. The population was 101 artisans SMEs engaged in export of gems to be found in 9 galleries located on Avenida Petit Thuars, and the sample was 40 SMEs, where results were obtained using an instrument, valid and reliable (alpha conbach 8.06). Also the approach is quantitative descriptive correlational, not experimental design.

Through this research pretended determine the relationship between the dependent variable and independent variable, is accepting the hypothesis: international promotion strategies are significantly related to exports of pymes jewelry artisans in the district of Miraflores the 2008 a 2014. And thus make recommendations in order to contribute and improve the investigation.

Keywords: Strategies, pymes and handicraft export.