



**UCV**  
UNIVERSIDAD  
CÉSAR VALLEJO

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROMOCIÓN INTERNACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL DESEMPEÑO  
EXPORTADOR DE PRENDAS DE VESTIR AL MERCADO AMERICANO : CASO  
EMPRESAS EXPORTADORAS DE LIMA METROPOLITANA 2014.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

**AUTOR:**

ANA MARI ALTAMIRANO TORRES

**ASESOR:**

MG. CÉSAR ENRIQUE AMAYA GARCÍA

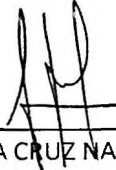
**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

COMERCIO INTERNACIONAL

**LIMA – PERÚ**

AÑO 2014

PAGINA DEL JURADO



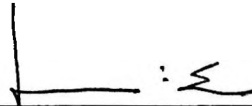
---

MG.FABIOLA CRUZ NAVARRO SOTO  
PRESIDENTE



---

DR. SABINO MUÑOZ LEDESMA  
MIEMBRO



---

MG. FERNANDO LUIS MARQUEZ CARO  
VOCAL

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres por su cariño y apoyo incondicional. A mis hermanos y por ultimo a todas las personas que pudieron darme la fuerza y dedicación para realizar esta investigación.

Agradezco a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque se realidad este sueño anhelado. A la universidad cesar vallejo por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

Agradezco a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con una gran cantidad a mi formación por sus consejos, sus enseñanzas y más que todo por su amistad. De igual manera agradecer a mi profesor de Investigación y de Tesis de Grado por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida.

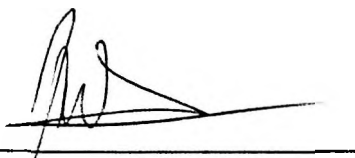
## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo ANA ALTAMIRANO TORRES Con DNI N°444484987, 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 10 de Julio de 2014

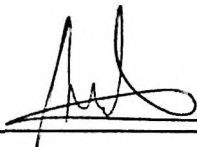
A handwritten signature in black ink, appearing to be 'ANA MARI', written over a horizontal line.

ALTAMIRANO TORRES, ANA MARI

## PRESENTACION

Señores jurados, presento ante ustedes la tesis titulada: PROMOCIÓN INTERNACIONAL Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE PRENDAS DE VESTIR AL MERCADO AMERICANO DE LAS EMPRESAS DE LIMA METROPOLITANA 2014, con la finalidad de determinar si existe relación entre la Promoción Internacional y el Desempeño Exportador, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la universidad cesar vallejo para obtener el Título Profesional de Negocios Internacional.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.



---

ALTAMIRANO TORRES, ANA MARI

## INDICE

Pagina de Jurado.....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimientos.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentacion .....	vi
<b>RESUMEN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>I.INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
1.1 Problema.....	20
1.1.1 Problema General.....	20
1.1.2 Problemas Específicos:.....	20
1.2 Hipótesis .....	20
1.2.1 Hipótesis General.....	20
1.2.2 Hipótesis Específicas:.....	20
1.3 Objetivos .....	21
1.3.1 Objetivo General.....	21
1.3.2 Objetivos Específicos: .....	21
<b>II. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>22</b>
2.1. VARIABLES:.....	22
2.1.1. Variable independiente: Promoción Internacional.....	22
2.1.2. Variable dependiente: Desempeño Exportador:.....	22
2.2 operacionalizacion de variables.....	23
2.3. Metodología.....	24
2.4 Tipo de estudio.....	24
2.5. Diseño.....	23
2.6. Población, muestra y muestreo .....	24
2.6.1 Población .....	24
2.6.2 Muestra .....	24

2.6.3	Muestreo .....	25
2.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	25
2.7.1	Técnica.....	25
2.8.	Métodos de análisis de datos .....	26
2.8.1	Métodos de Investigación.....	25
<b>III.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>27</b>
3.1	ANALISIS DE FIABILIDAD .....	27
3.2	DESCRIPCION DE LOS DATOS .....	28
3.2.1	Variable dependiente: Desempeño Exportador.....	28
3.3	CONTRASTACION DE HIPOTESIS.....	33
3.3.1	Contrastación de Hipótesis General.....	32
3.3.2	Contrastacion de Hipotesis Especifica 1 .....	33
3.3.4	Contrastacion de Hipotesis Especifica 2.....	34
3.3.5	Contrastacion de Hipotesis Especifica 3.....	35
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIÓN .....</b>	<b>36</b>
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>37</b>
<b>VII.</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>38</b>
<b>VII.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. ....</b>	<b>39</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>43</b>
<b>ANEXO 1</b>	<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA .....</b>	<b>43</b>
<b>ANEXO 2</b>	<b>INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS.....</b>	<b>43</b>
<b>ANEXO 3</b>	<b>JUCIO DE EXPERTO .....</b>	<b>45</b>
<b>ANEXO 4</b>	<b>LISTA DE PREGUNTAS CON GRAFICOS Y TABLAS .....</b>	<b>49</b>



## RESUMEN

Esta tesis fue realizada con el fin de poder contar con la información necesaria de las empresas exportadoras de prendas de vestir de lima metropolitana a determinar la relación de Promoción Internacional con el Desempeño exportador de las empresas, Se realizaron encuestas el cual le dio un valor significativo a esta investigación para obtener una mejor predicción. Hoy en día las empresas exportadoras no están exportando en grandes volúmenes por varios factores que influyen en este problema siendo más relevante que no todas las empresas no utilizan la herramienta de promoción internacional que les pueden ayudar a mejorar su desempeño exportador. Por esa razón se realizó el análisis de esta investigación en el cual se analizó a 133 empresas que exportan prendas de vestir al mercado americano a través de un cuestionario de preguntas respecto al tema de investigación que es la promoción internacional y su relación con el Desempeño Exportador de prendas de vestir al mercado americano : caso empresas exportadoras de lima metropolitana 2014. Es de tipo descriptivo correlacional y el de diseño no experimental; según Hernández, Fernández y Baptista (2006) no experimental porque no se realizan manipulación deliberada de las variables. En el caso de las herramientas utilizadas fueron sometidas por criterios de jueces quienes observaron y recomendaron mejoras y optimizaciones para la obtención de los resultados más posibles, las técnicas empleadas permitieron el análisis de fiabilidad correspondiente certificando la validez de los resultados que se obtuvieron. La principal conclusión que se dio es que si existe relación entre la promoción internacional y el desempeño de exportación.

Palabras claves: Promoción Internacional, Desempeño Exportador, Publicidad, Promoción de ventas y Relaciones públicas.

## ABSTRACT

This thesis was realized in order to be able to possess the necessary information of the exporting companies of cloths of metropolitan lime to determining the relation of International Promotion with the exporting Performance of the companies, surveys were realized which gave to him a significant value to this investigation to obtain a better prediction. Nowadays the exporting companies are not exporting in big volumes for several factors that influence this problem being more relevant that not all the companies do not use the tool of international promotion that they can help them to improve his exporting performance. For this reason there was realized the analysis of this investigation in which it was analyzed to 133 companies that export cloths to the American market across a questionnaire of questions with regard to the topic of investigation that is the international promotion and his relation with the Exporting Performance of cloths to the American market: I marry exporting companies of metropolitan lime 2014. It is of descriptive type correlational and that of not experimental design; according to Hernández, Fernandez and Baptist (2006) not experimental because deliberate manipulation of the variables is not realized. In case of the used tools they were submitted by judges' criterion that observed and recommended improvements and optimizations for the obtaining of the most possible results, the used technologies allowed the analysis of corresponding reliability certifying the validity of the results that were obtained. The principal conclusion that was given is that if relation exists between the international promotion and the performance of export.

Key words: International Promotion, Exporting Performance, Advertising, Promotion of sales and public Relations.