



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“ESTRATEGIAS DE MARKETING Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS
MICROEMPRESARIOS DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE ROPA
PARA BEBÉ DE GAMARRA, 2016”**

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

AUTOR:

Rodríguez Salazar, Ray André

ASESOR:

Dr. Muñoz Ledesma, Sabino

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Comercio Internacional

LIMA - PERÚ

Año 2016

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado en primer lugar a mis padres, quienes han sido pilares fundamentales en mi desarrollo académico desde pequeño y gracias a sus consejos, guía, fortaleza y amor he podido culminar este último peldaño de la carrera universitaria. Y sé que no termina aquí, puesto que hay más metas por cumplir y son mis próximos objetivos. Finalmente, dedico este trabajo a mi hija, familia,

amistades y todos aquellos (as) personas que confiaron en mí y me brindaron su apoyo incondicional en todo momento.

iii

AGRADECIMIENTO

La realización del presente estudio no hubiera sido posible sin la luz de Dios y la de mis queridos abuelitos que desde el cielo, me iluminaron siempre; el apoyo de mi familia que día a día estuvo pendiente del avance y finalización del trabajo.

Mi agradecimiento desde el fondo de mi corazón a mis padres, por su apoyo, consejos, ánimos, fortaleza e interés por cada aspecto de mi vida, y preocuparse siempre por la mejora de la presente tesis.

A mi hija Emily Valentina, quien ha sido un gran motivo para seguir adelante y me ha apoyado desde el inicio, siempre con sus sonrisas y caricias, me brindó ánimos para poder culminar la carrera y sustentar una buena tesis.

Al Magister Fernando Márquez y al Doctor Sabino Muñoz, mi agradecimiento sincero por sus aportes y asesoramiento para la finalización de la presente investigación.

A mis recordados profesores de cursos de la Universidad César Vallejo Lima Este, así como también a mis docentes de ADEX, por compartir sus conocimientos y experiencias, destacando su calidad académica.

Finalmente, quiero agradecer a todos las personas que confiaron en mí y tuvieron grandes expectativas de mi persona, espero con esto no haberlos defraudado y gracias nuevamente por la confianza depositada en mí y el apoyo incondicional.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo RODRIGUEZ SALAZAR, RAY ANDRE, con DNI N° 72789911, 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, 13 de Octubre del 2016

v

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la Tesis titulada “ESTRATEGIAS DE MARKETING Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE ROPA PARA BEBÉ DE GAMARRA, 2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

RODRIGUEZ SALAZAR, RAY ANDRÉ

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación de tipo correlacional fue determinar la relación que existe entre las estrategias de marketing y la competitividad de los microempresarios de ropa para bebé de Gamarra, 2016. Para poder desarrollar esta investigación se utilizaron como referentes a los teóricos Lerma y Márquez, Kotler y Armstrong y Karen Weinberger, de quienes se seleccionaron las teorías como El comercio y marketing internacional, Fundamentos del marketing y Estrategias para lograr y mantener la competitividad de la empresa,. Gracias a estudios y teorías propuestas por estos autores se pudo recopilar la información necesaria para poder comprender la variable: Estrategias de marketing. De igual forma, en lo que respecta a la variable: La Competitividad, se tuvieron como referentes a los teóricos Mathews, Porter, Morales y Pech, quienes realizaron sus aportes y estudios basados en El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes, Las ventajas Competitivas de las Naciones y Estrategias y competitividad: un enfoque basado en los recursos. El enfoque para esta investigación fue cuantitativo de diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó como unidades muestrales a 30 microempresarios de mypes exportadores de ropa para bebé de Gamarra. La técnica para la recopilación de datos utilizados fue mediante el censo, utilizando como instrumento el cuestionario conformado de 60 preguntas. Mediante el sistema de SPSS y la estadística descriptiva se pudieron obtener resultados que concluyeron en que existe evidencia que existe una relación positiva y significativa entre “estrategias de marketing y la competitividad por parte de los microempresarios de las mypes de ropa para bebé de Gamarra, 2016.

Palabras claves: Marketing Internacional, Competitividad, Ropa Para Bebé

ABSTRACT

The main objective of this correlational research was to determine the relationship that exists between marketing strategies and the competitiveness of Gamarra's baby clothing microentrepreneurs, 2016. In order to develop this research, the theorists Lerma and Márquez, Kotler and Armstrong and Karen Weinberger, from whom theories were selected such as International Trade and Marketing, Fundamentals of Marketing and Strategies for Achieving and Maintaining the Competitiveness of the Company. Thanks to studies and theories proposed by these authors it was possible to gather the necessary information to understand the variable: Marketing strategies. Likewise, with respect to the variable: Competitiveness, the theorists Mathews, Porter, Morales and Pech, who made their contributions and studies based on The meaning of competitiveness and opportunities of internationalization for the mypes , The Competitive Advantages of Nations and Strategies and Competitiveness: A Resource-Based Approach. The focus for this research was quantitative non-experimental cross-sectional design. As a sample unit, 30 micro-entrepreneurs of mypes baby clothes exporters from Gamarra were used as sample units. The technique for the data

collection used was by means of the census, using as an instrument the questionnaire with 60 questions. Through the system of SPSS and descriptive statistics it was possible to obtain results that concluded that it exists shows that there is a positive and significant relationship between "marketing strategies and competitiveness by microentrepreneurs of the baby clothes of Gamarra, 2016

Keywords: international marketing, competitiveness, baby clothing

