



Universidad Femenina del Sagrado Corazón

Facultad de Gestión Empresarial

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES TEXTILES AL MERCADO
ECUATORIANO DE LA EMPRESA 3L TEXTILES S.A A TRAVÉS DE
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS, AÑO 2021

Tesis presentada por:

INGRID MARA PAREDES VILLANUEVA

VANESSA CRISTINA ECHEGARAY SAEZ

Para obtener el Título Profesional de:

Licenciada en Administración de Negocios Internacionales

Asesor:

Mg. Santos David Vargas Guillén

Cód. Orcid: 0000-0002-0144-3036

Lima – Perú

2021

RESUMEN

La investigación titulada **“Incremento de las exportaciones textiles al mercado ecuatoriano de la empresa 3L Textiles S.A a través de Estrategias Competitivas, año 2021”** se ha centrado en dar respuesta al siguiente problema: ¿De qué manera incrementa las exportaciones textiles al mercado ecuatoriano a través de las estrategias de competitividad de la empresa 3L textiles s.a, año 2021? ; para ello, el estudio se basó en dos teorías, la de Porter para conocer el tipo de Estrategias Competitivas que influyen en el incremento de las exportaciones textiles analizado desde la óptica de la Teoría de Martin y Martínez. Lo expuesto llevó al planteamiento de la siguiente hipótesis: Las exportaciones textiles al mercado ecuatoriano incrementan a través de las estrategias competitivas, empresa 3L Textiles S.A, año 2021, la misma que realizo para su prueba de un estudio cuantitativo cuyos alcances fueron: experimental transversal, aplicada, descriptivo, correlacional. La hipótesis fue sometida a prueba dando como resultado que el liderazgo en costos, diferenciación y segmentación son las que influyen el incremento de las exportaciones textiles de la empresa 3.L textiles S.A; frente a los resultados se ha propuesto estrategias competitivas basada en la realidad de la empresa liderazgo en costo, Se sugiere cambiar los términos de negociación y alianzas estratégicas con los proveedores y supervisión en la mano de obra. Para la estrategia de diferenciación, es necesario poner fuerzas en desarrollo e investigación, convertirse en un especialista en un segmento, asegurando la fidelidad de los clientes y lograr los objetivos empresariales.

Palabras claves: Estratega Competitiva, Diferenciación, Segmentación.