



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**ESTRATEGIA COMPETITIVA DE ENFOQUE Y EXPORTACIÓN DE
CARTERAS AL MERCADO ESTADOUNIDENSE 2008-2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

ORDÓÑEZ LOZA, MARÍA DEL CARMEN

ASESOR:

DR. CARLOS A. CHOQUEHUANCA S.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

EMPRESAS EMERGENTES

LIMA - PERÚ

2016

Dedicatoria

Con todo cariño a mis papacitos que siempre priorizaron mi educación antes que su bienestar con tal de ver coronado mi aspiración de convertirme en profesional.

Agradecimiento

Mi agradecimiento eterno a todos mis familiares y amigos que contribuyeron de un modo u otro a la realización de esta aspiración.

Declaratoria de autenticidad

Yo, María del Carmen Ordóñez Loza con DNI N° 76429395 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, 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 y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 16 de junio de 2016

María del Carmen Ordóñez Loza
DNI 76429395

Presentación

El objetivo de la investigación ha sido determinar la relación que existe entre la estrategia competitiva de enfoque y la exportación de carteras al mercado estadounidense durante el periodo 2008-2015.

La idea que queríamos demostrar era que la estrategia competitiva de enfoque, representadas por la participación de nuestras exportaciones en el mercado norteamericano de carteras y la exportación de dicho producto estaban asociadas positivamente, como dicta la teoría.

Para eso se reunió los datos de los indicadores correspondientes (participación de mercado, volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación) que nos permitiera medir dicha relación.

Los resultados de la investigación los presentamos en siete capítulos.

En el primer capítulo, denominado Introducción, se aborda la realidad problemática, se formulación el problema, se plantean los objetivos y las hipótesis, previo repaso del marco teórico y los antecedentes de la investigación.

En el segundo capítulo, denominado Método, se aborda los aspectos concernientes al diseño de investigación, la operacionalización de las variables, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad; los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos.

El tercer capítulo está dedicado a los resultados de la investigación que dan cuenta de la participación en el mercado, de la evolución del volumen, valor y precio de la exportación y de las relaciones entre dichos indicadores.

El cuarto capítulo corresponde a la discusión de los resultados.

El quinto capítulo presenta las conclusiones de la investigación.

El sexto capítulo expresa las recomendaciones que se derivan de la investigación.

El sétimo capítulo contiene las referencias que han servido de fundamento a la investigación.

El trabajo se complementa con los anexos correspondientes, entre los que destaca la matriz de consistencia.

No puedo terminar esta breve introducción

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	08
ABSTRACT	09
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad Problemática	10
1.2 Trabajos previos	10
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.3.1 Estrategia Competitiva de Enfoque	15
1.3.2 Exportación	18
1.4 Formulación del problema	19
1.4.1 Problema General	19
1.4.2 Problemas Específicos	19
1.5 Justificación del estudio	20
1.6 Hipótesis	20
1.6.1 Hipótesis General	20
1.6.2 Hipótesis Específicas	20
1.7 Objetivos	21
1.7.1 Objetivo General	21
1.7.2 Objetivos Específicos	21
II. MÉTODO	22
2.1 Diseño de investigación	22
2.2 Variables, operacionalización	22
2.3 Población y muestra	22
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	22
2.5 Métodos de análisis de datos	22
2.6 Aspectos éticos	23

III.	RESULTADOS	24
3.1	Resultados sobre las Estrategia Competitiva de Enfoque	24
3.2	Resultados sobre la Exportación	25
3.3	Relación entre Estrategia Competitiva de Enfoque y Exportación	29
IV.	DISCUSIÓN	32
V.	CONCLUSIÓN	34
VI.	RECOMENDACIONES	35
VII.	REFERENCIAS	36
	ANEXOS	38
	Anexo 1. Matriz de Consistencia	39
	Anexo 2. Juicio de Expertos	40

RESUMEN

El objetivo de la investigación ha sido determinar la relación que existe entre la estrategia competitiva de enfoque y la exportación de carteras al mercado estadounidense durante el periodo 2008-2015.

La hipótesis a demostrar era que la estrategia competitiva de enfoque, representadas por la participación de nuestras exportaciones en el mercado norteamericano de carteras y la exportación de dicho producto estaban asociadas positivamente, como dicta la teoría.

Con ese propósito reunimos los datos de los indicadores correspondientes (participación de mercado, volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación) que nos permitiera medir dicha relación.

El resultado de la investigación es que existe una débil relación entre la participación del mercado y la exportación de carteras durante el periodo 2008-2015.

ABSTRACT

The aim of the research was to determine the relationship between the competitive strategy of focus and portfolios export to the US market during the period 2008-2015.

The hypothesis to prove was that the competitive strategy approach, represented by the participation of our exports in the US market portfolio and export of that product were associated positively, as dictated by the theory.

For this purpose we collect data related indicators (market share, export volume, export value and export price) that would allow us to measure this relationship.

The result of the research is that there is a weak relationship between market share and export portfolio in the period 2008-2015.