



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y EXPORTACIÓN DE CAFÉ  
ORGANICO A ALEMANIA 2008-2014**

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

**AUTORA:**

**LESLY RENGIFO GOMEZ**

**ASESOR:**

**MGTR. WILFREDO MANSILLA ANTONIO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MERCADOS EMERGENTES**

**LIMA – PERÚ**

**2015**

## **DEDICATORIA**

Con todo amor y mi cariño a Dios y a mis padres.

A Dios por haber llenado mi vida de personas maravillosas y me ha dado la oportunidad de concluir esta etapa importante de mi vida.

A mis padres por su apoyo incondicional, su amor, fortaleza y aliento para salir adelante cada día.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, mis padres, mis abuelos, mis profesores y a todos mis seres queridos por el apoyo , la fortaleza que me han dado, desde el primer momento que me brindaron y me brindan todo su soporte, amor, cariño y amistad, mi más grande agradecimiento.

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Yo, Lesly Rengifo Gomez con DNI N° 72547520 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, 03 de Diciembre del 2015

Lesly Rengifo Gomez

## **PRESENTACION**

En el presente estudio nuestro objetivo de investigación es determinar la relación entre las estrategias competitivas y la exportación de café orgánico a Alemania en los periodos 2008-2014.

Desde el punto metodológico la investigación es un diseño no experimental debido a que no se manipularan las variables de estudio y de tipo correlacional por asociar las variables y conocer la relación que existe.

En el capítulo uno hablaremos de la introducción, realidad problemática que presentan las empresas exportadoras de café orgánico de nuestro país, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, la justificación, y los objetivos de la investigación.

En el capítulo dos establecemos el método a utilizar en la presente investigación, el diseño, las variables, operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

En el capítulo tres daremos a conocer los resultados de nuestra investigación, en donde veremos los costos unitarios de producción, atributos del café, participación de mercado, valor de exportación, volumen de exportación, precio de exportación y el grado de relación de las variables.

En el capítulo cuarto, se muestra la discusión que contrasta los hallazgos con los antecedentes de la investigación.

En el capítulo quinto sobre las conclusiones, donde podremos ver si existe relación entre las estrategias competitivas y la exportación de café orgánico.

En el sexto capítulo hablaremos sobre las recomendaciones para mejorar la participación de mercado de las exportaciones de café orgánico.

Finalmente, se consideran las referencias bibliográficas y los anexos.

## ÍNDICE

Página del Jurado	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaracion de autenticidad	iv
Presentacion	v
Resumen	1
Abstract	2
I. INTRODUCCIÓN	3
1.1 Realidad problemática	3
1.2 Estudios previos relacionados con el tema	3
1.3 Teorías relacionadas al tema	8
1.4 Formulación del problema	14
1.4.1 Problema general	14
1.4.2 Problemas específicos	14
1.5 Justificación	14
1.6 Hipótesis	15
1.6.1 Hipótesis General	15
1.6.2 Hipótesis Específicas	15
1.7 Objetivos	15
1.7.1 Objetivo general	15
1.7.2 Objetivos específicos	16
II. MÉTODO	17
2.1 Diseño de investigación	17
2.2 Variable operacional	17
2.3 Población y muestra	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
2.5 Aspectos éticos	17
III. RESULTADOS	18
IV. DISCUSION	30
V. CONCLUSIONES	31
VI RECOMENDACIONES	32
VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	36

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la exportación de café orgánico a Alemania en el periodo, 2008-2014.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación tiene un diseño no experimental y es de tipo descriptiva correlacional. Para analizar los datos se ha utilizado el método estadístico que consiste en organizar los datos a través de cuadros, presentar los datos a través de gráficos de línea, describir los datos a través de números estadísticos.

Se obtuvo como principal conclusión que la relación que existe entre la estrategia de liderazgo en costos y la exportación de café orgánico al mercado alemán, 2008-2014 es significativa.

Palabras claves: Estrategias competitivas, Exportación y Café orgánico

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the relationship between competitive strategies and export organic coffee to Germany in the period 2008-2014 .

From a methodological point of view, has a non- experimental research design is descriptive correlational . To analyze the data we used the statistical method is to organize the data by tables presenting data through line graphs , describing data through statistical numbers.

It was obtained as the main conclusion that the relationship between the cost leadership strategy and export organic coffee to the German market , 2008-2014 is significant.

Keywords : Competitive Strategies , Export and Organic Coffee