



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y EXPORTACIÓN DE LAS
EMPRESAS PRODUCTORAS DE MAÍZ MORADO PERUANO AL
MERCADO DE JAPÓN EN EL PERIODO 2008-2014**

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

AUTOR

ROJAS LACHE, JUNIOR ARTURO

ASESOR

Dr. GARCIA TALLEDO, ENRIQUE GUSTAVO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
COMERCIO INTERNACIONAL**

LIMA - PERÚ

2015

Dedicatoria

A mi padre Carlos, mi abuelita Olinda, mi hermano Aarón, a toda mi familia, mi eterna preocupación, mi inspiración y toda mi alegría.

A mi madre Grecia que nunca terminaré de agradecerle por darme la vida y en especial a mi novia Rosmery, conocedora de todo lo que soy.

Agradecimiento

A mi padre Carlos, por todo su apoyo incondicional en las decisiones de mi vida.

A todos los profesores que hicieron posible que esta tesis se realizara.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Junior Arturo Rojas Lache con DNI N° 71197707 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, 26 de junio de 2015

Junior Arturo Rojas Lache

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 Competitivas y exportación de las empresas productoras de maíz morado de la región lima al mercado de Japón en el periodo 2008-2014”, 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.

El presente trabajo de investigación consta de siete capítulos:

Capítulo I: introducción, que se desprende en el problema de investigación, marco teórico, justificación, antecedentes, objetivo general e hipótesis general cada uno con sus respectivos objetivos e hipótesis específicos, el cual sirve como base para este trabajo. Capítulo II: abarca el marco metodológico, variables, metodología, población y muestra, método de investigación, técnica y método de análisis de datos, todo lo anterior sirve como base para obtener información acerca del tema. Capítulo III: resultados, después de toda la información obtenida de diversos libros, páginas oficiales se analiza la información para demostrar la hipótesis general y sus respectivas hipótesis específicas. Capítulo IV: la discusión donde se contrastan las tesis, teorías, artículos científicos empleados en la presente tesis con los resultados obtenidos. Capítulo V: conclusiones donde se menciona las respuestas a las hipótesis específicas y por ende a la hipótesis general, cuya importancia es la justificación de la investigación. Capítulo VI: recomendaciones, lo cual es obtenido de la presente investigación, lo que será de gran utilidad para los interesados en el tema de la exportación de maíz morado al mercado de Japón. Capítulo VII: referencias bibliográficas, donde se encontrarán las fuentes a las cuales se ha realizado la investigación.

Finalmente los anexos en donde se indicará la matriz de consistencia, cuadros y los reportes finales.

Índice

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1. Problema	16
1.2. Objetivos	16
II. MARCO METODOLÓGICO	17
2.1. Hipótesis	17
2.2. Variables	17
2.3. Operacionalización de variables	17
2.4. Metodología	18
2.5. Tipo de estudio	18
2.6. Diseño	18
2.7. Población, muestra y muestreo	18
2.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
2.9. Métodos de análisis de datos	18
2.10. Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES	29
VI. RECOMENDACIONES	30
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
ANEXOS	33

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la exportación de las empresas productoras de maíz morado de la región Lima al mercado de Japón en el periodo 2008 al 2014.

Los indicadores fueron expuestos y comparados para mostrar la relación existente entre las variables. La investigación fue realizada bajo un estudio de tipo descriptivo, con un diseño no experimental.

En los resultados de la presente investigación se demuestra si existe relación entre las estrategias competitivas y la exportación de maíz morado al mercado de Japón en el periodo establecido. No obstante para la realización de este fin se dividió las estrategias competitivas en las dimensiones de estrategia de liderazgo en costos y estrategias de diferenciación, para medirlas se utilizaron los siguientes indicadores: costo unitario y participación en el mercado. Para la variable exportación se utilizaron los siguientes indicadores: valor de exportación y volumen de exportación.

Palabras claves: Estrategias competitivas, exportación.

ABSTRACT

This research aimed to determine the significant relationship between competitive strategies and export of maize producers purple in Lima region to the Japanese market in 2008-2014.

The indicators were presented and compared to show the relationship between the variables. The research was conducted under a descriptive study with a non- experimental design.

The results of this study demonstrated the correlation between competitive strategies and purple corn export to the market Japan in the set period. However, for the realization of this purpose the competitive strategies divided into the dimensions of cost leadership strategy and differentiation strategies, to measure them the following indicators were used: unit cost and market share. For the export variable, the following indicators were used: export value and export volume.

Keywords: Competitive strategies, export.