



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVA Y EXPORTACIÓN DE CALAMAR
GIGANTE AL MERCADO CHINO 2009-2014**

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

AUTOR:

SHEILA LARIZA AGUIRRE ROLANDO

ASESOR:

CARLOS ENRIQUE MONCADA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

EMPRESAS EMERGENTES

LIMA - PERÚ

2015

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres y hermanos que me apoyaron constantemente, en especial a mi madre Juana Rosa.

Agradecimiento

A mi madre por dedicar enteramente a mi formación profesional y personal.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Sheila Lariza Aguirre Rolando con DNI N° 73225709 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, 14 de julio de 2015

Sheila Lariza Aguirre Rolando

Presentación

La presente tesis titulada: “Estrategias competitivas y la exportación de calamar gigante a china 2013-2014” busca demostrar que la aplicación de estrategias influye en la competitividad de las exportaciones de calamar gigante. Para poder demostrarlo se emplearon dos dimensiones de estudio: Estrategias competitivas y exportación.

La tesis está compuesta por siete capítulos. Capítulo I .Introducción: donde encontraremos los antecedentes, marco teórico y justificación como también se encuentra el problema general, objetivo general; y la hipótesis general cada uno con sus respectivos problemas, objetivos e hipótesis específicos.

Capítulo II. Marco Metodológico: Donde se describen las variables, el tipo de investigación, la forma en cómo se va realizar, a quien se va estudiar, etc.

Capítulo III. Resultados: donde se procederá a dar el tratamiento estadístico a los datos para que de esta manera nos permitan demostrar la hipótesis general planteada y sus respectivas hipótesis específicas.

Capítulo IV. Discusión: donde se contrastan las tesis, teorías, artículos científicos empleados en la presente tesis con los resultados obtenidos.

En el capítulo V. Conclusiones: donde se menciona las respuestas a las hipótesis específicas y por ende a la hipótesis general.

En el capítulo VI. Recomendaciones: el cual es obtenido de la presente investigación, de gran utilidad para los interesados en el tema.

En el capítulo VII. Referencias Bibliográficas: donde se encontrarán las fuentes en base a las cuales se ha realizado la investigación.

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

Índice

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Problema	20
1.2 Objetivos	20
II. MARCO METODOLÓGICO	21
2.1 Hipótesis	21
2.2 Variables	21
2.3 Operacionalización de variables	21
2.4 Metodología	21
2.5 Tipos de estudio	21
2.6 Diseño	21
2.7 Población, muestra y muestreo	21
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
2.9 Métodos de análisis de datos	22
2.10 Aspectos éticos	22
III. RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	31
V. CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES	33
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
ANEXOS	36

RESUMEN

El presente trabajo determina las estrategias competitivas en la exportación de calamar gigante al mercado chino. Con la finalidad de comprobar que las estrategias competitivas tienen una relación significativa con la exportación de calamar gigante tanto en el liderazgo en costos como en la diferenciación.

La investigación fue realizada bajo un estudio de tipo descriptivo, con un diseño no experimental.

Palabras claves: Estrategias y exportación

ABSTRACT

This paper determines the competitive strategies of giant squid exports to the Chinese market . Coming to the conclusion that the competitive strategies have a positive relationship with the export of giant squid both cost leadership and differentiation.

The research was conducted under a descriptive study , with a non- experimental design.

Keywords : Strategies and export