



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y EXPORTACIÓN DE FILETE
DE POTA CONGELADA AL MERCADO DE CHINA 2008-2014**

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

AUTORA:

MARLY YANIRA VALCARCEL VALENCIA

ASESOR:

Mg. LUIS ENRIQUE MONCADA SALCEDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ

2015

Dedicatoria

Dedico esta tesis a todas aquellas personas que siempre me brindaron su apoyo y que confiaron en mí. Ahora es momento de retribuir todo el sacrificio que han hecho. Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes:

Papá Aquilino

Mamá Danila

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por ser mi protector y guía. Agradecer a mis padres por su apoyo incondicional, porque gracias a ellos voy a culminar mis estudios.

Por último a todas las personas que estuvieron apoyándome en el transcurso de la tesis.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Marly Yanira Valcarcel Valencia con DNI N° 71206773 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, 24 de junio de 2015.

Marly Yanira Valcarcel Valencia

Presentación

La presente tesis titulada: “Estrategias competitivas y exportación de filete de pota congelada al mercado de China 2008-2014”, tiene como objetivo determinar qué relación existe entre las estrategias competitivas y las exportaciones de filete de pota congelada. Es por ello que para demostrar dicha evolución, se ha empleado 2 dimensiones de estudio: liderazgo en costos y enfoque. Se logró demostrar mediante el uso de una base de datos obtenidos de un software confiable, por lo cual se ordenó y clasificó, que luego se realizó un tratamiento estadístico, mediante cuadros y gráficos. Dichos resultados son propuestos de manera anual, para ayudar a medir la relación de las dos variables antes mencionadas.

La tesis está compuesta por siete capítulos:

Capítulo I. Introducción: encontraremos los antecedentes, marco teórico y la justificación. Además del problema general, objetivo general y la hipótesis general. Cada uno de ellos con sus respectivos problemas, objetivos e hipótesis específicos.

Capítulo II. Marco Metodológico: se describen las variables, el tipo de investigación, la forma en cómo se va realizar, a que empresas 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: aquí se contrasta la tesis, teorías, artículos científicos empleados en la presente tesis con los resultados obtenidos.

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

En el capítulo VI. Recomendaciones: se plantea las recomendaciones que se ha obtenido de los resultados.

En el capítulo VII. Referencias Bibliográficas: se indica las fuentes, de donde proviene la investigación.

Finalmente Anexos: se presenta la matriz de consistencia y los cuadros y reportes finales.

Con este trabajo, se espera que todas las orientaciones sirvan para que las empresas que se dedican a este rubro, sepan de qué manera emplear las estrategias y así puedan competir frente a las otras empresas, que están dedicadas a este rubro. También para aquellos estudiantes y profesionales que se encuentren realizando alguna investigación o proyecto referente al tema.

Índice

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Problema	13
1.2 Objetivos	13
II. MARCO METODOLÓGICO	14
2.1 Hipótesis	14
2.2 Variables	14
2.3 Operacionalización de variables	14
2.4 Metodología	14
2.5 Tipos de estudio	14
2.6 Diseño	14
2.7 Población, muestra y muestreo	14
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
2.9 Métodos de análisis de datos	15
2.10 Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN	24
V. CONCLUSIONES	25
VI. RECOMENDACIONES	26
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27
ANEXOS	28

RESUMEN

En la actualidad, la pota es un alimento marino que tiene un gran atractivo comercial, esto se debe a su abundancia, ya que contiene gran cantidad de nutrientes, bajo contenido en grasas y elevado valor nutritivo por la abundancia de proteínas y colágeno en su composición. El Perú tiene grandes potencialidades de extracción, lo cual lo hace muy atractivo, siendo de importancia económica, nutricional y social, para la población peruana. Por ello, la investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y exportación de filete de pota congelada al mercado de China 2008 – 2014.

La metodología empleada es de tipo descriptivo Correlacional, y de diseño no experimental, puesto que no existe manipulación de las variables, además se observaron antecedentes históricos y se consultaron fuentes secundarias. No se requirió hacer una distinción entre población, muestra y muestreo ya que los datos que hemos utilizado son datos ex post facto.

Finalmente se pudo concluir que la investigación, reflejó que existe una relación entre las variable, ello expresado en la reducción del precio lo cual fue el efecto de la aplicación de la estrategia de liderazgo en costos, por eso es necesario que las empresas peruanas apliquen estrategias para poder internacionalizar sus productos con ventaja ya sea liderazgo en costos, enfoque de mercado entre otras con respecto a sus competidores.

Palabras clave: estrategias competitivas y exportación.

ABSTRACT

At present, the cuttlefish is a marine food that has a great commercial attraction, this owes to his abundance, since it contains great quantity of nutrients, under content in oily and high nutritional value for the abundance of proteins and collagen in his composition. Peru has big potentials of extraction, which makes it very attractive, performing economic, nutritional and social importance, for the Peruvian population. For it, the investigation had as aim determine the relation that exists between the competitive strategies and export of filet of cuttlefish frozen to the market of China 2008 - 2014.

The used methodology is of descriptive type Correlacional, and of not experimental design, since manipulation of the variables does not exist, in addition historical precedents were observed and secondary sources were consulting. It was not needed to do a distinction between population, sample and sampling since the information that we have used is information ex-post fact.

Finally it was possible to conclude that the investigation, it reflected that a relation exists between the variable, it expressed in the reduction of the price which was the effect of the application of the strategy of leadership in costs, because of it it is necessary that the Peruvian companies apply strategies to be able to internationalize his products with advantage already it is a leadership in costs, approach of market between others with regard to his competitors.

Key words: competitive strategies and export.