

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



LA DEMANDA DEL MERCADO DE LA REPÚBLICA POPULAR DE CHINA Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PERUANAS EXPORTADORAS DE MADERA ASERRADA EN EL PERIODO 2010 - 2012

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

AUTOR:

PEREDA FERNANDEZ, JUAN FRANCISCO

ASESOR:

Dr. CARLOS CHOQUEHUANCA SALDARRIAGA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA FORMULACIÓN Y
DESARROLLO DE LA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIO
EXTERIOR**

LIMA – PERÚ

2013

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi esposa e hija, las cuales amo con todo mi corazón y a mis padres por darme la oportunidad de estudiar, pero sobre todo a Dios por guiar mis pasos.

AGRADECIMIENTO
A cada una de las personas que se
involucraron en el desarrollo de esta tesis

PRESENTACIÓN

La presente tesis ha sido elaborada gracias al apoyo de páginas confiables como son la de PROMPERU, ADEX, ADUANAS y libros de apoyo de autores como Michael Porter, Philip Kotler, Gary Armstrong, entre otros y se enmarca dentro del objetivo de ampliar el conocimiento del mercado de madera aserrada en china y la competitividad de las empresas peruanas exportadoras de madera aserrada a este país.

La hipótesis planteada es saber si la demanda del mercado de la República Popular de China se relaciona directamente con la Competitividad de las empresas peruanas exportadoras de madera aserrada en el periodo 2010-2012. El método con el que se probara esta hipótesis es mediante cuadros estadísticos que reflejen en si la producción que se envió a china en dichos periodos.

La primera parte de la tesis contiene la introducción de la misma donde se remarca el problema de la investigación la cual contiene dentro de la misma: la realidad problemática, formulación del problema, justificación, los antecedentes y objetivos de la tesis de igual manera se presenta el marco referencial donde se describe al marco teórico y conceptual de la tesis.

En la segunda parte se presenta el Marco Metodológico el cual lleva dentro del él los siguientes puntos: la hipótesis, las variables, la metodología, la población y muestra, el método de investigación, la técnica de recolección de datos y el método de análisis de datos.

En la tercera parte se realiza el análisis DAT (Descripción Análisis y Tendencia) de los resultados obtenidos mediante cuadros y gráficos estadísticos los cuales ayudan a la elaboración de dicho análisis para que este sea mucho más preciso y confiable.

En la cuarta parte se realiza las discusiones, conclusiones, recomendaciones los cuales ayudaran a tener una visión más clara de lo que queremos conseguir con esta tesis.

Finalmente agradezco a mis profesores metodológico y temático que me apoyaron en la realización de esta tesis.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	02
AGRADECIMIENTO	03
PRESENTACIÓN	04
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
1. INTRODUCCIÓN	09
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	09
1.1.1 Realidad problemática	09
1.1.2 Formulación del problema	12
1.1.3 Justificación	13
1.1.4 Antecedentes	13
1.1.5 Objetivos	15
1.1.5.1. General	15
1.1.5.2. Especifico	15
1.2 MARCO REFERENCIA	16
1.2.1. Marco teórico	16
1.2.1.1 Teoría de la ventaja comparativa	16
1.2.1.2 Teoría de los mercados Imperfectos	16
1.2.1.3 Teoría del ciclo del producto	17
1.2.1.4 Teoría de la Proporción de Factores	17
1.2.1.5 La nueva Teoría del comercio internacional	17
1.2.2 Marco Conceptual	18
1.2.2.1 La Competitividad	18
1.2.2.2 Cadena de Valor	18
1.2.2.3 La Tecnología y la competencia	18
1.2.2.4 Producción	18
1.2.2.5 La Eficacia	19
1.2.2.6 El Precio	19
1.2.2.7 La Motivación	19
1.2.2.8 Fijación de Precio para penetrar el Mercado	20
1.2.2.9 El Sistema de Comercio Internacional	20
1.2.2.10 Estrategias competitivas Básicas	20

1.2.2.11 Entorno Político – Legal	21
2. MARCO METODOLÓGICO	22
2.1. Hipótesis	22
2.2. Variables	
2.2.1. Definición conceptual	22
2.2.2. Definición operacional	22
2.3. Metodología	23
2.3.1. Tipos de estudio	23
2.3.2. Diseño	24
2.4. Población y Muestra	23
2.5. Método de investigación	24
2.6. Técnicas de recolección de datos	24
2.7. Métodos de análisis de datos	24
3. RESULTADOS	25
4. DISCUSIÓN	33
5. CONCLUSIONES	34
6. SUGERENCIAS	35
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
8. ANEXOS	38

RESUMEN

China es el segundo país consumidor de madera del mundo, el desarrollo de este sector, así como una serie de medidas gubernamentales tendientes a desincentivar la forestación y reducir los aranceles aduaneros ha favorecido la importación en los últimos años. En la actualidad el mercado Chino es el primer consumidor de madera aserrada proveniente del Perú, desplazando notoriamente a mercados como el de México y USA.

El objetivo principal es identificar la relación que existe entre la demanda del mercado Chino y la competitividad de las empresas peruanas exportadoras de madera aserrada en el periodo 2010-2012. Como resultado se tiene la necesidad de fomentar el desarrollo de actividades forestales para que así las empresas peruanas exportadoras de maderas aserrada puedan tener mayor competitividad en dicho mercado.

Hay que señalar que el sector maderero atraviesa serios problemas que se derivan de la falta de un marco normativo promotor. Las empresas extranjeras demandan madera aserrada, madera chapada y productos de madera en general (madera, muebles); por tal motivo es importante que las empresas peruanas con certificación FSC tengan vínculos comerciales con compradores internacionales comprometidos con el manejo sostenible de los recursos naturales.

ABSTRACT

China is the second largest consumer of wood in the world, the development of this sector, as well as a series of government measures to discourage afforestation and reduce tariffs on imports has led in recent years. At present, the Chinese market in the first consumer of lumber from Peru, displacing notoriously markets like Mexico and USA.

The main objective is to identify the relationship between the Chinese market demand and competitiveness of Peruvian companies export of sawn timber in the period 2010-2012. As a result there is the need to promote the development of forestry activities so that Peruvian companies exporting sawn timber can be more competitive in that market.

Note that the timber sector through serious problems arising from the lack of a regulatory framework promoter. Foreign companies require sawn timber, veneer and wood products in general (wood furniture), for this reason it is important that FSC certified Peruvian companies have business links with international buyers committed to the sustainable management of natural resources.