



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y EXPORTACIÓN DE SANDÍA
AL MERCADO DE CHILE 2008-2014

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

AUTORA:

WENDY RAQUEL BERNAL ESPINAL

ASESOR:

Mgrt. LUIS ENRIQUE MONCADA SALCEDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ

2015

Dedicatoria

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

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por haberme guiado a lo largo de estos años. Agradecer a mis padres por su apoyo incondicional, ya que gracias a ellos voy a concluir mis estudios universitarios.

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

Declaratoria de autenticidad

Yo, Wendy Bernal Espinal con DNI N° 70578755 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, 22 Junio de 2015

Wendy Raquel Bernal Espinal

Presentación

En la tesis titulada: “Estrategias competitivas y exportación de sandía al mercado de Chile 2008-2014” tiene la finalidad de demostrar que existe una relación entre las estrategias competitivas y la exportación de sandía, para poder demostrar ello se emplean 3 dimensiones de estudio: Liderazgo en costos, enfoque y exportación .El cual se lograra demostrar a través del uso de una base de datos obtenidos de la página de Trade Map.

Estos datos serán presentados de manera anual, para que de esta manera determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la exportación de sandía a través de cuadros y gráficos.

La tesis está compuesta por siete capítulos.

En el capítulo I. Introducción: Encontraremos los antecedentes, marco teórico y justificación. Además del problema general, objetivo general y la hipótesis general. Cada uno de ellos con sus respectivos problemas, objetivos e hipótesis específicas.

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

En el capítulo III. Resultados: Donde procedemos a dar el tratamiento estadístico a los datos a los datos para que nos permita demostrar la hipótesis general planteada y sus respectivas hipótesis específicas.

En el capítulo IV. Discusión: Donde compararemos los hallazgos con los resultados de otras investigaciones.

En el capítulo V. Conclusiones: Donde se expresara si se alcanzó el correspondiente objetivo.

En el capítulo VI. Recomendaciones: Donde se dará algunas sugerencias para poner en práctica mediante acciones la cual permita la mejora de la población estudiada.

En el capítulo VII. Referencias Bibliográficas: Donde mencionaremos los materiales usados para la investigación.

En Anexos: Mostraremos cuadros usados para la investigación.

La Autora

Índice

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Problema	11
1.2 Objetivos	12
II. MARCO METODOLÓGICO	12
2.1 Hipótesis	13
2.2 Variables	13
2.3 Operacionalización de variables	13
2.4 Metodología	13
2.5 Tipos de estudio	13
2.6 Diseño	13
2.7 Población, muestra y muestreo	13
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
2.9 Métodos de análisis de datos	13
2.10 Aspectos éticos	13
III. RESULTADOS	14
IV. DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES	22
VI. RECOMENDACIONES	23
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24
ANEXOS	

RESUMEN

En la actualidad, la sandía es un fruto que está ganando mayor demanda ya que cada vez se difunde más su gran contenido nutricional además de tener un agradable sabor, creciendo año a año las exportaciones de este producto y a la vez entrando a nuevos mercados. Por ello, la investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre las estrategias competitivas y la exportación sandía al mercado de Chile 2008-2014, por lo que se utilizó una metodología observacional. No se requirió hacer una distinción entre población, muestra y muestreo ya que los datos que hemos utilizado para esta investigación son datos ex post facto. Sin embargo, tiene como objeto de estudio a las empresas exportadoras de sandía de nuestro país. Asimismo, no se requiere una técnica, ni instrumento de recolección para la obtención de datos, ya que se extrajeron la información de fuentes existentes y confiables. Se ha demostrado que existe una relación entre el tiempo y el volumen y valor de exportación en los últimos años, siendo en el principal mercado de las sandías peruanas el país de Chile en los últimos tres años, ya que actualmente el principal destino de este fruto es Ecuador a pesar de que este país también produce este fruto; las sandías frescas son las que tiene mayor demanda, pero también hace poco tiempo se ha comenzado a exportar sandía con un valor agregado, nuestro país aún no es uno de los principales exportadores de este fruto; sin embargo; nuestros productores han ido aprendiendo y especializándose más en la producción de sandía. El Perú ofrece precios competitivos acorde con el mercado internacional asimismo los tratados de libre comercio y a la aceptación de la sandía peruana en el mercado internacional ha hecho que aumente la exportación de este fruto. De tal manera se concluye que existe una relación positiva entre la estrategia competitiva de enfoque y la exportación de sandía al mercado de Chile 2008-2014, y también demostramos que existe una relación negativa entre la estrategia competitiva de liderazgo de costo y exportación de la sandía al mercado de Chile 2008-2014.

Palabras clave: exportación de sandía, exportación.

ABSTRACT

At present, the watermelon is a fruit that is gaining major demand since every time his great nutritional content spreads more beside having an agreeable flavor, growing year a year the exports of this product and simultaneously entering to new markets. For it, the investigation had as aim determine the relation between the competitive strategies and the export watermelon to the market of chili 2008-2014, for what a methodology was in use observation. It was not needed to do a distinction between population, sample and sampling since the information that we have used for this investigation is information ex-post fact. Nevertheless, it has as object of study to the exporting companies of watermelon of our country. Likewise, there is needed neither a technology, nor instrument of compilation for the obtaining of information, since there was extracted the information of existing and reliable sources. There has been demonstrated that a relation exists between the time and the volume and value of export in the last years, being on the principal market of the Peruvian watermelons the country of Chile in the last three years, since nowadays the principal destination of this fruit is Ecuador in spite of the fact that this country also produces this fruit; The watermelon fresh airs are those that major demand has, but also it does a little time one has begun to export watermelon with an added value, our country still is not one of the principal exporters of this fruit; nevertheless; our producers have been learning and specializing itself more in the production of watermelon. Peru offers competitive prices according to the international market likewise the agreements of free trade and to the acceptance of the Peruvian watermelon on the international market it has done that increases the export of this fruit. Of such a way one concludes that a positive relation exists between the competitive strategy of approach and the export of watermelon to the market of chili 2008-2014, and also we demonstrate that a negative relation exists between the competitive strategy of leadership of cost and export of the watermelon to the market of Chile 2008-2014.

Important word: export of watermelon, export.