



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD DEL VINO

PERUANO 2008-2016

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

FIGUEROA CONTRERAS, CLARA IRAIDA

ASESOR:

DR. CARLOS A. CHOQUEHUANCA S.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ

2017

Página del Jurado

Dr. Choquehuanca Saldarriaga, Carlos A.

Mstro. Maldonado Cueva, Percy D.

Mstro. Guerra Bendezu, Carlos

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mi madre, que fue la que estuvo año tras año con su apoyo incondicional y empuje para seguir adelante.

Agradecimiento

Agradezco a mi madre y mi madrina, quienes con su esfuerzo me brindaron la educación. Asimismo, agradezco a mis docentes que me brindaron el apoyo necesario en cada duda interpuesta.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Clara Iraida Figueroa Contreras con DNI N° 48239030, 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, 06 de julio de 2017

Clara Iraida Figueroa Contreras

Presentación

El presente trabajo se centra en el estudio del comercio internacional y competitividad del vino peruano durante el período del 2008 al 2016, teniendo como objetivo principal demostrar la competitividad de nuestro vino en el gran mercado internacional.

Para llevar a cabo este estudio hemos recopilado información estadística de valor, volumen y precio de exportación anual de los diferentes países del mundo que más comercializan el vino.

Con el fin de conseguir el objetivo del presente trabajo se ha estructurado en siete capítulos.

En el capítulo 1 se presenta a modo de introducción general, unos breves detalles acerca de la realidad problemática de la investigación, además se presenta los trabajos de investigación de distintos autores que anteriormente han investigado sobre temas relacionados con nuestro problema general o con las variables de investigación. Luego, con la ayuda de diferentes autores, definiremos nuestras dos variables de investigación. Por último, se formulará un problema general y los problemas específicos.

En el capítulo II, explicaremos la metodología de nuestra investigación, definiremos nuestro diseño de investigación y explicaremos nuestras variables de operacionalización y como las vamos a medir.

En el capítulo III, detallaremos los resultados de la búsqueda de nuestra investigación a través de gráficos mostrando la comercialización mundial que se ha presentado en los últimos años.

En el capítulo IV, interpretaremos y analizaremos los resultados de la investigación mediante ellos, surgirán los elementos para plantear las conclusiones de nuestra investigación.

En el capítulo V, presentaremos nuestras conclusiones después de analizar e interpretar los resultados.

En el capítulo VI, plantearemos algunas recomendaciones después de haber interpretado y dado nuestras conclusiones.

En el capítulo VII, colocaremos las referencias bibliográficas reglamentadas por la norma APA, donde obtuvimos las definiciones de nuestras variables de estudio; respetando la autoría intelectual.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	03
Agradecimiento	04
Declaratoria de autenticidad	05
Presentación	06
Índice	08
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	12
1.2 Trabajos previos	13
1.3 Teorías relacionadas al tema	14
1.4 Formulación del problema	20
1.4.1 Problema General	20
1.4.2 Problemas Específicos	20
1.5 Justificación del estudio	21
1.6 Hipótesis	21
1.6.1 Hipótesis General	21
1.6.2 Hipótesis Específicas	21
1.7 Objetivos	22
1.7.1 Objetivo General	22
1.7.2 Objetivos Específicos	22
II. MÉTODO	23
2.1 Diseño de investigación	23
2.2 Variables, Operacionalización	23
2.3 Población y muestra	23
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	23
2.5 Métodos de análisis de datos	23
2.6 Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	24
IV. DISCUSIÓN	52

V.	CONCLUSIÓN	53
VI.	RECOMENDACIONES	54
VII.	REFERENCIAS	55
	ANEXOS	61
	Anexo 1. Matriz de consistencia	62
	Anexo 2. Juicio de expertos	63
	Anexo 3. Lista de los principales países exportadores de vino 2008-2016, valor de exportación, en millones de US\$	65
	Anexo 4. Lista de los principales países exportadores de vino 2008-2016, precio de exportación, en US\$.	66
	Anexo 5. Lista de los principales países exportadores de vino 2008-2016, volumen de exportación, en toneladas.	67
	Anexo 6. Lista de los principales países importadores de vino 2008-2016, valor de importación, en millones de US\$.	68
	Anexo 7. Lista de los principales países importadores de vino 2008-2016, volumen de importación, en toneladas.	69
	Anexo 8. Lista de los principales países importadores de vino 2008-2016, precio de importación, en US\$.	70
	Anexo 9. Productividad de los principales países exportadores de vino 2008-2016, expresado en toneladas.	71
	Anexo 10. Costo de producción de uva de los principales países competidores de vino 2008-2016, expresado en US\$ por toneladas.	72

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de determinar el comercio internacional del vino, para lo cual se desagregó en exportación e importación para luego determinar de la competitividad del vino peruano en términos de productividad y costó unitario de producción.

De esta manera, se procedió a recopilar información de diferentes fuentes como libros virtuales, páginas institucionales y tesis, para que de esta manera se sustente y pruebe dicha relación.

Palabras claves: comercio internacional, competitividad

ABSTRACT

The present work was carried out with the objective of determining the international trade of wine, for which it was disaggregated in export and import and then determine the competitiveness of Peruvian wine in terms of productivity and unit cost of production.

In this way, we proceeded to collect information from different sources such as virtual books, institutional pages and theses, in order to support and prove this relationship.

Key words: international trade, competitiveness.