



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y EXPORTACIÓN DE AJÍ
CHARAPITA AL MERCADO MEXICANO 2008 - 2014**

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

AUTOR:

JEAN PAUL TELLO CHÁVEZ

ASESOR:

MGTR. VLADIMIR VILLANUEVA ORBEGOSO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ

2015

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a mis padres, como forma de agradecimiento y confianza hacia mi persona, ya que gracias a su apoyo he podido avanzar y superarme cada día más en mi vida diaria y carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, por ser mi guía y consejera para realizarme profesionalmente, a su vez agradezco a los profesores que me brindaron su ayuda, tiempo y comprensión, para culminar con el presente proyecto.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Jean Paul Tello Chávez con DNI N° 70920664 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo 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, 15 de diciembre de 2015

Jean Paul Tello Chávez

Presentación

El presente trabajo tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y el nivel de exportación de ají Charapita al mercado mexicano en el periodo 2008- 2014, para lo cual se tuvo como idea demostrar si existe una relación positiva entre las estrategias competitivas y las exportaciones de ají Charapita al mercado mexicano en el periodo 2008-2014. La presente investigación no experimental realizada es de tipo descriptivo-correlacional, cuya investigación se orienta a dos variables: estrategias competitivas y exportación.

Para que el trabajo cumpla con las normas y refleje todos los aspectos de un trabajo de investigación, se ha dividido en siete capítulos, las cuales presentan a continuación:

En el primer capítulo, se presenta la introducción, la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y los objetivos de la investigación.

En el segundo capítulo, se aborda el método, el diseño de investigación, las variables, operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

En el tercer capítulo, se presentan los resultados de los hallazgos obtenidos en la investigación.

En el cuarto capítulo, se muestra la discusión que contrasta mis resultados con los resultados de los antecedentes de la investigación.

En el quinto capítulo, se muestra la conclusión donde he indicado si las hipótesis se han cumplido o no.

En el sexto capítulo, se muestran las recomendaciones, el cual es obtenido de la presente investigación, de gran utilidad para los interesados en el tema.

En el séptimo capítulo, se muestran las referencias bibliográficas, en donde se encontrarán las fuentes en base a las cuales se ha realizado la investigación. Adicionalmente se muestran los anexos que contienen la matriz de consistencia y algunos cuadros estadísticos de importancia.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1 Realidad problemática	09
1.2 Trabajos previos	10
1.3 Teorías relacionadas al tema	13
1.4 Formulación del problema	17
1.5 Justificación del estudio	17
1.6 Hipótesis	18
1.7 Objetivos	18
II. MÉTODO	19
2.1 Diseño de investigación	19
2.2 Variables, operacionalización	19
2.3 Población y muestra	19
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.5 Métodos de análisis de datos	19
2.6 Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN	29
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
VII. REFERENCIAS	32
ANEXOS	35

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la exportación de ají Charapita al mercado mexicano durante el periodo 2008- 2014.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación tiene un diseño no experimental y es de tipo descriptivo correlacional, para lo cual se analizó los datos mediante el método estadístico que consiste en organizar los datos a través de cuadros, presentar los datos a través de gráficos de línea y describir los datos a través de números estadísticos.

Se obtuvo como principal conclusión que la relación que existe entre las estrategias competitivas y la exportación de ají Charapita al mercado de México 2008 -2014 no ha sido significativa.

Palabra claves: Estrategias competitivas, Exportación, ají Charapita.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between competitive strategies and export of pepper Charapita the Mexican market during the period 2008- 2014.

From the methodological point of view, research is a non-experimental design is correlational descriptive, for which the data was analyzed by the statistical method which is to organize the data by tables presenting data through graphs line and describe data through statistically.

It was obtained as the main conclusion that the relationship between competitive strategies and pepper export market Charapita Mexico 2008 -2014 has not been significant.

Key word: Competitive Strategies, Export, pepper Charapita.