



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y EXPORTACIÓN DE LA
CHIRIMOYA AL MERCADO ALEMÁN EN EL PERIODO 2008-2014**

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

AUTOR:

WILLIAMS RONAL MEJIA SALAS

ASESOR:

DR. LUIS ENRIQUE MONCADA SALCEDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2015

Dedicatoria

A mis padres, por su apoyo constante, su motivación e incondicional ayuda, a mis seres queridos, por sus consejos y respaldo en todo momento

Agradecimiento

Quiero agradecer a dios por ser mi guía, a mis padres por ser el motor que me empuja al éxito porque gracias a ellos culminare mis estudios y a todos mis familiares y amigos por el apoyo brindado en el transcurso de mi tesis.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Williams Ronal, Mejia Salas con DNI N° 47161912 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,de

.....

Williams Ronal, Mejia Salas

Presentación

El presente trabajo de investigación titulado estrategias competitivas y exportación de chirimoya al mercado Alemán 2008 – 2014 busca demostrar la relación existente entre las estrategias competitivas y la exportación de chirimoya. La presente investigación no experimental transversal realizada es de tipo descriptivo - Correlacional, cuya investigación se orienta a identificar la influencia entre la variable independiente y la variable dependiente

Para poder demostrarlo se ha identificado dos variables las cuales son: estrategias competitivas y exportación.

Asimismo la primera variable se divide en dos dimensiones: liderazgo en costos y enfoque, la segunda variable posee dos dimensiones: volumen de exportación y valor de exportación. Para lograr demostrar la relación existente entre las estrategias competitivas y la exportación de chirimoya se usaron datos ex post facto los cuales fueron extraídos de páginas confiables.

El presente trabajo de investigación a su vez está compuesto por siete capítulos:

Capítulo I presentamos la introducción: donde encontraremos los antecedentes, marco teórico y justificación como también se encuentra el problema general, objetivo general; e hipótesis general cada uno con sus respectivos problemas, objetivos e hipótesis específicos.

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

Capítulo III. Resultados: donde se encuentran los resultados donde 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: donde se contrastan las tesis, teorías, artículos científicos empleados en la presente tesis con los resultados obtenidos.

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

En el capítulo VI. Recomendaciones: el cual es obtenido de la presente investigación, de gran utilidad para los interesados en el tema.

En el capítulo VII. Referencias Bibliográficas: donde se encontrarán las fuentes en base a las cuales se ha realizado la investigación.

Finalmente los Anexos en donde se indicará la matriz de consistencia y los cuadros y reportes finales

Además de ello espero que la presente investigación sea de guía y gran utilidad para los estudiantes, población en general y pequeños y medianos exportadores.

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	15
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	23
V. CONCLUSIONES	24
VI. RECOMENDACIONES	25
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26
ANEXOS	27

RESUMEN

En la actualidad las exportaciones de productos orgánicos naturales han incrementado notoriamente en los últimos años en nuestro país, por lo cual surge una alternativa para el desarrollo sustentable, tanto social, económico y ecológico de los productos agrícolas, ayudando así a esto profundización en las investigaciones para los agricultores e impulsado el desarrollo y estrategia de mercado. En el mercado europeo se está apreciando mucho los productos orgánicos lo cual se convierte en una oportunidad para la exportación de la chirimoya ya que nuestro país es una de las mejores opciones climatológicas para el cultivo de este fruto que se puede adaptar a climas secos de áreas comprendidas entre los 1.500 y 2.200 msnm. Donde presente extremos de calor siendo sensibles a los hongos y otras plagas. Se puede sembrar en cualquier época del año en comparación a los diferentes países de Latinoamérica La chirimoya es un cultivo de grandes posibilidades de crecimiento en el país por estar catalogado en el mercado internacional como una fruta ideal para las personas con anemia, exceso de colesterol, problemas cardiovasculares, estrés, estreñimiento entre otros por su de gran valor nutritivo y cuyos activos son recomendados en múltiples tratamientos en la medicina naturista. Por ello, la investigación tuvo como objetivo determinar la evolución de la exportación de chirimoya al mercado de alemán 2008-2014. Tiene como objeto de estudio a las empresas exportadoras y zonas productoras de chirimoya del departamento de lima. Asimismo, no se requiere una técnica, ni instrumento de recolección para la obtención de datos, ya que se extrajeron la información de fuentes existentes. Así también la investigación de mercadeo permite que los productores de chirimoya entren en contacto directo con la información obtenida sobre las preferencias en torno a la calidad, presentación, forma, tamaño, color, etc., del cultivo; esta información tiene el objetivo de mejorar el proceso de comercialización de chirimoya desde el productor hasta el mercado. Finalmente la falta de conocimientos sobre los costos de producción y comercialización del producto muestran un resultado negativo en la economía del agricultor, debido a la incertidumbre sobre los precios, cantidad, calidad, variedades del producto y a sus posibilidades de negociar el producto en el mercado. Por lo expuesto, esta investigación esta dirigida en la búsqueda de respuestas a los diversos problemas expuestos. Es relevante porque servirá como fuente de información sistematizada, para la orientación y promoción del agricultor hacia mejores alternativas de uso, producción y comercialización de chirimoya.

ABSTRACT

At present exports of natural organic products has increased markedly in recent years in our country, which emerges an alternative to both socially, economically and ecologically sustainable development of agricultural products, helping to deepening this research for farmers and promoted the development and market strategy. In the European market is appreciating much organic products which becomes an opportunity for the export of cherimoya because our country is one of the best weather options for growing this fruit that can be adapted to dry climates of areas between 1,500 and 2,200 meters. Where this ends being sensitive to heat fungi and other pests. can be planted at any time of the year compared to different countries in Latin America The cherimoya is a crop of great potential for growth in the country to be listed in the international market as an ideal for people with anemia fruit, excess cholesterol, cardiovascular problems, stress, constipation among others for its high nutritional value and whose assets are recommended in multiple treatments in naturopathy. Therefore, the research aimed to determine the evolution of export market cherimoya German 2008-2014. Study aims to exporters and custard apple producing areas of the department of Lima. Also, a technique for collecting instrument or data collection is not required, as the information extracted from existing sources. Thus marketing research also allows producers of cherimoya come into direct contact with the information obtained about preferences regarding the quality, presentation, shape, size, color, etc., the crop; This information is intended to improve the marketing process cherimoya from the producer to the market. Finally, the lack of knowledge about the costs of production and marketing of the product show a negative result in the economy of the farmer, due to uncertainty about pricing, quantity, quality, product varieties and their ability to negotiate the product on the market. For these reasons, this research is aimed at finding answers to the many problems exposed. It is relevant because it will serve as a source of systematic information for the orientation and promotion of better alternatives for farmers to use, production and marketing of cherimoya