

## RESUMEN

Autor [Flores Izquierdo, M.A.](#)  
Autor [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\).](#)  
corporativo [Escuela de Posgrado, Maestría en Agronegocios](#)  
Título **Identificación de variables para desarrollar estrategias competitivas para exportar aceite de oliva de la Región Arequipa al Estado de Rondonia - Brasil**  
Impreso Lima : UNALM, 2017

Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	<a href="#">E71. F4 - T</a>	EN PROCESO

Descripción 164 p. : 120 fig., 4 tablas, 28 ref.

Incluye CD ROM

Tesis Tesis (Mag Sc)

Bibliografía Posgrado :

Agronegocios

Sumario Sumarios (En, Es)

Materia

[ACEITE DE OLIVA](#)

[COMPETENCIA ECONOMICA](#)

[EXPORTACIONES](#)

[MERCADOS MUNDIALES](#)

[INVESTIGACION DE MERCADOS](#)

[CALIDAD](#)

[CONSUMIDORES](#)

[HABITOS DE CONSUMO](#)

[VENTAS](#)

[TECNICAS DE MERCADEO](#)

[ENCUESTAS AL CONSUMIDOR](#)

[METODOS ESTADISTICOS](#)

[EVALUACION](#)

[BRASIL](#)

[PERU](#)

[RONDONIA \(EDO\)](#)

[REGION AREQUIPA](#)

Nº PE2017000529 B /  
estándar M EUV E71

Esta investigación tiene como objetivo general identificar variables para desarrollar estrategias competitivas para exportar aceite de oliva (*Olea europea* L.) de la Región Arequipa al estado Rondonia - Brasil, que permitan el incremento de las exportaciones peruanas y su posicionamiento en el mercado Brasileño. El método utilizado en esta investigación fue Descriptivo – Correlacional, pues se tuvo que analizar y medir información relacionada a

variables como las características sociodemográficas, estilo de vida y comportamiento de compra del consumidor, y competitividad del producto en cuanto a calidad, aprovisionamiento y costos. En los estudios descriptivos se pretendió medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables. En lo correlacional se buscó conocer la relación entre las variables sociodemográficas y de estilo de vida con la variable comportamiento de compra. Los resultados del estudio concluyeron que con las variables identificadas (sociodemográficas, estilo de vida, frecuencia de compra y competitividad del aceite de Oliva); también es necesario desarrollar un planeamiento estratégico del sector Oleícola para posicionar al Perú como primer exportador de aceite de Oliva a Brasil; adicionalmente el estado de Rondonia puede ser segmentado de acuerdo a su edad, sexo y nivel de educación. Según los resultados se pueden identificar principalmente 2 grupos etarios: aquellos entre 27 y 36 años de edad y los que cuentan con 37 y 46 años de edad. En cuanto al sexo se reconoce dos grupos de similar tamaño de hombres y mujeres. La variable edad y la variable sexo pueden definir la adquisición del aceite de oliva. La variable nivel de educación no define la posible adquisición del aceite de oliva. La variable estilo de vida puede influir en la adquisición del aceite de oliva. La competitividad del aceite de oliva de Caravelí se puede reconocer como alta en cuanto a calidad.

## **Abstract**

The objective of this research is identify variables to develop competitive strategies for exporting olive oil (*Olea europea L.*) from Arequipa to Rondonia - Brazil, which will allow the increase of Peruvian exports and its position in the Brazilian market. The method used in this research was Descriptive - Correlational, since it had to analyze and measure information related to variables such as sociodemographic characteristics, lifestyle and consumer buying behavior, and competitiveness of the product in terms of quality, provisioning and costs. Descriptive studies were intended to measure or collect information independently or jointly on concepts or variables. In the correlational, I sought to know the relationship between sociodemographic and lifestyle variables with the variable purchase behavior. The results of the study concluded that with the identified variables (sociodemographic, lifestyle, frequency of purchase and competitiveness of olive oil), to develop a strategic plan for the olive sector to position Peru as the first exporter of olive oil to Brazil; Additionally Rondonia can be segmented according to its age, sex and level of education. According to the results we can identify 2 mainly age groups: those between 27 and 36 years of age and those between 37 and 46 years of age. And for sex, two groups of similar size of men and women are recognized. The

variable age and the sex variable can define the acquisition of olive oil. The variable level of education does not define the possible acquisition of olive oil. The variable lifestyle can influence the acquisition of olive oil. The competitiveness of Caravelí olive oil can be recognized as high in quality.