



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Consumo y exportación del café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Castillo Perfumo, Luciano Manuel (orcid.org/0000-0003-2106-3468)

ASESORA:

Dra. Cavero Egusquiza Vargas, Lauralinda Leonor (orcid.org/0000-0001-5222-8865)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo es dedicado a mi madre, que me dio grandes enseñanzas para este alcanzado sueño.

Agradecimiento

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de Tabla	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I.- INTRODUCCIÓN	1
II.- MARCO TEÓRICO	4
III.- METODOLOGÍA	17
3.1.-Tipo y diseño de la investigación.....	17
3.2.- Variables y Operacionalización	18
3.3.- Población, muestra y muestreo	18
3.4.- Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	19
3.5.- Procedimientos.....	20
3.6.- Métodos de análisis de datos	20
3.7.- Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.	22
4.1. Resultados de la variable consumo de café	22
4.2. Resultados de la Variable Exportación de café	28
4.1.Resultados de la contrastación de las Hipótesis	34
V- DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	38
VI- CONCLUSIONES	42
VII- RECOMENDACIONES	43
Anexos	53
Anexo 1: Matriz de Operacionalización	54
Anexo 2: Matriz de consistencia	56

Índice de Tabla

Tabla 1 Porcentaje del café peruano Importado por Estados Unidos de América	23
Tabla 2 <i>Importación del café peruano región chanchamayo hacia Estados Unidos de América</i>	23
Tabla 3 Volumen de café que produce Perú para Estados Unidos de América ..	24
Tabla 4 Volumen de café que produce Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América	25
Tabla 5 <i>Volumen de Áreas Cultivadas de café en Perú</i>	26
Tabla 6 Volumen de Áreas Cultivadas de café en Perú región Chanchamayo....	27
Tabla 7 Volumen de café que importa Estados Unidos de América	28
Tabla 8 Volumen de café que exporta Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América	29
Tabla 9 Volumen de café que exporta Perú para Estados Unidos de América ..	30
Tabla 10 <i>Volumen de café que exporta Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América</i>	31
Tabla 11 <i>Evolución del Precio promedio del café que exporta Perú para Estados Unidos de América</i>	32
Tabla 12 <i>Volumen de importaciones de café de Estados Unidos de América</i>	33

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad determinar la incidencia entre el consumo y la exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante los años 2018-2021, dado a que es una región muy importante para la exportación de este rubro económico. En cuanto al marco teórico se apoyó en investigaciones internacionales y nacionales. Por otro lado, el estudio se basó en una investigación aplicada, apoyado en un diseño no experimental; el cual permite verificar hipótesis y permite observar el evento después de que ocurrieron por ello no hay manipulación de las variables. En cuanto a la técnica e instrumentos de recolección de datos se empleó la observación documental de informes estadísticos de fuentes confiables, a través de Microsoft Excel 2016, y de esta manera aplicar la estadística aplicada para dar respuesta puntual a las hipótesis presentadas. Obteniendo como resultado, que para la primera hipótesis existe una significancia del 11, 67% entre las preferencias del consumidor EE.UU y la exportación. La segunda hipótesis su grado de significancia fue de 35,07% entre la producción y la distribución a EEUU y en la tercera hipótesis el grado de significancia fue de 82,60 entre las áreas cultivadas y la cotización de los precios del café en el mercado; por consiguiente, estos resultados revelan que la región de Chanchamayo es una región que aporta de manera positiva a la economía nacional. De esta manera, se concluye que el grado de significancia entre la variable consumo y exportación del café a los EEUU, fue de 64,65, lo cual expresa que es medianamente significativa, y que a pesar de la situación de pandemia mundial COVID-19, en los años 2020 y 2021, la región contribuyo de manera positiva a la economía agropecuaria de la región y del país, sin embargo, es importante prestar atención a al cultivo y producción de otros productos dentro de Chanchamayo y su exportación hacia EEUU.

Palabras claves: Consumo de Café, Exportación del café, Productividad.

Abstract

The purpose of this research is to determine the incidence between the consumption and export of Café de Chanchamayo to the United States during the years 2018-2021, given that it is a very important region for the export of this economic item. Regarding the theoretical framework, it was supported by international and national research. On the other hand, the study was based on applied research, supported by a non-experimental design; which allows to verify hypotheses and allows to observe the event after they occurred, therefore there is no manipulation of the variables. Regarding the data collection technique and instruments, documentary observation of statistical reports from reliable sources was used, through Microsoft Excel 2016, and in this way apply the applied statistics to give a timely response to the hypotheses presented. Obtaining as a result, that for the first hypothesis there is a significance of 11, 67% between the preferences of the US consumer and the export. The second hypothesis, its degree of significance was 35.07% between production and distribution to the US and in the third hypothesis, the degree of significance was 82.60 between cultivated areas and the price of coffee in the market. ; therefore, these results reveal that the Chanchamayo region is a region that contributes positively to the national economy. In this way, it is concluded that the degree of significance between the variable consumption and export of coffee to the US was 64.65, which expresses that it is moderately significant, and that despite the global pandemic situation COVID-19, in the years 2020 and 2021, the region contributed positively to the agricultural economy of the region and the country, however, it is important to pay attention to the cultivation and production of other products within Chanchamayo and their export to the United States.

Keywords: Coffee Consumption, Coffee Exports, Productivity.

I.- INTRODUCCIÓN

La economía globalizada a nivel internacional ha generado mayores niveles de competitividad en los productos de gran consumo y mercadeo, como el Café y sus derivados, siendo los países desarrollados del norte los que más reciben la exportación, además, son muy selectivos en la escogencia de los granos que reciben de otros países. Los Estados Unidos, por ejemplo, es un gran consumidor café, y el problema para los exportadores es introducir sus productos en un mercado muy competitivo, por ello se necesita redimensionar las estrategias de exportación y comercialización del producto con el propósito de promover la viabilidad de intercambio comercial. La producción cafetalera en Latinoamérica es generada desde una fabricación a pequeña escala, constituida por familias campesinas, esto ha llevado a que las asociaciones campesinas asuman la necesidad de que el café sea un producto transformado y comercializado para así lograr penetrar en mercados internacionales, tal como, la Unión Europea y Estados Unidos. Al respecto, García y Moreno (2021) señalan que es preciso conocer las maneras en que producen y comercializan las asociaciones campesinas productoras de café, en comparación con otras empresas dedicadas al rubro cafetalero, para así identificar el mercado, sus condiciones, oportunidades y debilidades; además de los procesos logísticos y legales que generan los beneficios y las posibles ventajas competitivas del producto en un proceso de internacionalización; esta redimensión puede garantizar la sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo de la producción cafetalera desde las asociaciones campesinas.

A nivel nacional, las estrategias utilizadas para promover la exportación de las compañías en general del Perú, se requiere realizar de forma que logren vincular e integrar los elementos confluente para que el desempeño del proceso de exportación mejore. En el caso particular de la exportación del café para el mercado estadounidense se precisa involucrar el desarrollo de productores cafetaleros, cantidades de asociaciones y sociedad productoras de café existentes en Perú, tamaño de las empresas involucradas, crecimiento de la producción y exportación, para así valorar los datos referentes a las exportaciones del producto peruano con EE. UU y poder mejorar los elementos que no estén armonizados con el proceso

de exportación, el cual se requiere que sea efectivo y oportuno. Al respecto Apeña y Zarpan (2020) afirman que identificar los elementos precisos de la ejecución de un proceso de exportaciones de café de calidad orgánica del Perú con destino a la unión americana, permite la valoración de los factores determinantes existentes, lo que conlleva a un proceso de exportación con resultados positivos. Mencionan los autores, que la exportación de café últimamente tuvo en ascenso, este evento recurrente se debe en gran parte a la participación integrada de cooperativas que realizaron formaciones sobre las formas de manejar y abordar la exportación de café orgánico en el país.

A nivel local, se precisa conocer y reconocer la calidad del producto (café), así como la capacitación y asociatividad de los productores cafetaleros, ya que estos elementos determinan la exportación de café de calidad proveniente de: Chanchamayo-Junín. Al respecto, Reyes y Santana (2020) afirman que los factores: calidad, capacitación y asociatividad tienen una relación proporcional con la exportación cafetalera regional, ya que dicha vinculación refleja un nivel significativo y correlacionado; por lo cual es imperioso mantener y maximizar la calidad de exportación del producto, así como capacitar en estrategias de comercio exterior a los productores de la zona para dar garantías sustentables y sostenibles de la producción cafetalera de Chanchamayo.

Por consiguiente, este trabajo investigativo plantea por problema general, lo siguiente: ¿Cuál es la incidencia entre el consumo y exportación del café de Chanchamayo hacia los EE.UU durante el periodo 2018-2021?Y presenta los las siguientes interrogantes específicas: ¿Cuál es la incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021?, ¿Cuál es la incidencia entre la negociación y la distribución de exportación del Café de Chanchamayo hacia los EE.UU durante el periodo 2018-2021?, y ¿Cuál es la incidencia entre las exigencias de calidad y la exportación del Café de Chanchamayo hacia los EE.UU durante el periodo 2018-2021?

Es por ello, que la investigación tiene su justificación de forma teórica, metodológica y práctica. Teóricamente porque contribuirá con información actualizada sobre el tema para el desarrollo de otros estudios sobre el tema de la exportación del café peruano. Por su parte, la justificación metodológica, desde la premisa que el estudio está apoyado en el enfoque cuantitativo, siendo sus variables: Consumo y exportación del Café, con sus concernientes dimensiones, desarrollados desde fuentes fehacientes. Además, la justificación práctica de la investigación se concibe desde la opción viable de mostrar a las empresas cafetaleras peruanas estrategias para renovar la gestión operativa de las exportaciones, así como mejoras en la rentabilidad, lo que a su vez trae consigo la sostenibilidad y sustentabilidad en la producción y exportación de café en Perú.

Presentada las justificaciones, el objetivo principal de la investigación es: Determinar la incidencia entre el consumo y la exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021. Mientras que los objetivos derivados son los siguientes: Determinar la incidencia de las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021. Determinar la incidencia de la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo a los EE.UU durante el periodo 2018-2021. Determinar la incidencia entre las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021.

Por último, la hipótesis general es: La incidencia entre el consumo y exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa. Las hipótesis específicas son las siguientes: La incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación del café peruano de Chanchamayo a los EE.UU durante el periodo 2018-2021 es significativa. La incidencia entre la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa. La incidencia de las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo a los EE.UU durante el periodo 2018-2021 es significativa.

II.- MARCO TEÓRICO

Como trabajos previos internacionales y nacionales es posible destacar:

García y Moreno. (2021) efectuaron una investigación titulada: “Viabilidad de exportación y comercialización de café Tinamú orgánico elaborado y producido por la asociación ASOPECAM hacia los países bajos”. Entre sus objetivos está detallar la estrategia para exportar y comercializar café Tinamú, así como su viabilidad de intercambio comercial desde Colombia hacia los Países Bajos, esto con la finalidad de que ASOPECAM logre penetrar en mercados internacionales, tal como, la Unión Europea. El estudio metodológicamente se hizo desde un enfoque de tipología cuantitativa, no experimental, analítica para indagar las formas en que se producía y se comercializaba en la asociación, en comparación con otras empresas dedicadas al rubro cafetalero. Los resultados fueron identificar el mercado, sus condiciones, oportunidades y debilidades; además de los procesos logísticos y legales que generan ventajas y posibles prerrogativas competitivas de los productos en un proceso de internacionalización; la conclusión del estudio es que ASOPECAM con esta redimensión puede garantizar su sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Ochoa et. al., (2021) en su investigación: “Exportación de café tostado y molido al mercado de Chile. Guayaquil. ULVR; este estudio tuvo como objetivo plantear las exportaciones cafeteras tostadas y molidas para Iquique-Chile”; esto con la finalidad que la marca Don Víctor comercialice los productos a dicho mercado. Metodológicamente, se apoyó en un enfoque mixto, con un método inductivo-deductivo y de tipo exploratorio-descriptivo, la población se constituyó por las cinco empresas importadoras en Iquique- Chile. Los resultados arrojaron que los flujos efectivos presentan un resultado positivo, con aumento de las utilidades⁰ anuales. Se concluyó que las planificaciones de exportaciones de la marca Don Víctor tiene viabilidad, financieramente basado en las TIR, que fueron un 135%, por encima a las tasas mínimas de rendimientos; además que los valores actuales netos son positivos para los proyectos amparados por las inversiones. Con este proyecto se pretendió hacer un incremento de la exportación del producto cafetalero tradicional y no tradicional donde participen las PYMES, pequeña y mediana empresa.

Cerquera et al (2020), realizaron un estudio titulado: “Análisis de la competitividad de las exportaciones del café del Huila”. El estudio emerge desde la importancia en las producciones y comercializaciones representan al producto cafetero en Huila, región productora de Café en Colombia; así como la necesidad de indagar y develare la situación que se presenta en ese momento, específicamente sobre la competitividad en la exportación del café tanto para la zona de Huila como para el país. El objetivo del estudio fue establecer los índices de competitividad del café del Huila, esto desde la ventaja comparativa revelada y sus factores determinantes. La metodología empleada es desde el método comparativo, ejecutado en fracciones, primero, se analizó la ventaja comparativa del producto cafetero de Huila y sus demandas reales, y segundo, se analizó las regresiones múltiples. Los resultados arrojaron que la región del Huila posee ventajas para el proceso de exportaciones cafeteras; además que con quienes se dé ve la mejor relación de comercialización es con las naciones del norte. Concluyendo que los elementos determinantes de dicha competitividad positivamente son la relación cambiaria, los productos internos brutos y los importes cafeteros.

Collazos; Piñero y Gutiérrez (2020), presentaron una investigación titulada: “Estudio de viabilidad económica para la producción y comercialización de café robusta (*coffeacanephora*) en Colombia: caso Sabana de Torres, Santander”. Entre sus objetivos estuvo conocer la viabilidad económica de la caficultura colombiana tipo robusta, especialmente en la zona Santandariana. Metodológicamente, se aplicó un estudio desde el método comparativo, de tipo proyectivo se ejecutó comparando la relación del costo de producción con la fuente secundaria que son emanadas desde los responsables oficiales de la competitividad de la Caficultura en Colombia con las respectivas fuentes primarias que se representan desde los costos logísticos que se generan la comercialización y exportación hacia otros países. Los resultados arrojaron que es necesario dar estímulos a las producciones cafetaleras robustas colombianas, aplicando estrategias comerciales y mercadeo, cuantitativas y cualitativas. Concluyendo el estudio que, la industria cafetera colombiana tiene infraestructuras sociales, económicas y agropecuarias, variados climas y contextos especiales para la producción cafetalera de tipo robusto.

Ramírez et al. (2020), tituló su trabajo: “La competitividad de las PYMES en el sector agrícola y su potencial exportador”; desarrollaron como objetivo: identificación de las competitividades es de la PYME en los departamentos Tolimaneses y Cundinamarqueños, para gestar la colocación en el mercado internacional los productos agrícolas y su potencial exportador. En este aspecto, se desarrolló un procedimiento metodológico bajo un diseño cuantitativo de campo, desde la recolección de datos mediante entrevista a los emprendedores. Los resultados expresaron que las Pymes en estudio son altamente competitivas. La conclusión del estudio fue que la competencia y trascendencia en el mercado de las organizaciones en cuestión están vinculadas directamente con su nivel de producción, creatividad y mejora continua.

Lechuga y Vega (2018) realizaron un estudio titulado: “Análisis del comportamiento de las exportaciones del Departamento del Atlántico (Colombia) entre 2012–2016”. El propósito fue un análisis de los comportamientos de exportación en la zona atlántica colombiana entre 2012 -2016. El estudio parte de la necesidad tener conocimientos del valor exportado, destino y canastas de producto colombiano exportado. Metodológicamente, se apoyó en un enfoque de tipología cuantitativa, con técnicas investigativas documentales. Por resultados se obtuvo documentos que esbozan la característica principal de las exportaciones departamentales, los que representan insumos en las direcciones y gestiones del mercado internacional de PYMES. La conclusión del estudio es que no existe relación entre las exportaciones y los indicadores económicos.

Figuroa et al. (2019) realizaron estudio titulado: “Los precios de café en la producción y las exportaciones a nivel mundial”. Entre sus objetivos realizaron un análisis de efectos de precio de tipos cafetaleros, según los Organismos Internacionales del Café (OIC), además del precio de los corredores de valores de las naciones del norte, de sus producciones y exportación cafetalera. El estudio se apoya en una metodología cuantitativa desde la aplicación de los métodos regresionales en la data recabada, la cual tomo datos referidos a las variables, precio, producción y exportaciones; los resultados generados expresan una

relación definida entre los precios internacionales del café y las exportaciones del mismo. Se concluyó que las cantidades producidas tienen relaciones inversas con la exportación de los productos, y directamente con el precio y las bolsas a futuro; por el contrario, para la exportación fue el precio a futuro de las bolsas norteamericanas y brasileñas.

Bohórquez et al., (2021), realizaron un estudio titulado: "Mecanismos de promoción para las exportaciones y su relación con el desempeño exportador de las pymes pisqueras peruanas entre los años 2015-2019", cuyo objetivo fue establecer cómo el mecanismo de promoción de la exportación interviene en los desempeños de las PYMES del Perú. Metodológicamente es de tipología mixta, apoyada en diseños de tipos transversales y correlacionales; por su parte, la recolección de la información fue desde entrevistas y encuestas, las primeras realizadas a nueve expertos en el tema y las otras, a dieciséis miembros del sector. Los resultados determinaron que la promoción de los productos realizada de forma adecuada incide en la exportación de las pymes pisqueras. La indagatoria concluyó, que los elementos de desarrollo promocional se vinculan e integran para que el desempeño del proceso de exportación mejore.

Rivera, N. (2021), presenta un estudio titulado: "Exportación de Café en grano verde procedentes de Perú al mercado de Canadá, 2018-2020", entre sus objetivos estuvo la determinación de las exportaciones cafetaleras a los mercados canadienses de las Cooperativas mencionadas; por ello, metodológicamente la tipología fue cualitativa, descriptiva-explicativa, y no experimental. Los resultados encontrados desde la aplicación de las entrevistas, fueron la identificación de los riesgos de exportación para ingresar a los mercados. Se concluye que las cooperativas en estudio cuentan con la oferta y calidad necesaria y se puede generarlas exportaciones de granos verdes a los mercados canadienses, ya que se cuenta con un producto (café) con alto rendimiento en taza y la certificación (Fairtrade, UTZ, USDA ORGANIC) requeridas para ingresar a los mercados.

Choque (2021) presenta una tesis titulada: "Evolución de la exportación de café: 2010-2020". El objetivo fue la determinación de la forma como los elementos de las áreas de cosechas, rendimientos, tipos de cambios y precios mundiales influyen en

las exportaciones cafeteras peruanas. Metodológicamente, se aplicó un enfoque de carácter cuantitativo con un método deductivo, se utilizaron técnicas analíticas en serie de tiempo de las áreas cosechadas, los rendimientos por hectáreas de cultivo determinando las mejores zonas para las producciones cafetaleras en granos. La data fue recolectada desde artículos, investigaciones, notas de prensa, y otros materiales documentales con relación a las exportaciones cafetaleras del Perú. Los resultados reflejan que los factores establecidos inciden proporcionalmente en la exportación del café peruano. Concluyendo que los climas son factores influyentes a nivel productivo y cualitativo de la comercialización cafetalera, considerando los climas entre 16 y 26 grados.

Apeña y Zarpan (2020) realizaron un estudio titulado: “Factores determinantes en el sector cafetalero del Perú para la exportación de café orgánico hacia el mercado de Estados Unidos durante el periodo 2000 – 2019”; el objetivo del estudio fue identificar los elementos precisos que determinaron la ejecución de los procesos de las exportaciones cafetaleras orgánicas del Perú, con destino al mercado estadounidense en los últimos veinte años. La metodología con enfoque de tipología cuantitativa, diseños descriptivos, longitudinales y no experimentales, haciendo análisis correlacional; la recolección de datos fue de diversos documentos institucionales con información estadística sobre el tópico en estudio, de instituciones como SUNAT, ADUNAS, TRADEMAP entre otros. Los resultados determinaron que las exportaciones del producto peruano con EE. UU, están relacionados con el desarrollo de productores cafetaleros, cuantificación de la asociación y la cooperativa cafetalera existente en Perú, así como, tamaño de las empresas involucradas, crecimiento de la producción y exportación. La valoración de la data informativa permitió concluir que los resultados fueron positivos, ya que el análisis denota que las exportaciones estuvieron en ascenso, este evento ocurrente se debe en gran parte a la participación integrada de cooperativas que realizaron formaciones sobre las formas de manejar y abordar la exportación de café orgánico en el país.

Arroyo y Rodríguez (2021) en su estudio titulado: “El impacto del COVID-19 en las exportaciones del sector cafetalero peruano en el periodo 2015-2021”, este tuvo

entre sus objetivos la identificación de los impactos del COVID- 19 en la exportación cafetalera en dicho tiempo. Se abordó el estudio metodológicamente desde el enfoque con tipología cuantitativa, análisis estadísticos descriptivos y correlacionales, midiendo el valor medio, porcentaje y los datos se analizaron desde la estadística de regresión. El resultado indica que los niveles de correlaciones son altos en relación al impacto de COVID-19 y exportación cafetalera peruana, con un valor de Pearson de 0,74; lo que permite concluir que la pandemia, afectó a la exportación por no tuvo impactos significativos en las empresas cafetaleras entre 2015 al 2021.

Alca (2021), en el artículo “Influencias de la exportación en los crecimientos económicos peruanos durante la pandemia de Covid 19”, refiere entre sus objetivos la identificación de los efectos de la exportación y los crecimientos económicos peruanos en tiempos del COVID19. Para ello, metodológicamente fue de tipologías cuantitativas, transversales, analíticas con los modelos de Mínimos Cuadrados Ordinario. Los resultados determinaron que las exportaciones del Perú durante la pandemia no fueron las esperadas en comparación al flujo de años anteriores. En el estudio se concluye que el COVID-19 tuvo una influencia negativa en el crecimiento económico.

Carpio y Villachica (2021) realizaron una investigación titulada: “Estrategia de Marketing en los Potenciales Exportadores del café Villarriquense, 2021”, entre sus objetivos tuvo el establecimiento de las influencias de variedad de técnicas de marketing aplicadas para potenciar las exportaciones cafeteras en la zona durante el año 2021; para cumplir la meta trazada metodológicamente se realizó un estudio de tipo analítico en diversos indicadores, tales como: costo al cliente, población objetivo, producto y promoción del mismo, para ello la investigación se sustentó metodológicamente en tipologías cuantitativas, no experimentales, básicas, descriptivas-explicativas. Por su parte, la recolección de los datos fue desde las encuestas contentivas de 30 preguntas, usando la herramienta Google forms, la cual fue dirigida a 40 productores de café. El resultado evidenció que si hay una relación de niveles positivos en este estudio, esta deducción se generó con la aplicación de la estadística de Spearman a través del SPSS. Se concluye la

necesidad de establecer diversas tácticas de marketing para potenciar la exportación de café.

Cornejo y Ramírez (2020), en su investigación titulada: “Identificación de los mercados más atractivos para la exportación de café en grano verde por la Cooperativa Bosques Verdes, San Ignacio – Cajamarca, 2019”. Plantearon como propósito el análisis del principal mercado importador de café en el mundo, seleccionando del mercado internacional el más atractivo para la exportación del café, con la intención de generar clasificaciones en los mercados elegidos e identificando en ellos al cliente importador. Metodológicamente, se usaron tipologías descriptivas, y no experimentales. Se procedió a realizar un análisis de los mercados pres seleccionados, desde un análisis internos y externos de los mercados. El resultado arrojó que los mercados japoneses son ideales para la exportación cafetera verde, analizando los valores internos y externos de los mercados; además se identificó al cliente japoneses como importador en granos. Concluyendo que hay oportunidades de exportaciones en los mercados asiáticos, países que están dispuestos a dar el valor a los altos precios por productos de buena calidad.

Castañeda (2018), en su estudio sobre: “Factores determinantes de la exportación de café en el Perú; período 1994-2016”. Plantea entre sus objetivos la demostración de elementos determinantes en las exportaciones cafetaleras, para ello, evaluando factores como los precios mundiales, precios un producto que sustituya los ingresos per-cápita de algunos mercados cafetaleros peruanos destacados. Metodológicamente, el estudio se apoyó en enfoques cuantitativos, longitudinales, no experimentales, mixtos y descriptivos. El resultado del estudio más significativo es que una de las variables determinantes para el proceso de exportación son los precios mundiales del café. Concluye, el estudio que las variables estudiadas determinan las exportaciones efectivas, oportunas y viables del café en el Perú.

Elescano (2018) en la indagación que lleva por título “Las exportaciones peruanas de café y el pilar infraestructura de la competitividad regional”, planteo entre sus objetivos el establecimiento de las relaciones de la exportación cafetalera en Perú

con las competitividades regionales. Metodológicamente, las tipologías fueron correlacionales y no experimentales. Los resultados del estudio arrojan que las zonas que más participan en las exportaciones son Apurímac y Arequipa, la razón de ello son las mejoras de producciones, mientras que, las que menos participan son Amazonas, Ayacucho, Huánuco y Cuzco; la razón fue que los volúmenes de exportación fueron afectados por las plagas de las royas y por el cambio ocasionado por “el niño”. La conclusión evidencia que no se tienen relaciones del volumen de las exportaciones cafetaleras y los pilares de infraestructuras para las competitividades es regionales en dicho año, pero si hay correlación de niveles moderados directos en el factor relacionado con las energías, los transportes y turismos.

Avalos y López (2018) en el trabajo titulado “Exportación de café a Alemania: El caso de la producción cafetalera del departamento de San Martín entre los años 2012 y 2017”, plantearon como objetivo el análisis de la causa de las caídas en los niveles de exportaciones cafetaleras San martininas a los mercados alemanes. Para ello, metodológicamente, se realizó una recolección de información desde la web, en portales como “TRADEMAP, SUNAT, Adrex Data Trade”; igualmente, basado en la información de la cooperativa cafetalera departamental. Los resultados del estudio refieren que, entre los mejores productos peruanos de agro exportación está el café; sin embargo, está atravesando dificultades por la infraestructura de la vía para acceder a las comercializaciones. El estudio concluye que es necesario establecer el proceso para el acceso a la certificación de café que pide el mercado alemán; además es necesario mejorar la condición general de la vía para acceder; y que el gobierno apoye desde establecer estrategias para profesionalizar a los productores del sector cafetalero.

Álvarez (2018) en su investigación que lleva por título: “Estrategia comercializadora de exportaciones cafetaleras a los mercados estadounidenses, de las Asociaciones de productivas cafetaleras de Parías, Chirinos-Cajamarca, 2017 al 2022”, planteó entre sus objetivos la proposición de una estrategia comercializadora de exportaciones cafetaleras para los mercados estadounidenses; para ello, metodológicamente se estableció un estudio de tipologías descriptivas y

exploratorias, con un diseños experimentales, con muestras no probabilísticas; se recolecto la información desde las entrevistas, cuestionarios y análisis documental. El resultado arrojó que las situaciones actuales para comercializar el café tienen una producción en cantidad y calidad satisfactoria, que presenta como mercados potenciales a los estadounidenses. Concluye la investigación, que los diagnósticos y el resultado de las situaciones de del productor Cafetalero del Alto Pirias, tienen niveles productivos y cualitativos satisfactorios, así como buenos desempeños organizacionales, por ello, las asociaciones son más competitivas, razón por la cual es favorable para que aplique estrategias de comercio exterior efectivas y asertivas apoyadas en la estrategia para comercializaren: Soriano, Baená y Kotleres recomendable el uso de las 4P.

Camacho (2018), en su trabajo de grado titulado “Problemáticas de exportaciones cafetaleras orgánica hacia el mercado italiano de los PYMES de Bagua, 2018”; planteó entre sus propósitos el análisis de los presupuestos asignados a los cafetaleros de Bagua, por representar problemáticas para las PYMES cafetaleras orgánicas en la exportación de sus productos. Metodológicamente, las tipologías fueron descriptivas, y no experimentales. El resultado demuestra que los tipos de financiamientos al que pueden accederlas PYMES del café orgánico de Bagua se consideran problemáticas en las producciones y exportaciones de sus productos al mercado italiano en 2018. Se concluye, que es preciso adoptar con urgencia una estrategia para lograr cambios significativos en las producciones, con tecnologías novedosas e innovadoras, además de la formación y capacitación para poder conocer y aprender sobre comercio exterior.

Condori y Quispe (2021) en su indagación titulada: “Impactos de las exportaciones cafetaleras en los crecimientos económicos peruanos entre 2013 al 2019; la cual tuvo entre sus objetivos evaluar los impactos de las exportaciones cafetaleras en los crecimientos económicos (PBI) peruano en los años indicados; para tal fin se fundamentaron en la problemática de los descensos de la exportación, reducciones internacionales de los precios del café en 15,90%, incrementos de los tipos de cambios en 38,05% afectando de forma negativa la exportación y los crecimientos económicos peruanos. Metodológicamente se aplicaron las tipologías descriptivas

y no experimentales, apoyado en modelos de regresiones lineales múltiples. El resultado evidenció que al aumentar la exportación al 1%, se incrementa la economía en un 0,84%. Mientras que, al aumentar los índices de demandas al 1% los crecimientos económicos se reducen al 3,48%, de forma recíproca. La conclusión expresa que los índices de exportaciones cafetaleras del Perú influyen de forma significativa en los crecimientos económicos.

Ayllón y Loayza (2020), presentaron una investigación titulada: “Principales factores que influyen en la exportación del café proveniente del valle del monzón en la región Huánuco año 2019”, entre sus objetivos tuvo la identificación del factor primordial vinculado a las exportaciones cafetaleras del Monzón-Huánuco. Para ello, se aplicó una metodología de tipos mixtas, aplicadas, no experimentales, y descriptivas y diseños explicativos, además se aplicaron instrumentos de recogida de información como cuestionarios estructurados y las entrevistas a especialistas con fines cualitativos. Los resultados evidencian que las productividades exportadoras cafetaleras, los conocimientos de los comercios exteriores y la certificación internacional, representan valores agregados. En este sentido se concluye que estos factores tienen vinculación directa con la exportación del café; el reconocimiento y apropiación de dichos factores les permitirá a los productores cafetaleros ser competitivos en el mercado internacional de café.

Evangelista y Ruiz (2018), en el estudio sobre el “Diagnósticos situacionales de las ofertas cafetaleras exportables de tostados desde Satipo-Junín a los mercados chilenos”. Plantea el estudio como objetivo diagnosticar las situaciones de ofertas cafetaleras exportables para los mercados chilenos. Se aplica metodológicamente una revisión sistémica desde el PENX 2025 para el diagnóstico de información y dimensión de lo recolectado. Los resultados indican que el proveedor de materias prima, equipo, capacitaciones, entre otras instituciones que apoyan los desarrollos productivos cafetaleros nacionales e internacionales, son: “ADEX, PROMPERÚ, Juntas Nacionales de Café, Ministerios de Agriculturas y Riegos, Centrales de Café y Cacao Peruanas”, entre otros. La conclusión de la investigación refiere que, para entrar el café del Perú a Chile, no hay barreras arancelarias o no

arancelarias que puedan ser consideradas como dificultades para sus comercializaciones.

Rodríguez y Silva (2017) en su investigación que llevó por título “Propuestas de una estrategia promocional que impacte en los crecimientos de venta a niveles internacionales los productos cafetaleros orgánicos de CASIL-LTDA de San Ignacio en Cajamarca, año 2016”. El propósito fue proponer estrategias de promoción, para favorecer en el crecimiento de las ventas. Metodológicamente, es un enfoque cuantitativo, de campo, tipo proyectivo. Los resultados demuestran que los países que pagan mejores precios al producto ofertado café orgánico de la Cooperativa Agraria Cafetalera, son: Estados Unidos, Canadá, Japón y Alemania. Concluye el estudio en el quinquenio no ha habido incrementos considerados porque solamente hay variaciones de 1% al 2%, con promedios de 5060 quintales en el mercado diferencial. Se recomienda implementar las estrategias para incrementar en un 30% las ventas.

Reyesy Santana (2020) titulan su trabajo: “Análisis de los elementos cualitativos, capacitaciones y asocia actividades y su influencia en la exportación cafetalera especial de Chanchamayo-Junín, durante 2014 al 2018”; el cual tuvo como objetivo analizarlas calidades, capacitaciones y asocia actividades vinculadas con la exportación cafetalera en Chanchamayo-Junín. Metodológicamente generó enfoques mixtos. Presentando como resultado los factores analizados referidos a la calidad, capacitación y asociación tienen una relación proporcional con la exportación regional. La conclusión es que los elementos tienen relaciones con la exportación cafetalera, y tienen niveles especiales, significativos y correlacionados.

Se utilizaron las siguientes teorías para sustentar nuestra **variable Consumo**, según Keynes (1992) afirma que los consumos dependen principalmente de los ingresos; aunque hay otros factores, no tienen importancias suficientes, en ese sentido las funciones de los consumos son solo dependientes de los ingresos reales disponibles. Por otra parte, Morettini (2002) señala esta variable se sustenta en la Teoría del Ingreso, ahora bien, las razones por las cuales los consumos se modifican de formas más ligeras que los ingresos son que estos dependen de los

ingresos actuales y anteriores, especialmente de los máximos ingresos recientes. Ríos (2016) señala que el consumo de café ocurre desde tres factores frecuencia establecida, lugar y horario de consumo acuerdo al gusto del consumidor. Sus popularidades son por ser vigorizantes y estimulantes.

Las teorías que definen la **variable Exportación** según Sulser y Pedroza (2004), son procesos que implican compromisos y dedicaciones, conocimientos técnicos-teóricos, e identificaciones del elemento que son las claves del mercado internacional por el productor y comercializador para incrementar la participación y las ganancias. Daniels, Radebaugh, & Sullivan, (2018) expresan que la ejecución del proceso de exportación está vinculada con las ventajas competitivas que posea la empresa, como las ubicaciones de los mercados y sus internalizaciones que surgen de la transacción e integraciones de las empresas. Para estudiar la exportación, la teoría de las 4 P de McCarthy señala los cuatro elementos primordiales en una empresa: productos, precios, puntos de ventas y promociones; estos son necesarios para satisfacer necesidades de cliente, obteniendo ventas y alcanzando objetivos de la organización (Tataje, 2018).

En este sentido, para precisar a la **variable Consumo**, sus dimensiones e indicadores se esgrimieron los subsiguientes escritores: Arellano (2002) asevera que los consumos son aquellas actividades internas o externas de los individuos o un grupo dirigidos a satisfacer la necesidad de ellos a través de adquirir un bien o servicio. En relación a los indicadores de la variable, sobre el primero de ellos, Pérez, Gemma, Varela-Moreiras (2015) señalan que **la frecuencia de consumo** proporciona información descriptiva cualitativa sobre patrones de consumo de un producto. Ahora sus indicadores, consumo diario de café y consumo no diario del producto, son definidos por Ríos (2016) como que el 55% de las personas consume a diario café, mientras que 35% de los consumidores lo consume alguna vez en las semanas, 6% por semana, 2% raras veces, y 1% menor a una vez por semana y 1% nunca. Mientras que el indicador, **Preferencia de consumo** es definido por Rosero (2019) como la elección de un consumidor sobre un bien/servicio, esto está vinculado en la manera de comportarse, ya que las decisiones son establecidas en función de su capacidad, economía y disponibilidad. Ahora los indicadores de esta

variable, el primero, comportamiento de consumo es conceptualizado por Hoyer et al (2015) como donde se reflejan la toma de decisión del consumidor para la adquisición o consumo del bien o servicio. El segundo, Gustos del consumidor, según Salas (2011) se refiere predilecciones que el agente económico manifiesta por un bien o servicio en particular, incidiendo en las formas y magnitudes de las demandas. La dimensión **Hábito de Consumo** se concibe como las conductas de Consumo (Ortega, et al., 2004), esta refleja como indicadores, Conductas responsables de consumo y Conductas impulsivas de consumo, ellos definen el consumo a lo que resulta de las acciones repetidas con frecuencia o automatizadas, el primero controlando la adquisición y el consumo; y en el otro, incide la impulsividad (Ortega, et al., 2004). La última dimensión **Efecto del Consumo**, según Raiteri (2016) es lo que genera los consumos de productos por los clientes. Los indicadores de esta dimensión son definidos por Ríos (2016), el café como producto generan efectos vigorizantes, tonificantes y estimulantes, esto como consecuencias de las presencias de cafeínas en alrededor de un 0,75% al 1,5%.

En relación a la categoría denominada Exportación, sus dimensiones e indicadores se emplearon los siguientes autores: Marín (2020) menciona que la comercialización exterior o exportación es la acción por parte de las organizaciones para facilitar la venta de un producto, garantizando que este llegue al cliente final fuera del país. En relación a los indicadores de la variable, sobre el primero de ellos, Duque (2005) define al **Cliente** como los encargados de comprar los insumos o servicios de las empresas, en otras palabras, es el consumidor. Para sus indicadores, según EAE Business School (2021) explica que el nivel de demanda simboliza el total de productos que se calcula que podrían ser adquiridos por los consumidores de un mercado. Fernández (2018) define al nivel de satisfacción como aquel indicador que muestra el agrado y complacencia del cliente con el producto o servicio adquirido. La segunda dimensión, **Distribución** según Carpio y VillaChica (2021) se define como el alcance que tiene el mercado de un bien o servicio específico; en relación a sus indicadores, que tiene relación con la diversificación de la oferta del producto que son: Exportaciones de café en granos y Exportaciones de café en FOB, estos se definen como la cantidad de productos exportados según sus niveles de calidad y satisfacción que brinda a los

consumidores (Junta Nacional del Café, 2020). La tercera dimensión, **Cotización en el Mercado**, según Kotler & Armstrong (2012) lo definen como el valor dado por los clientes de acuerdo al beneficio de alcanzar un producto o recibir un servicio. En relación a sus indicadores, el primero, los descuentos se definen Bresani, Burns, Escalante y Medroa (2018) como la operación de rebajar o reducir la cantidad a pagar, con el fin de incrementar la demanda. Y sobre el margen de ganancia, Raymundo y Vásquez (2017) expresan que es la rentabilidad que produce una organización.

III.- METODOLOGÍA

3.1.-Tipo y diseño de la investigación

Tipo de Investigación

La Investigaciones de tipo Aplicada, y tiene por propósito principal dar respuesta a un problema específico, limitándose en la indagación y reforzamiento de la idea que se tenga de un tema particular para su posterior aplicación, y de esta manera para el beneficio cultural y científico. En otras palabras, está dirigida básicamente a la búsqueda a través del conocimiento científico, de los medios metodológicos y tecnológicos, por los cuales se puede cubrir o alcanzar una necesidad planteada y de esta manera darle respuesta, (Concytec, 2018)

Diseño de Investigación

Este estudio es de tipo no experimentales. El carácter No experimental, se refiere a que como no se pretende ejercer intervención expresa de las variables ni alterar su comportamiento, dado a que la investigación se realizará sin que el investigador altere las variables en estudio; Palella y Martins (2017) expresa que en este diseño no se presenta el manejo de las variables.

En este sentido, este tipo de investigación, lo que se hace realmente es observar directamente los eventos, desde su contexto natural, para después investigarlos. Por lo que, no se edifica ningún evento, solo se observan eventos que existen, las cuales no son provocadas intencionalmente por el investigador.

3.2.- Variables y Operacionalización

Variable de Consumo de Café

Preferencias del Consumidor

 Café peruano Importado por USA

 Café de Chanchamayo importado por USA

Producción Volumen de café que produce Perú

 Volumen de Café que produce la región de Chanchamayo

Áreas cultivadas

 Hectáreas de café cultivadas en Perú

 Hectáreas de café cultivadas por Chanchamayo

Variable Exportación del Café

Potencialidad del Clientes

 Volumen importación

 Volumen de exportación

Canales de distribución Mundial

 Exportación de café en granos.

 Exportación de café en FOB

Cotización en el Mercado

 Precios de Ventas

 Volumen de Importaciones

3.3.- Población, muestra y muestreo

Las poblaciones en las investigaciones están constituidas por las unidades de estudio: empresas, comunidades, personas o textos, que posean la información referida al tema. Al respecto, Palella y Martins (2017) señalan que las unidades de estudio son aquellos conjuntos de los cuales se desea adquirir información y sobre los que a su vez se establecen conclusiones. En este estudio la población está conformada por la información temporal–histórica de varios indicadores macroeconómicos que permiten la caracterización de la situación en estudio, tales como: Producto Bruto Interno (PBI), inflación, precio de café, exportaciones de café y país destino (Estados Unidos) de la exportación cafetalera peruana de Chanchamayo en el periodo 2018-2021.

La muestra es definida subconjuntos de las poblaciones, que es asequible a ser investigado, este es limitado y es en este que se ejecutan las mediciones que luego pueden llevarse a conclusiones generalizables al universo poblacional. En este caso, la muestra se constituirá por 20 documentos provenientes del organismo de superintendencias nacionales aduaneras y administrativas del Gobierno Peruano (SUNAT), que reflejen Producto Bruto Interno (PBI), inflación, precio de café, exportación de café y país destino (Estados Unidos) de las exportaciones del café peruano en Chanchamayo en el periodo 2018-2021, constituida de los siguientes aspectos:

Criterios de Inclusión, serán los Documentos oficiales del SUNAT durante el año 2018- 2021 y los Documentos oficiales del SUNAT durante el año 2018-2021 que detallen la información cafetalera de Perú, específicamente en Chanchamayo y sus exportaciones. Mientras que los Criterios de Exclusión, son los Documentos No oficiales del SUNAT.

Los muestreos que se asumen en esta indagación son muestreos no probabilísticos, desde la particularidad de la muestra por conveniencia, sobre esta tipología, Hernández et al (2018) expresan que los factores a elegir no tienen dependencias probabilísticas. Para el estudio, la muestra por conveniencia, refleja la selección de documentos que destaquen información relevante sobre los elementos que precisan ser investigados.

3.4.- Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

En este aspecto, las mismas representan los mecanismos ejecutados en la obtención la información y en cuanto al instrumento representan los medios para recopilar dicha información, en esta investigación se empleó el análisis documental, la cual tiene el propósito de verificar de manera sistemática y reiterativa los datos presentes en los documentos especificados, esto se hace de forma analítica y así establecer el significado de cada información. (Palella y Martins, 2017, p.70)

En este sentido, el análisis documental permite la caracterización, la recolección y el posterior análisis de documentos, donde se relacionan con el hecho estudiado.

Para el caso de esta investigación, se recolectó información de informes estadísticos de fuentes confiables de publicaciones no periódicas en línea de carácter institucional de la SUNAT del año 2018-2021.

Ahora bien, en cuanto al instrumento utilizado fue la ficha de registro, donde Palella y Martins (2017), explica que, generalmente vienen preestablecidos los aspectos a analizar. Se recomienda que este tipo de instrumento deben ser fáciles de registrar los datos para que la persona involucrada pueda registrar los datos de manera más rápida.

En este sentido, en el anexo N° 2 se desarrolla el fichero de información que asumirá la investigación. Para el cumplimiento de la recopilación de la información se utilizarán cuadros estadísticos a través que serán elaborados en Microsoft Excel, donde se vaciará la información para posteriormente hacer los análisis estadísticos correspondientes, utilizando para tal fin formulas estadísticas tales como dispersión y correlación lineal, frecuencias, regresión lineal.

3.5.- Procedimientos

Para los procedimientos indagatorios se aplicará la ruta procedimental referida Hernández et al (2019) , se inicia con validar el diseño de investigación, el cual debe especificar estar relacionado con el objeto de estudio desde la caracterización del problema; así como la hipótesis y los objetivos poseen consistencia. Luego se procede a la recaudación efectiva, correcta y oportuna de las variables establecidas desde las unidades de análisis. La recolección de la información debe ser lógica y sistemática, para generar el paso de la fase analítica que permita la guía desde el objetivo general hasta llegar a las conclusiones.

3.6.- Métodos de análisis de datos

De acuerdo con Palella y Martins (2017), los métodos de análisis de datos, presentan los distintos mecanismos analíticos a los que serán puesto a prueba los datos recolectados, donde inicialmente se clasifican, registran y tabulan de manera sistemática para la interpretación de los mismos.

En este mismo orden de ideas, dicha técnica se manejará utilizándolos métodos estadísticos tanto la descriptiva como la aplicada, donde los datos recolectados serán agrupados y organizados en tablas de datos, para su graficación y posterior análisis, se utilizará Microsoft Excel.

Posteriormente, estos datos se presentarán en tablas, donde se especifican su porcentaje de variación. Cabe señalar que, el análisis de los mismos se realizará de manera cualitativa partiendo de los documentos e informes estadísticos, como herramienta principal en el tratamiento de los de datos cuantitativos referidos a los macro-indicadores extraídos de los documentos estudiados. Se utilizará el método de análisis descriptivo disponiendo del método de coeficiente de determinación R^2 , que se utiliza para verificar el ocurrencia de cada variables dentro de la hipótesis.

En este sentido, se puede decir que el coeficiente R^2 , representan el equilibrio de la varianza general de la variable expresada por la regresión. De esta manera, dicho coeficiente, refleja el grado de ajuste que presenta un modelo con respecto a la variable que intentar expresar. (López, 2017)

3.7.- Aspectos éticos

Esta indagación se ejecutará desde nociones éticas que fomentan el valor y sumisión a la posesión de derechos intelectuales Valdez(2018). Desde esta perspectiva, es preciso otorgar crédito a las fuentes citadas en la investigación realizada, pues esto garantiza los derechos de autor.

IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.

A continuación, se presenta los resultados de manera escrita y de forma gráfica, altamente vinculados con los documentos analizados anteriormente, describiendo detalladamente de forma escrita, los indicadores especificados por cada dimensión y variable de estudio. (Palella y Martins,2017, p. 181).

Cabe señalar, que se especifican los análisis en base a los datos presentados en las tablas y gráficos estadísticos, este análisis se hace en función a lo observado en los mismos.

Análisis Descriptivo

Variable Consumo

Las dimensiones de la primera variable

4.1. Resultados de la variable consumo de café

El consumo de café en Perú los últimos cuatro años, a pesar de los años de pandemia COVID-19, se ha proyectado un crecimiento constante, en este sentido , ha favorecido de manera positiva el suministro de trabajo a las familias de la región, además de la posibilidad de diversificar el producto de manera estratégica para exportarlo a otros países .A continuación, se especifican los indicadores de esta dimensión:

Preferencias del Consumidor

En este aspecto se especifica en porcentaje, la selección por parte de estados Unidos (EEUU) del café de Perú y su proyección para la región de Chanchamayo , en un 17%, según cifras de TRADEMAP, SISCEX, MINCETUR. Del periodo 2018-2021.

Tabla 1 Porcentaje del café peruano Importado por Estados Unidos de América

AÑO	EN PORCENTAJES	VARIACIÓN (%)
2018	3,77	
2019	3,79	0,42%
2020	3,90	2,87%
2021	2,71	30,47%

Fuente: TRADEMAP

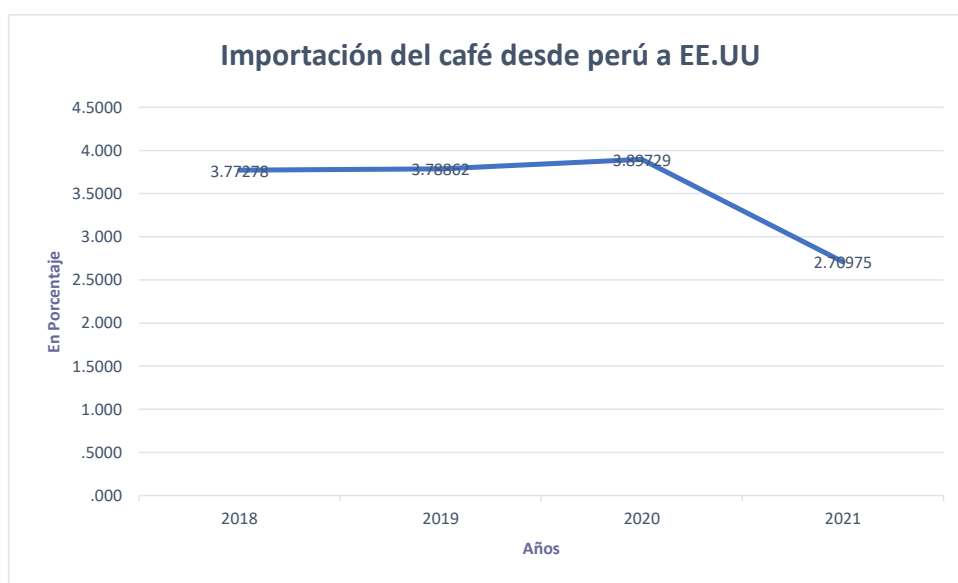


Figura 1. Importación del café peruano hacia los Estados Unidos de América

En la Tabla 1, se observa que desde el 2018 al 2020 hubo un ligero crecimiento de importaciones de café hechas por Estados Unidos, sin embargo, para el 2021 hubo una ligera baja, tal como muestra a continuación:

Tabla 2 Importación del café peruano región chanchamayo hacia Estados Unidos de América

Año	En Porcentajes	Variación (%)
2018	0,64	
2019	0,57	-11,39%
2020	0,62	9,73%
2021	0,43	-30,47%

Fuente: TRADEMAP

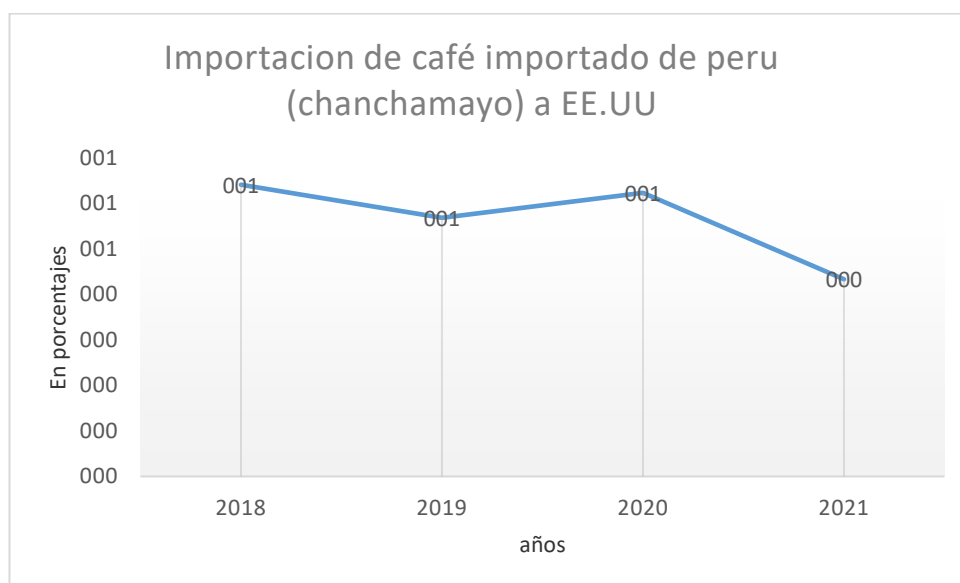


Figura 2 Importación del café peruano región chanchamayo hacia Estados Unidos de América

En la Tabla 2, igualmente se observa que desde el 2018 al 2020 hubo un ligero crecimiento en las importaciones hechas por Estados Unidos con la contribución de café de la región Chachamayo específicamente, sin embargo, para el 2021 hubo una ligera baja, tal como se muestra a continuación:

Producción de café en la región de Chanchamayo

Tabla 3 Volumen de café que produce Perú para Estados Unidos de América

Año	Toneladas Métricas	Variación (%)
2018	271.087,00	
2019	251.752,00	-7,13%
2020	353.170,00	40,28%
2021	364.726,00	3,27%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

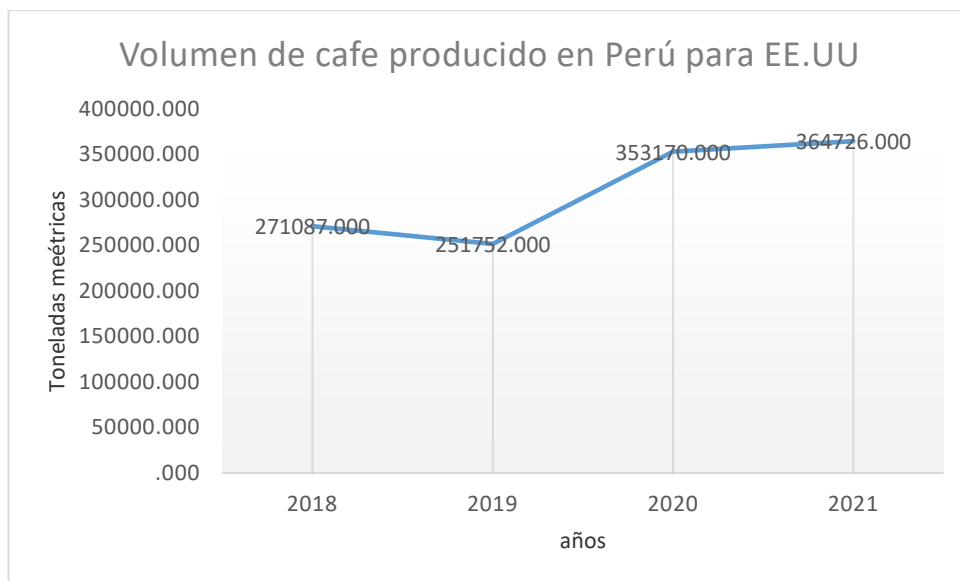


Figura 3. Volumen de café que produce Perú para Estados Unidos de América

En la Tabla 3, se observa que desde el 2018 al 2020 hubo ligeros altibajos en la producción de café en Perú, sin embargo, para el 2021 hubo una ligera alza, tal como se observa en la figura 3.

Tabla 4 *Volumen de café que produce Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América*

Año	Toneladas Métricas	Variación (%)
2018	46.084,79	
2019	37.762,80	-18,06%
2020	56.507,20	49,64%
2021	58.356,16	3,27%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

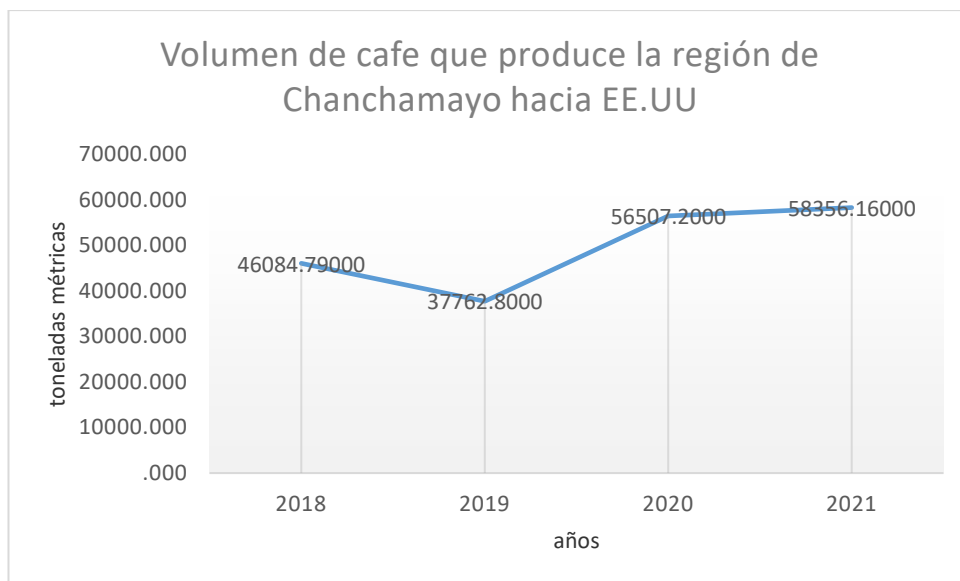


Figura 4 Volumen de café que produce Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América

En la Tabla 4, igualmente se observa que desde el 2018 al 2020 hubo altibajos en lo que respecta al aspecto productivo del café en la región Chanchamayo , sin embargo, en el 2021 hubo una ligera alza, presentado a continuación:

Áreas Cultivables de Café

Tabla 5 *Volumen de Áreas Cultivadas de café en Perú*

Año	Toneladas Métricas x Área cultivada (Ha)	Variación (%)
2018	430.129,56	
2019	446.136,65	3,72%
2020	438.177,10	-1,78%
2021	420.896,56	-3,94%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

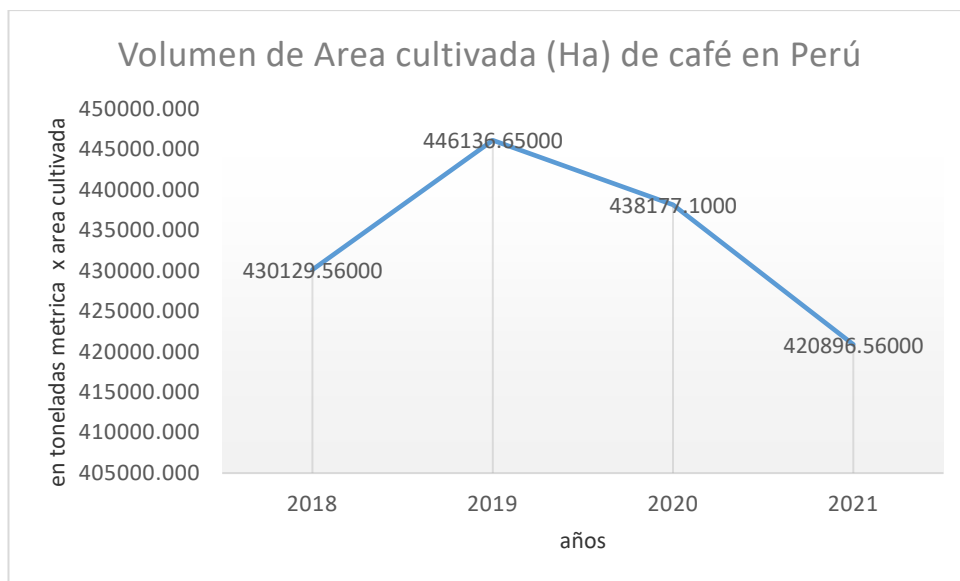


Figura 5 Áreas Cultivadas de café en Perú

En la Tabla 5, se observa que desde el 2018 al 2020 hubo altibajos en las áreas cultivadas, solo en el 2019 hubo un alza significativa, sin embargo, para el 2021 hubo una ligera baja, de acuerdo a lo especificado a continuación.

Tabla 6 *Volumen de Áreas Cultivadas de café en Perú región Chanchamayo*

Año	En Toneladas Métricas x Área cultivada (Ha)	Variación (%)
2018	73.122,03	
2019	66.920,50	-8,48%
2020	70.108,34	4,76%
2021	58.925,52	-15,95%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

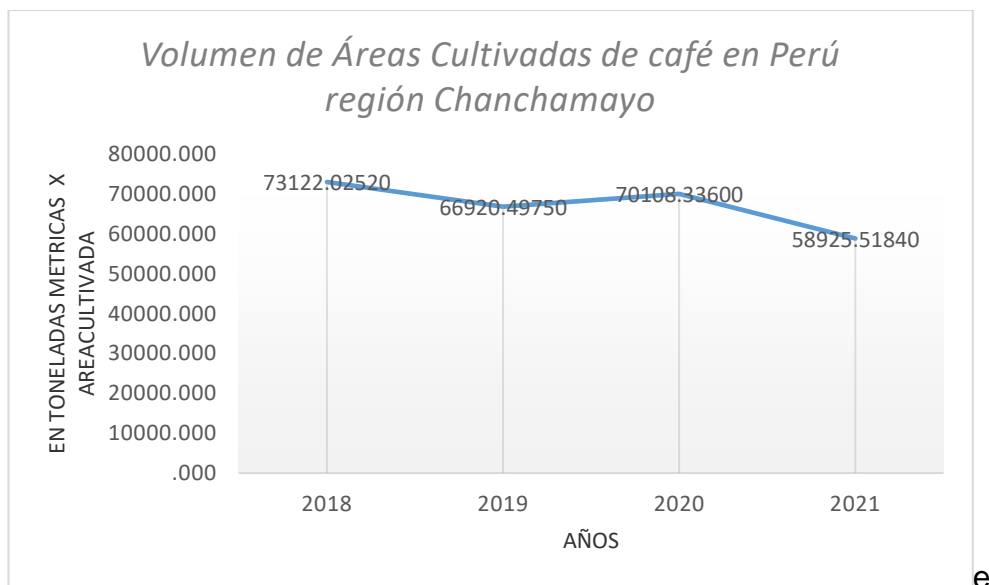


Figura 6. Volumen de Áreas Cultivadas de café en Perú región Chanchamayo

Segunda Variable Exportación del Café

Dimensiones y sus Indicadores

4.2. Resultados de la Variable Exportación de café

Clientes Potenciales para Exportación

Tabla 7 Volumen de café que importa Estados Unidos de América

Año	Toneladas métricas	Variación (%)
2018	81.812.000,00	
2019	94.948.000,00	16,06%
2020	69.515.540,00	-26,79%
2021	78.209.049,00	12,51%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

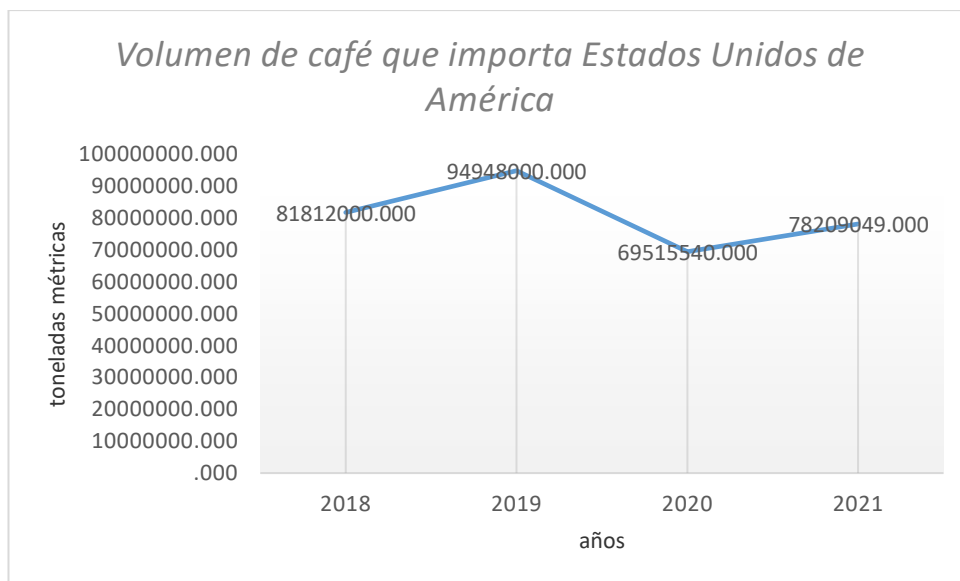


Figura 7 Volumen de café que importa Estados Unidos de América

En la Tabla 7, igualmente se observa que desde el 2018 al 2020 existen unos ligeros altibajos de las importaciones de café realizadas por Estados Unidos, sin embargo, para el 2021 hubo una ligera alza en comparación al año 2020, como se muestra a continuación:

Tabla 8 *Volumen de café que exporta Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América*

Año	Toneladas métricas	Variación (%)
2018	115.774,91	
2019	113.204,04	-2,22%
2020	80.486,91	-28,90%
2021	87.776,71	9,06%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

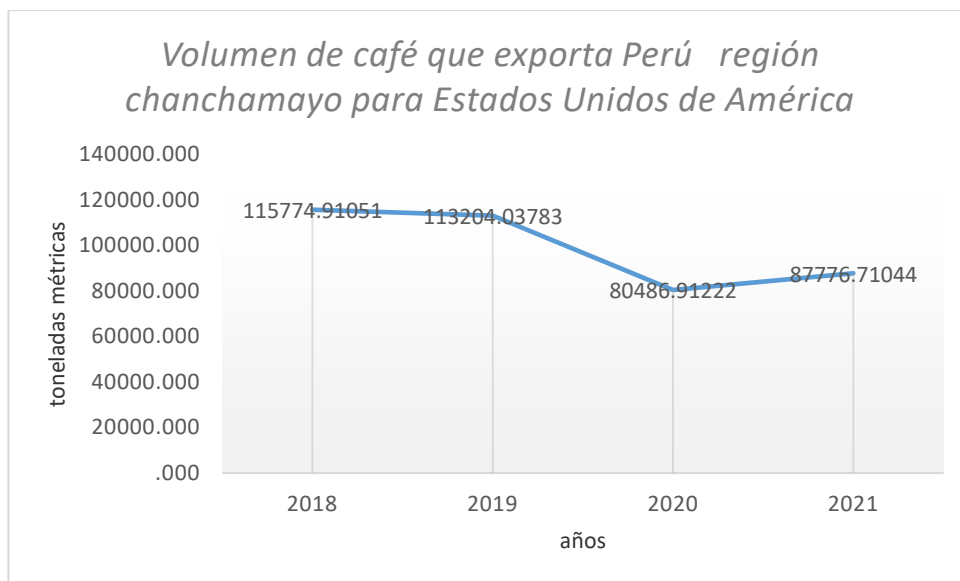


Figura 8. Volumen de café que exporta Perú región Chanchamayo para Estados Unidos de América

En la Tabla 8, igualmente se observa que desde el 2018 al 2020 hubo un ligero descenso en las exportaciones hechas por la región de Chanchamayo hacia Estados Unidos, sin embargo, para el 2021 hubo una ligera alza en relación al año 2020, tal como se observa en la figura 8.

Canales de Distribución

Tabla 9 *Volumen de café que exporta Perú para Estados Unidos de América*

Año	Valor FOB (US\$)	Variación (%)
2018	682.532.654,00	
2019	637.152.654,00	-6,65%
2020	650.598.875,00	2,11%
2021	770.714.609,00	18,46%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

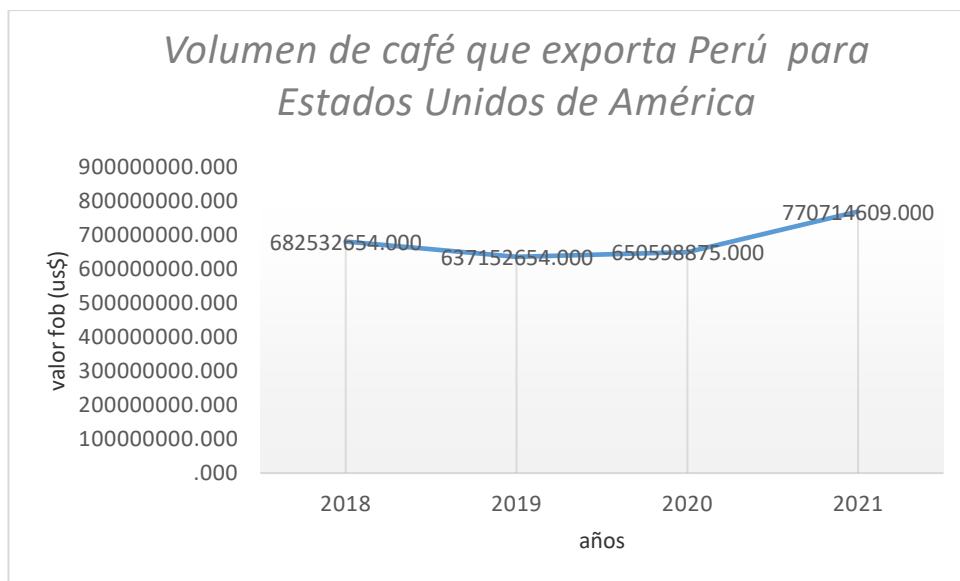


Figura 9 Volumen de café que exporta Perú para Estados Unidos de América

En la Tabla 9, se evidencia que desde el 2018 al 2020 existen unos ligeros altibajos referidas a la exportación de café peruano realizadas a los EE.UU, sin embargo, para el 2021 hubo una aceptable alza en comparación a los años anteriores.

Tabla 10 Volumen de café que exporta Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América

Año	Valor FOB (US\$)	Variación (%)
2018	116.030.551,18	
2019	95.572.898,10	-17,63%
2020	104.095.820,00	8,92%
2021	123.314.337,44	18,46%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

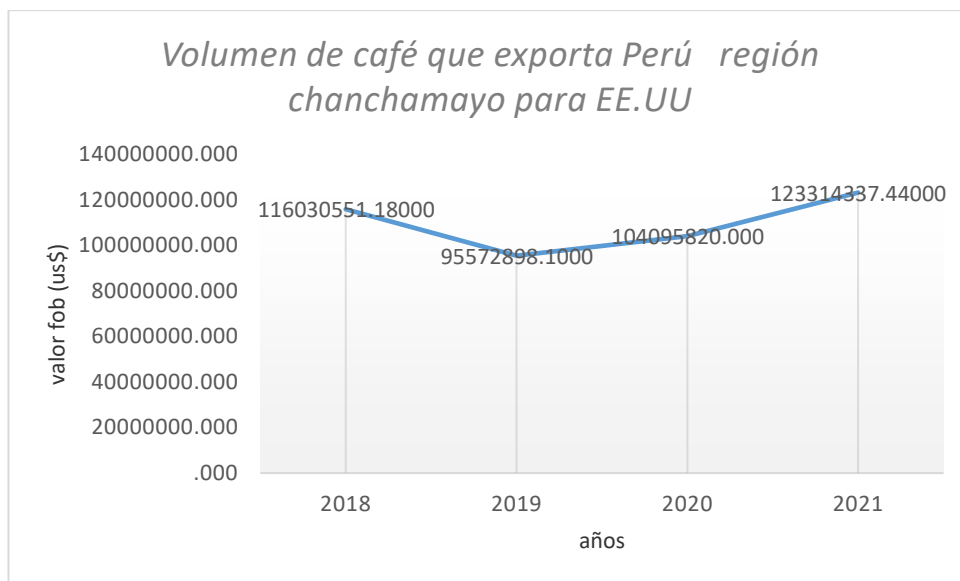


Figura 10 Volumen de café que exporta Perú región chanchamayo para Estados Unidos de América

En la Tabla 10, igualmente se evidencia en este indicador que desde el 2018 al 2020 existen unos ligeros altibajos referidas a la exportación de café en Perú de la región Chachamayo realizadas a los EE.UU, sin embargo, para el 2021 hubo una aceptable alza en comparación a los años anteriores, tal como se muestra a continuación.

Cotización en el Mercado

Tabla 11 Evolución del Precio promedio del café que exporta Perú para Estados Unidos de América

Año	Precio Promedio (US\$/QQ)	Variación (%)
2018	120,13	
2019	125,81	4,73%
2020	138,19	9,84%
2021	181,55	31,38%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

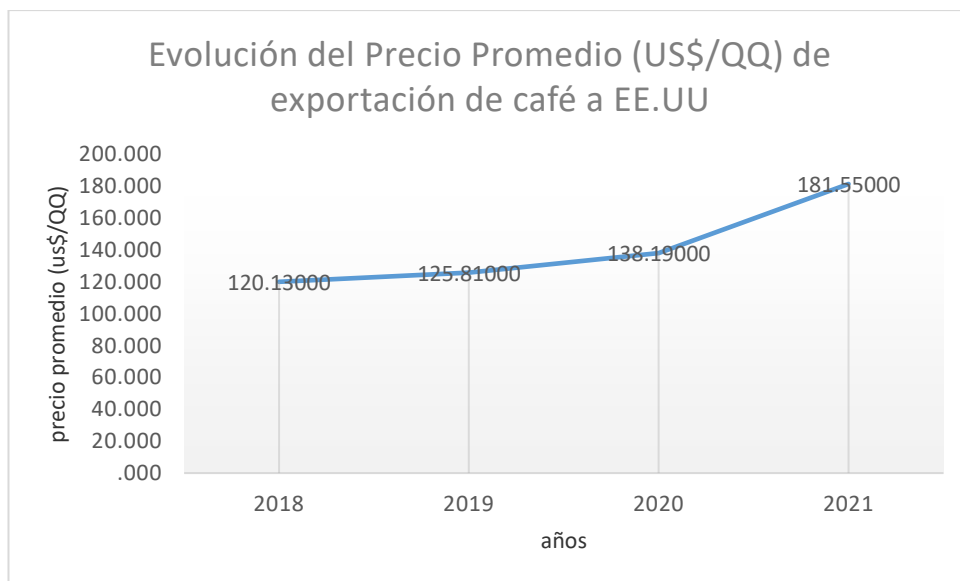


Figura 11 Evolución del Precio promedio del café que exporta Perú para Estados Unidos de América

En la Tabla 11, se evidencia en este indicador que desde el 2018 al 2020 existen un alza de los precios en promedio referidas a la exportación de café en Perú realizadas hacia EE.UU, sin embargo, para el 2021 hubo una aceptable alza en comparación a los años anteriores, como se muestra a continuación: .

Tabla 12 Volumen de importaciones de café de Estados Unidos de América

Año	Toneladas métricas	Variación (%)
2018	81.812.000,00	
2019	94.948.000,00	16,06%
2020	69.515.540,00	-26,79%
2021	78.209.049,00	12,51%

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

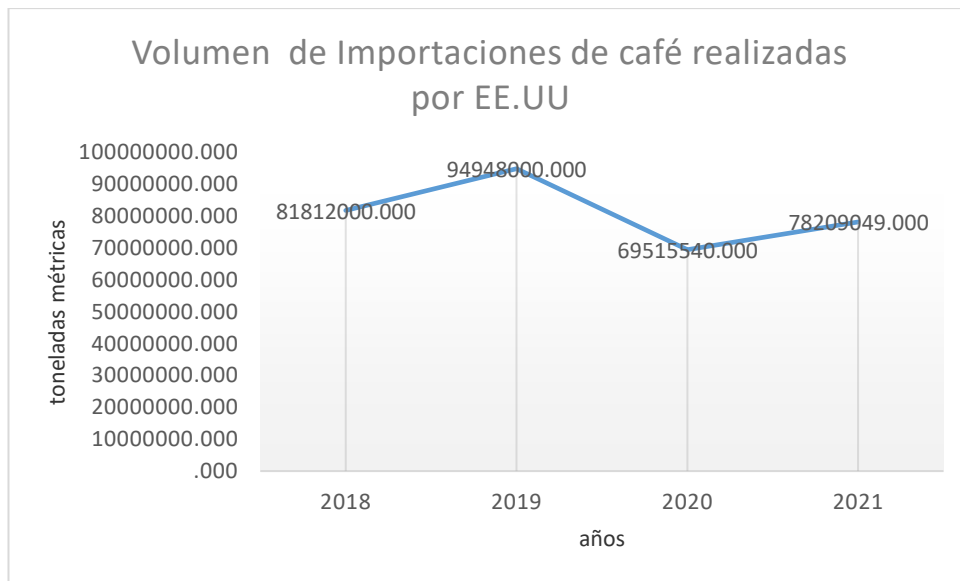


Figura 12 Volumen de importaciones de café de Estados Unidos de América

En la Tabla 12, se evidencia en este indicador que desde el 2018 al 2020 existen unos ligeros altibajos de las importaciones de café peruano realizadas hacia EE.UU, sin embargo, para el 2021 hubo una ligera alza en comparación al año 2020.

4.1.Resultados de la contrastación de las Hipótesis

Se obtuvo los resultados a través del Programa Excel 2016, con el cálculo con el coeficiente de R^2 , donde se determinará si existe una vinculación favorable o no entre cada variable.

Hipótesis General

H0: La incidencia entre el consumo y exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 no es significativa. H1: La incidencia entre el consumo y exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa.

Tabla 16 *Incidencia entre el consumo de café y la Exportación del café de Chanchamayo*

	Volumen de cafe peruano región chanchamayo consumido por Estados Unidos de América	Volumen de café que exporta Perú para Estados Unidos de América
Año	% café importado de peru (chanchamayo)	Valor FOB (US\$) R²
2018	0,64	682.532.654,00
2019	0,57	637.152.654,000.6465
2020	0,62	650.598.875,00
2021	0,43	770.714.609,00

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

Elaboración propia

Tomando en consideración, los datos expresados en la Tabla 16 se observa el coeficiente de determinación para la hipótesis general, fue el siguiente:

$$R^2 = 0.6465$$

En este sentido, el resultado representa un grado de significancia positivo, expresado en el coeficiente ($R^2=0.6465$) aunque, se acerca a 1, se observa que se presenta un 64,65% , del consumo del café y su exportación a los EE.UU, en este sentido , la hipótesis alternativa es la seleccionada.

Hipótesis específica 1

H0: La incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 no es significativa.

H1: La incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa.

Tabla 13 *Correlación entre Preferencias del Consumidor y la Exportación del café*

Año	Preferencias del consumidor	Volumen de Exportación	
	% café importado de peru (chanchamayo)	Toneladas métricas	R ²
2018	0,64	115.774,91	
2019	0,57	113.204,04	0,1167
2020	0,62	80.486,91	
2021	0,43	87.776,71	

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

Elaboración propia

Partiendo de la Tabla 13 se observa el coeficiente de determinación:

$$R^2 = 0.1167$$

En este sentido, los resultados presentan un nivel de significancia positivo, dado principalmente a que, el coeficiente de determinación ($R^2=0.1167$) aunque no se acerca a 1, demuestra que la incidencia no es directamente proporcional entre la variable preferencias del consumidor y la variable volumen de exportación del 11,67% entre la preferencia del consumidor y la exportación de café a los EE.UU, en este sentido la hipótesis alternativa es la considerada.

Hipótesis específica 2

H0: La incidencia entre la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo hacia los EE.UU durante el periodo 2018-2021 no es significativa.

H1: La incidencia entre la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo hacia los EE.UU durante el periodo 2018-2021 es significativa.

Tabla 14

Incidencia entre la producción y la distribución de Exportación del café

Año	Toneladas Métricas	Valor FOB (US\$)	R ²
2018	271087,00	682.532.654,00	
2019	251752,00	637.152.654,00	0,3507
2020	353170,00	650.598.875,00	
2021	364726,00	770.714.609,00	

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE- Elaboración propia

Partiendo de la Tabla 14 se presenta el coeficiente de determinación R² de la hipótesis específica dos, arrojó como resultado, lo siguiente:

$$R^2 = 0.3507$$

En este sentido, los datos presentan un nivel de significancia positivo. ya que, el coeficiente se expresa como: $R^2=0.3507$, aunque no se acerca a 1, demuestra que existe una incidencia del 35,07% , a mayor producción de café existe mayor distribución en la exportación de café a los EE.UU, en este sentido, la hipótesis alternativa se considera como válida.

Hipótesis específica 3

H0: La incidencia de las áreas cultivadas y la Exportación de Café de Chanchamayo hacia los EE.UU durante los años 2018-2021 noes significativa.

H1: La incidencia entre las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo hacia los EE.UU durante los años 2018-2021 es significativa.

Tabla 15

Incidencia de las áreas cultivadas de café y la Exportación del café

Año	Área cultivada (Ha)	Precio Promedio (US\$/QQ)	R²
2018	73122,03	120,13	
2019	66920,50	125,81	0,826
2020	70108,34	138,19	
2021	58925,52	181,55	

Fuente: TRADEMAP, SISCEX, INE

Elaboración propia

Partiendo de la Tabla 15, muestra que el coeficiente de determinación de la hipótesis tres, arroja el siguiente resultado:

$$R^2 = 0.826$$

En este sentido, los datos presentados arrojan un grado de significancia positivo, motivado principalmente a que el coeficiente de determinación ($R^2=0.826$) aunque, se acerca a 1, demuestra que existe una significancia del 82,60% , lo cual refleja que a mayor áreas cultivadas existe menor precio de exportación de café hacia Estados Unidos, desde esta perspectiva la hipótesis alternativa es válida.

V- DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La discusión de resultados expresa de manera integral los procesos a seguir por el investigador en la construcción e interpretación de los resultados de la investigación.

En función a lo anterior, la hipótesis general, establecida en esta investigación en cuanto a la ocurrencia entre el consumo y exportación del Café de la región de Chanchamayo hacia los EE.UU durante los años 2018-2021, se considera que es significativa, evidenciado en la respuesta del coeficiente de determinación el cual fue de 0.6465, lo que significa que, existe una incidencia del 64.65% entre el consumo y la exportación de café de Chanchamayo a los EE.UU. En concordancia con lo expresado por Apeña y Zarpan (2020), afirman que identificar los elementos precisos de la ejecución de un proceso de exportaciones de café de calidad orgánica del Perú con destino a la unión americana, permite la valoración de los factores determinantes existentes, lo que conlleva a un proceso de exportación con resultados positivos, lo cual expresa que la exportación de café últimamente tuvo en ascenso, en la población de Chanchamayo, que aporta y contribuye de manera eficiente a las exportaciones realizadas hacia los EE.UU, de igual manera, el trabajo de García y Moreno (2021), permitió dar a conocer que puede existir viabilidad en la diversificación del producto a través de nuevas estrategias de comercialización, sobre todo en los países más consumidores de café no solo en los EE.UU, también los países de Europa. De igual manera sustenta el trabajo de Apeña y Zarpan (2020), coinciden en señalar que los resultados determinaron que las exportaciones del producto peruano con EE. UU, están vinculadas estrechamente con el desarrollo de productores cafetaleros, cuantificación de la asociación y la cooperativa cafetalera existente en Perú, así como, tamaño de las empresas involucradas, crecimiento de la producción y exportación, denota que las exportaciones estuvieron en ascenso.

Igualmente, lo expresado por Lechuga y Vega (2018), donde se evidencia que los Estados Unidos de América representa un comercio estable y altamente consumidor de café, donde sus importaciones superan varios países de Europa. Por lo que, la satisfacción del consumo que ha tenido se ve favorecida por un

indicador económico propicio, en cuanto a los diferentes volúmenes de importación del mismo en los últimos años, ha colocado a Perú en el séptimo lugar a nivel mundial. Donde se evidencia, que su consumo ha venido creciendo de menos a más, tanto así que hoy día es a gran escala, por encima de otros países, lo cual demuestra una gran evolución.

Sin duda alguna el mercado ha venido cambiando, sobre todo por el COVID-19 que estuvo presente en dos años anteriores, en todos los niveles, donde se evidencia la aparición de nuevos competidores, los cuales representan una gran amenaza, tal como lo expresa Ramírez et al (2020), que manifiesta que algunas marcas de gran renombre compiten en precios, en productividad e innovación, indicadores importantes que son valorados por los consumidores, ya que el café peruano ha sido favorecido ampliamente sobre otros competidores, donde su comportamiento en el mercado está en continuo mejoramiento. Esta competencia es producto del mercado cambiante, donde los EE.UU a es el primer país exportador y consumidor de café a nivel mundial.

De acuerdo a lo expresado en la primera hipótesis específica, donde establece que la incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo a los EE.UU durante los años 2018-2021 es significativa, dado el valor de 0.1165, expresado en porcentaje sería de 11,65% entre la preferencia del consumidor y el volumen exportado, en otras palabras, esto refleja que en este periodo, el volumen exportado de café de la región Chanchamayo ha disminuido en el último año 2021 en relación al anterior en un 69%, lo anterior coincide con lo expresado por Alca (2021), donde se observa que los factores del COVID-19, inciden negativamente en la exportación, donde el volumen de café exportado a USA. bajó un 12%, aunque estaba muy bajo con respecto al año 2018 y 2019, se compara con los resultados obtenidos y concuerda con lo planteado por Arroyo y Rodríguez (2021) , los cuales concluye que la pandemia COVID-19, afectó a la exportación pero no tuvo impactos significativos en las empresas productoras en los últimos años .

En ese sentido, Álvarez (2018) en su estudio coincide con la hipótesis de esta investigación, donde el resultado arrojado fue que las situaciones actuales para comercializar el café tienen una producción en cantidad y calidad satisfactoria, que presenta como mercados potenciales a los estadounidenses, aspectos importantes en el consumo, pero resalta la importancia de fomentar estrategias comercializadoras para promover a otros países potenciales. Desde este contexto, EE.UU., se resalta su importación y el su consumo de café, sobre todo del producto peruano dentro del mercado.

En cuanto a lo establecido en la segunda hipótesis específica, referida a la ocurrencia entre la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo a los Estados Unidos durante los años 2018-2021 , tiene un grado de significación positiva , así lo especifica, el coeficiente el cual fue de 0.3507, y llevado a nivel de porcentaje quedaría expresado en 35.07% entre el volumen de producción de café y el volumen de exportación de café ,en correspondencia a lo planteado Figueroa et al. (2019), donde los resultados arrojaron que las cantidades producidas tienen relaciones inversas con la exportación de los productos, y directamente con el precio y las bolsas a futuro, esto evidencia que hubo un aumento en la capacidad productiva de Perú , de aproximadamente del 15%, sin embargo, durante los últimos cuatro años hubo altibajos, de igual manera , en cuanto a los montos en US\$ hubo un aumento en el último año 2021 , muy significativo de un 65% aproximadamente, lo que se compara con el nivel de productividad , que es donde se presenta el problema de distribución del café peruano, para ello de acuerdo a Bohórquez et al., (2021), estimaron que los resultados de su estudio reflejaron que la promoción de los productos realizada de forma adecuada incide en la exportación , por lo que el desarrollo promocional puede mejorar de manera significativa la exportación del café dentro de la región.

Mientras que en la tercera hipótesis, que se presenta se refiere a la incidencia entre las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo a los EE.UU durante los años 2018-2021 se considera significativa, de acuerdo al coeficiente que arrojó como resultado de 0.826, es decir un porcentaje de 82.6% entre las áreas cultivadas de café y los precios de exportación, debido a que una menor parte del

café que produce en Chachamayo, se consume internamente, siendo una parte importante lo producido para la exportación hacia los EE. UU. Inclusive más recientes años, y se observa que van aumentándose los precios en un 31% aproximadamente, lo cual coincide con lo expresado por Ochoa et. al., (2021), lo cual los resultados arrojaron que los flujos efectivos presentan un resultado positivo, con aumento de las utilidades anuales. , mientras que disminuyó el cultivo en esa región, en casi 16%, lo cual coincide y se respalda en el artículo de Choque (2021), donde se estableció la forma como los elementos de las áreas de cosechas, rendimientos, tipos de cambios y precios mundiales influyen en las exportaciones cafeteras peruanas, donde los resultados reflejan que los factores establecidos inciden proporcionalmente en la exportación del café peruano. De igual manera, esta hipótesis se respalda con el estudio de Apeña y Zarpan (2020), donde expresan que las exportaciones del producto peruano con EE.UU, lo cual evidencia que existen elementos que afectan al desarrollo de productores cafetaleros, cuantificación de la asociación y la cooperativa cafetalera existente en Perú, así como, tamaño de las empresas involucradas, crecimiento de la producción y exportación. Otro de los aspectos resaltantes y coincidentes fue con respecto a los precios, de acuerdo a Figueroa et al. (2019), donde los resultados generados expresaron una relación inversa definida entre los precios internacionales del café y las exportaciones del mismo.

VI- CONCLUSIONES

El consumo y exportación del café de la región de Chanchamayo hacia los EE.UU durante los años 2018-2021, se considera que es significativa, evidenciado en la respuesta del coeficiente de determinación el cual de 64.65%, en donde se observa que el consumo de la región va en disminución, sin embargo, las exportaciones a EE.UU. han aumentado en los últimos dos años.

Las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo a los EE.UU durante los años 2018-2021 es significativa, dado el 11,65% entre la preferencia del consumidor y el volumen exportado, es decir, la cantidad exportada en los últimos años se ha incrementado, más no la preferencia del consumidor de los EE. UU. Debido a que la mayoría del volumen del café de Perú producido tiene por destino satisfacer la demanda interna y otros países.

La producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo a los Estados Unidos durante los años 2018-2021 , tiene un grado de significación positiva , así lo especifica, el coeficiente el cual fue 35.07%, además según los resultados se observa que la incidencia no es alta, debido a que la producción influyen otros factores determinantes como la calidad del producto, el tipo de cambio, el clima , entre otros, de igual manera se observa un ligero incremento de la producción así como la distribución en la exportación de café hubo un aumento significativo.

Las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo a los EE.UU durante los años 2018-2021 se considera significativa, de acuerdo al coeficiente que arrojó como resultado de 82.6%, debido a que una menor parte del café que se cultiva en Chachamayoha disminuido, debido principalmente a que los productores prefirieron vender su producto al mercado interno en mayor porcentaje que destinarlo al mercado de EE.UU, por las condiciones del COVID -19. Sin embargo, el precio promedio de exportación fue en aumento.

VII- RECOMENDACIONES

Se recomienda que el gobierno nacional incorpore el Programa de Apoyo Empresarial a las micro y pequeñas empresas (PAE – MYPE) a fin de otorgar la Garantía del Gobierno Nacional a las carteras de créditos destinados para capital de trabajo que cumplan con las condiciones y requisitos para brindar facilidades a los pequeños microempresarios y productores de café.

Se recomienda que el gobierno local de la región de Chanchamayo debe incentivar a las familias de pequeños agricultores que se agrupen en cooperativas agrarias, para generar sinergias, es por ello que se debe tener la fortaleza de este cooperativismo, que sin lugar a dudas es reconocida como una eficaz alternativa para el cambio cualitativo en las explotaciones familiares, que a lo largo del tiempo puedan producir mejoras a la calidad de vida de los pobladores.

Se recomienda que los productores y agricultores de las entidades cafetaleras peruanas aseguren la calidad de la producción en aras de la sostenibilidad y la diferenciación del café peruano en el mercado nacional e internacional a través de la figura del inspector en producción, que debe garantizar el cumplimiento de estándares y normas de calidad de esta agricultura en el ámbito concreto del café.

De igual manera, se recomienda que los productores de café peruano participen en concursos internacionales de café como parte de una estrategia común para distinguirse como productores de alta calidad y puedan promover el consumo internacional del café en todas sus presentaciones y de esta manera activar mayores hectáreas para la producción del mismo.

REFERENCIAS

- Alca, Y., Apaza, E., Apaza, L., Chocano, A., Huisa, M. (2021). Influencia de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú en tiempos de Covid 19, período 2010 – 2020. *Revista Didáctica de las Ciencias Naturales – UNA* 2021,2(1):163-175.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5450/M.Arroyo_K.Rodriguez_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Álvarez, L. (2018). *Estrategias de comercialización para la exportación de café al mercado de Estados Unidos, de la Asociación de productores cafetaleros Alto Parías, Chirinos-Cajamarca, 2017-2022* [Tesis de licenciatura]. Universidad Señor de Sipán.
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5125/Alvarez%20D%C3%ADaz%2c%20Leyla%20del%20Rosario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Apeña, K & Zarpan, J. (2020). *Factores determinantes en el sector cafetalero del Perú para la exportación de café orgánico hacia el mercado de Estados Unidos durante el periodo 2000 – 2019*. [Trabajo de Investigación]. Universidad Tecnológica del Perú.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/4178/Karen%20Ape%C3%B1a_Johana%20Zarpan_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. 5ta Edición. Editorial Episteme, C.A.
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Arellano, R. (2002). *Comportamiento del consumidor: Enfoque américa latina*. Editorial Interamericana Editores S.A.
<https://ma.uabc.mx/images/cartas/comportamientoconsumidor.pdf>
- Arroyo, M & Rodríguez, K. (2021). El impacto del COVID-19 en las exportaciones del sector cafetalero peruano en el periodo 2015-2021. [Tesis de licenciatura]. Universidad Tecnológica del Perú.
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3159866>

- Avalos, R & López, M. (2018). *Exportación de café a Alemania: El caso de la producción cafetalera del departamento de San Martín entre los años 2012 y 2017* [Tesis de licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-Lima.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625768/Lopez_PM.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Ayllón, R & Loayza, R. (2020). *Principales factores que influyen en la exportación del café proveniente del valle del monzón en la región Huánuco año 2019*. [Tesis de licenciatura]. Universidad San Martín de Porres.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7645/ayll%C3%B3n_pre-loayza_ire.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ballestrini, M. (2016). *Como se elabora el proyecto de investigación*. 7ma edición. Servicio editorial. Consultores Asociados
- Barrutia, I., Silva, H., & Sánchez, R. (2021). Consecuencias económicas y sociales de la inamovilidad humana bajo COVID-19: caso de estudio Perú". *Lecturas de Economía*, Vol 94. pp.285- 303.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012025962021000100285
- Bresani, C., Burns, A., Escalante, P. & Medroa, G. (2018). *Matemática financiera: teoría y ejercicios*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/5910>
- Bohorquez, N., Belgica, Jahari, Silva Cachay & Nathaly Thatiana. (2021). *Mecanismos de promoción para las exportaciones y su relación con el desempeño exportador de las pymes pisqueras peruanas entre los años 2015-2019*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-Lima.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656744>
- Camacho, E. (2018). *Problemática de exportación de café orgánico a Italia de los pequeños productores de Bagua, 2018*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29463/Camacho_IEC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cámara Peruana de Café y Cacao (2017). *Cultivos del café*. <https://camcafeperu.com.pe/ES/cafe-publicaciones.php>

Carpio, A y Villachica, E. (2021). *Estrategias de Marketing en el Potencial Exportador de los Productores de café de Villa Rica, 2021*. [Trabajo de Investigación]. Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/5748>

Castañeda, R. (2018). *Factores determinantes de la exportación de café en el Perú; período 1994-2016*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/12163?show=full>

Cerda, H. (1991). *Los elementos de la investigación*. El Búho.

Cerquera, O., Pérez, V., & Sierra, J. (2020), realizaron un estudio titulado: Análisis de la competitividad de las exportaciones del café del Huila. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño ISSN-E 2539-0554 Vol. XXI No. 2 – 2do Semestre 2020, Julio-Diciembre - Páginas 19-44*. <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n2/2539-0554-tend-21-02-19.pdf>

Céspedes, N., Rivero, M. y García, J. (2020). El insight y el posicionamiento en empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en Huánuco. *Investigación Valdizana*, 14(1), 38 - 47. [doi:https://doi.org/10.33554/riv.14.1.600](https://doi.org/10.33554/riv.14.1.600)

Choque, D. (2021). *Evolución de la exportación de café: 2010-2020*. [Trabajo de Investigación]. Universidad de Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13716/Choque_Alave_Diana-Hilary.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Collazos, E; Piñero, C y Gutiérrez, W. (2020). *Estudio de Viabilidad Económica Para La Producción Y Comercialización De Café Robusta (CoffeaCanephora) En Colombia: Caso Sabana De Torres, Santander*. [Trabajo de Grado]. Universidad Católica de

Colombia.https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24562/1/TRA_BAJO%20FINAL%20DE%20GRADO%20%281%29.pdf

Condori E, Quispe B. (2021) *Impacto de la exportación de café en el crecimiento económico del Perú en el periodo 2013 – 2019*. [Trabajo de Grado]. Universidad San Ignacio de Loyola.<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c4f204e9-9c43-451b-9262-6f7d07b8ff4c/content>

Cornejo, L y Ramírez, C. (2020). *Identificación de los mercados más atractivos para la exportación de café en grano verde por la Cooperativa Bosques Verdes, San Ignacio – Cajamarca, 2019*. [Trabajo de Investigación]. Universidad Tecnológica del Perú.https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3246/Le_slie%20Cornejo_Cristhian%20Ramirez_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cornelio, A. (2018). *Relación Del Método Costo – Volumen - Utilidad Y Su Aplicación En La Determinación Del Costo De Producción Y En La Planeación De Utilidades En Las Micro Y Pequeñas Empresas Manufactureras Del Distrito De Chaupimarca - Pasco, En El 2017*. [Trabajo de Grado]. Universidad Nacional “Daniel Alcides Carrión”<http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/646/1/TESIS-ANA-CORNELIO.pdf>

Dalisova, N., &Grishina, I. (2019). Personnel training as a factor in the formation of the export potential of the agro-industrial complex of the region. *AGRITECH*, 315(2019), 022072. [doi:10.1088/1755-1315/315/2/022072](https://doi.org/10.1088/1755-1315/315/2/022072)

Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2018). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones*. (Decimoquinta ed.). Pearson Educación de México.

Duque Oliva, Edison Jair Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 15, núm. 25, enero-junio, 2005, pp. 64- 80. Universidad

Nacional de Colombia Bogotá,
Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

EAE Business School (2021). *2 tipos de demanda y la tecnología que apoya cada estrategia*. <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/2-tipos-de-demanda-y-la-tecnologia-que-apoya-cada-estrategia/>

Elescano S., H. (2018). *Las exportaciones peruanas de café y el pilar infraestructura de la competitividad regional al año 2016*. [Tesis de licenciatura]. Universidad César Vallejo, Lima. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/32206/Elescano_SJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Evangelista, A., & Ruiz, W. (2018). *Diagnóstico situacional de la oferta exportable de café tostado de la provincia de Satipo- Junín al mercado chileno*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623538>

Figueroa-Hernández E, Pérez-Soto F, Godínez-Montoya L, Pérez-Figueroa R. (2019) Los precios de café en la producción y las exportaciones a nivel mundial. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época*, 14(1):41-56 DOI: <http://dx.doi.org/10.21919/remef.v14i1.358>

García, J y Moreno, M. (2021). *Viabilidad de exportación y comercialización de café tinamu orgánico elaborado y producido por la asociación Asopecam hacia los países bajos*. [Tesis En Negocios Internacionales]. Institución Universitaria Politécnico Gran colombiano. <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2904/Entrega%20final%20caf%C3%A9%20Tinam%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, S., Fernández, C., y Baptista, L. (2018). *Metodología de la investigación*. 6ta edición. Mc Graww- Hill.

Hoyer, W., MacInnis, D., y Pieters, R. (2015). *Comportamiento del consumidor*. Editorial CengageLearning Editores, S.A.

Huamán J. (2021) Impacto económico y social de la covid-19 en el Perú. *Revista de Ciencia e Investigación en Defensa-CAEN*. 2(1): 1-12. <https://recide.caen.edu.pe/index.php/Recide/article/view/49/39>

- Hurtado, J. (2010). *Proyecto de investigación*. CIEA-Sypal. Ediciones Quirón: Venezuela
- Junta Nacional del Café (2020). El Café de Perú. <https://juntadelcafe.org.pe/el-cafe-de-peru/>
- Keynes, J. (1992). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. 2º edición. Fondo de cultura económica.
- Kotler, P y Armstrong, G. (2017). Marketing. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Lechuga J, Cazallo A, Meñaca I, Martínez R, Olivero E, García J. (2018) Análisis del comportamiento de las exportaciones del Departamento del Atlántico (Colombia) entre 2012 –2016. *Revista Espacios*. Vol 39. (22). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/a18v39n22p22.pdf>
- López, J. (2017) Coeficiente de determinación (R cuadrado). <https://economipedia.com/definiciones/r-cuadrado-coeficiente-determinacion.html>
- Marín. M. (2020). *Comercialización del transporte y la logística*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Morettini, M. (2002). *Principales teorías macroeconómicas sobre el Consumo*. <http://nulan.mdp.edu.ar/1887/1/01486.pdf>
- Ochoa, K., Romero, M. (2021). *Exportación de café tostado y molido al mercado de Chile. Guayaquil*. [Tesis en Ingeniería]. Universidad Laica Vicente RocaFuerte, Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4523>
- Olmos, X. (2020). *El comercio internacional como incentivo a la sostenibilidad: la experiencia de la Red Latinoamericana y del Caribe de la Huella Ambiental del Café*. Documentos de Proyectos (LC/TS.2019/121), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45113/1/S1901163_es.pdf

- Ortega, Virgilio; Rodríguez-Vargas, Juan Carlos Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: evidencias sobre dimensionalidad. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, vol. 4, núm. 1, enero, 2004, pp. 121-136 Asociación Española de Psicología Conductual Granada, España.
- Palella-Stracuzzi, S. (2017). *Metodología de la investigación cuantitativa*. 4ta edición. FEDEUPEL.
- Pérez, C; Gemma, J, Varela-Moreiras, G. (2015). Métodos de Frecuencia de consumo alimentario. *RevEsp Nutr Comunitaria* 2015;21(Supl. 1):45-52. <https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC2015supl1FFQ.pdf>
- Quiroa, M. (2020). Análisis de la Competencia. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-la-competencia.html>
- Ramírez, P; Sánchez, J y Ramírez, M. (2020). La competitividad de las PYMES en el sector agrícola y su potencial exportador. *Vía Innova*, 1 (1), 31-40. <https://doi.org/10.23850/2422068X.2670>
- Raiteri, M. (2016). *El comportamiento del consumidor actual*. [Trabajo de Investigación]. Universidad Nacional de Cuyo. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf
- Raymundo, K & Vásquez, C. (2017). *Aplicación De Un Sistema De Costos Para Evaluar El Efecto En La Rentabilidad De La Empresa Comercializadora Masarroz Sac En La Ciudad De Chiclayo, Periodo 2015*. [Trabajo de Investigación]. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1034/1/TL_RaymundoBancesKarenRosa_VasquezRenteriaCarlosNolberto.pdf.pdf
- Reyes, C & Santana, G. (2020). *Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652891/Reyes_TC.pdf?sequence=1

- Ríos, P. (2016). *Factores del comportamiento del consumidor de Café*. <https://www.researchgate.net/publication/311511264> Factores del comportamiento del consumidor de Café
- Rivera, N. (2021). *Exportación De Café En Grano Verde Procedentes De Perú Al Mercado De Canadá, 2018-2021*. [Trabajo de Investigación]. Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7172/Rivera%20Carrasco%20Nicole%20Stephanie.pdf?sequence=1>
- Rodríguez, J. (2018). Evaluación de la satisfacción de los usuarios con la atención recibida en la Unidad de Odontología Forense del Departamento de Medicina Legal del Organismo de Investigación Judicial en el segundo semestre del 2018. *Portal de Revista en Salud*. Vol. 37. <https://www.binasss.sa.cr/ojssalud/index.php/mlcr/article/view/160>
- Rodríguez, C., & Silva, A. (2017). *Propuesta de estrategias promocionales y su impacto en el crecimiento de las ventas en el mercado internacional de café orgánico de la Cooperativa Agraria Cafetalera CASIL LTDA-San Ignacio-Cajamarca 2016*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Señor de Sipán Lambayeque-Perú. <http://www.pead.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4222/Rodriguez%20Quinde%20-%20Silva%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rosero Ordóñez, Jorge Alexander; Rosero Ordóñez, Carol Jimena; Salas Leiva, Edgar Mauricio. (2019). *Factores que determinan las preferencias en el consumo de café y su incidencia en el comportamiento de su demanda en el municipio de Pasto*. [Tesis Maestría en Mercadeo]. Universidad de Manizales, 2019. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/5548>
- Salas, G. (2011). *Acerca de la teoría de las preferencias del consumidor*. <https://www.gestiopolis.com/acerca-de-la-teoria-de-las-preferencias-del-consumidor/>
- Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2017) *Metodología de la investigación* (6ta edición) McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

- Shang Y, Haiwei Li H, Zhang R. (2021). Effects of Pandemic Outbreak on Economies: *Evidence From Business History Context*. *Front. Public Health*. DOI 10.3389/fpubh.2021.632043. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2021.632043/full>
- Sulser, R. & Pedroza, J. (2004). Exportación Efectiva. https://books.google.es/books?id=xAUmAgalnHAC&dq=Factores+internos+para+la+exportacion&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Tataje, A. (2018). Marketing mix y el comportamiento del consumidor en KFC, Huacho – 2017. [Tesis de licenciatura]. Universidad San Pedro. http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/9669/Tesis_58671.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Urzúa, A, Vega-Villaruel, P, Caqueo-Úrizar, A, Polanco-Carrasco, R (2020). La Psicología en la prevención y manejo del COVID-19. Aportes desde la evidencia inicial. *Terapia Psicológica*. Vol 38, N°1. [Internet] 103-118. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/terpsicol/v38n1/0718-4808-terpsicol-38-01-0103.pdf>

Anexos

Anexo 1: Matriz de Operacionalización

Variables	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
Consumo del Café	<p>El café es un producto básico de consumo en la población mundial. El consumo de café ocurre desde tres factores frecuencia establecida, lugar y horario de consumo acuerdo al gusto del consumidor.</p> <p>Su popularidad se debe básicamente a su efecto vigorizante y estimulante. (Ríos, 2016).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencias del Consumidor 	Porcentaje de Café peruano Importado por USA	Intervalo
			Porcentaje de Café de Chanchamayo importado por USA	
		<ul style="list-style-type: none"> • Producción 	Volumen de café que produce Perú	
			Volumen de Café que produce la región de Chanchamayo	
		<ul style="list-style-type: none"> • Áreas cultivadas 	Hectáreas de café cultivadas en peru	
			Hectáreas de café cultivadas por Chanchamayo	
Exportación del Café	<p>Es la acción por parte de las organizaciones para facilitar la venta de un producto, garantizando que este llegue al cliente final, mediante el uso correcto de los canales de distribución y estableciendo un precio competitivo que haga</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Potencialidad del Clientes 	Volumen importación	Intervalo
			Volumen de exportación	
		<ul style="list-style-type: none"> • Canales de Distribución 	Exportaciones de café en granos.	



	frente a los competidores (Marín, 2020)		Exportaciones de café en FOB	
		<ul style="list-style-type: none">• Cotización en el Mercado	Precios de Ventas	
			Volumen importación	

Anexo 2: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo general	Hipótesis general	Dimensiones – Consumo del Café	Indicadores
¿Cuál es la incidencia entre el consumo y Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021?	Determinar la incidencia entre el consumo y la exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021	La incidencia entre el consumo y exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa	1.Preferencias del Consumidor	Caféperuano Importado por USA
				Café de Chanchamayo importado por USA
			2. Producción	Volumen de café que produce Perú
				Volumen de Café que produce la región de Chanchamayo
			3. Áreas cultivadas	Hectáreas de café cultivadasenperu
				Hectáreas de café cultivadas por Chanchamayo
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones-Exportación del Café	Indicadores
1.-¿Cuál es la incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021?	1.- Determinar la incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021.	1.- La incidencia entre las preferencias del consumidor y la exportación de café peruano de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa.	1.- Potencialidad delClientes	Volumen importación
				Volumen de exportación
			2.- Canales de distribución Mundial	Exportaciones de café en granos.



2.- ¿Cuál es la incidencia entre la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021?	2.- Determinar la incidencia entre la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021.	2.- La incidencia entre la producción y la distribución de Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa.		Exportaciones de café en FOB
3.- ¿Cuál es la incidencia entre las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021?	3.- Determinar la incidencia entre las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021.	3.- La incidencia entre las áreas cultivadas y la Exportación del Café de Chanchamayo hacia los Estados Unidos durante el periodo 2018-2021 es significativa.	3.- Cotización en el Mercado	Precios de Ventas
				Volumen de Importaciones



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "CONSUMO Y EXPORTACION DEL CAFE DE CHANCHAMAYO HACIA LOS ESTADOS UNIDOS DURANTE EL PERIODO 2018 - 2021", cuyo autor es CASTILLO PERFUMO LUCIANO MANUEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 16 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR DNI: 08879583 ORCID: 0000-0001-5222-8865	Firmado electrónicamente por: LCAVEROE el 13-12- 2022 16:52:05

Código documento Trilce: TRI - 0443102