



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**“Procesos logísticos y exportación de café de empresas  
cafeteras a Berlín – Alemania 2021“**

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

**AUTOR(ES):**

Alva San Martín, Bruno Benjamín (ORCID: 0000-0003-2235-9260)  
Burga Vargas, Deyanira Jazmín (ORCID: 0000-0002-9095-7863)

**ASESOR:**

Dra. Yllescas Rodríguez, Patricia Maribel (ORCID: 0000-0002-4244-8167)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MERCADOS EMERGENTES**

**LIMA – PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

A Dios por cuidarnos en tiempos de pandemia y  
mantenernos con vida a nosotros mismos por  
luchar y alcanzar nuestros sueños

## **Agradecimiento**

A nuestras familias por ser nuestro soporte y nuestra mi asesora por la guía durante el ciclo académico.

## Índice de contenidos

ii Dedicatoria	ii
iii Agradecimiento	iii
iv Índice de contenidos	iv
v Resumen	v
vi Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	16
3.1 Tipo y diseño de investigación	16
3.2 Variables y operacionalización	17
3.3 Población, muestra y muestreo	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5 Procedimiento	21
3.6 Métodos de análisis de datos IBM	21
3.7 Aspectos éticos	21
IV. RESULTADO	23
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	39
ANEXOS	41

## Índice de tablas

TABLA 1 .....	30
TABLA 2 .....	32
TABLA 3 .....	33
TABLA 4 .....	35
TABLA 5 .....	36
TABLA 7 .....	38
TABLA 8 .....	40
TABLA 9 .....	42
TABLA 14 .....	44

## Índice de gráficos y figuras

FIGURA 1 .....	31
FIGURA 2 .....	32
FIGURA 3 .....	34
FIGURA 4 .....	35
FIGURA 5 .....	37
FIGURA 7 .....	39
FIGURA 8 .....	41
FIGURA 9 .....	43

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo demostrar qué relación

que existe entre los procesos logísticos y la exportación de café de empresas cafetera 2021.

La presente investigación se basó en el estudio de la recolección de datos cuantitativos.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general el fomento con éxito de las exportaciones de café, para la muestra se utilizaron datos de 20 empresas cafeteras que se encuentran en el mercado internacional Según Cárdenas, J. (2013). Manifiesta que la población debe ir acorde al contenido del formulario, el tamaño puede ser elegido a libre elección por el autor asegurando en todo momento la legitimidad de los resultados.

Para analizar los datos se utilizó el método SPSS para determinar la viabilidad de las variables de manera estadística que consiste en analizar el Alfa de Cronbach.

En conclusión, este trabajo pretende mejorar los procesos logísticos a través de metodologías de trabajo que logren alcanzar buenos resultados, buscando aplicar herramientas de satisfacción para los procesos logísticos y exportación de café de las empresas cafetaleras en el año 2021.

**Palabras claves: Marketing, Exportación.**

## **Abstract**

The present research work aims to demonstrate what relationship that exists between the logistical processes and the export of coffee from companies coffee maker 2021.

The present investigation was based on the study of data collection quantitative.

The general objective of this research work is the successful promotion of coffee exports, for the sample data from 20 coffee companies that are in the international market were used

To analyze the data, the SPSS method was used to determine the viability of the variables in a statistical way, which consists of analyzing Cronbach's Alpha.

In conclusion, this work aims to improve logistics processes through work methodologies that achieve good results, seeking to apply

Satisfaction tools for the logistic and export processes of coffee of coffee companies in 2021.

**Keywords: Marketing, Export.**



## **I. Introducción**

La presente investigación titulada: “procesos logísticos para las exportaciones del café de empresas cafeteras a Berlín – Alemania 2021” en los últimos años, la exportación se ha vuelto trascendente. Ciertamente en el comercio lo es aún más. Este, proceso facilita la internacionalización de productos de bien para la economía. Es decir, permite la salida de mercancías nacionales para uso definido en el exterior. En el país años anteriores la falta de compromiso por el personal de la aduana generaba pérdidas para las empresas exportadoras, por tal motivo distribuidores agropecuarios iban a la quiebra por mala asesoría y conocimiento. Actualmente los distribuidores saben de la importancia de una exportación, de cuanto es solicitado su producto y la importancia de ellos en el país de destino.

Se sabe que en estos últimos años ha habido varios tratados de libre comercio con diferentes países, lo cual generan trabajo a la población; es por ello que diferentes productos agropecuarios se han hecho conocidos en diferentes lugares del mundo, donde el Perú se ha vuelto uno de los principales abastecedores del mercado asiático. Por ello y otras razones damos pie a conocer la investigación: “Procesos logísticos para las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín – Alemania 2021.

Por tal motivo que desciende el tema sobre los procesos logísticos y las exportaciones de café, se sabe que ha tenido un crecimiento trascendente en el ámbito empresarial, han concretado así el ingreso de café al mercado de Berlín – Alemania. El futuro de las empresas depende de cómo produzcan el café para una mejor comercialización y acogimiento de compradores.

Después de haber descrito de manera breve la relación que existe entre los procesos logísticos y exportación, nos podemos preguntar: ¿Por qué es importante la exportación de café? Gonzales, B (2011) señalo lo siguiente: “La exportación de café ha logrado tener una gran demanda mundial, tanto por su propiedad nutricionales como por la preferencia que tienen los consumidores y ahora por la nueva norma aprobada en el 2011 en la que ha logrado todos los requisitos fitosanitarios, con el fin de generar mayor seguridad en los países de destino “(p.6) por lo tanto, el café peruano representa una gran oportunidad de elevar los niveles

de la exportación al mercado internacional .Lo que genera mayor de manda de ingreso hacia los empresarios dedicados a la comercialización .

La temática referente a la importancia de la exportación del café no es únicamente un punto adicional, es aquello que determina la evaluación económica y financiera para una empresa comercializadora de café hacia el mercado alemán. Por eso, identifica las estrategias y técnicas de mercado que permite incrementar la rentabilidad, por eso la presente tesis tiene como objetivo señalar la importancia de los procesos logísticos y la exportación de una empresa a Berlín- Alemania, pues en el ámbito comercial se ha vuelto muy solicitada por su nivel alimenticio, tanto por sus escasas en otros países es que surge este fenómeno. La idea es conocer la importancia en toda su magnitud para adicionar en el mercado, existe una tendencia creciente por consumir productos orgánicos siendo los frutos más comprados del país. Señalar esta importancia nos permite desarrollarnos mundialmente y dar a conocer nuestros productos orgánicos con mayor confianza cambiando la visión de nuestro país para un crecimiento económico.

Para Masa, s. (2008), En la rama de productos agroexportables no tradicionales encuentra al café el cual ha surgido como alternativa incrementando con el pasar de los años su volumen exportable y su valor agregado. Engrandecido por las grandes propiedades que posee su grano en proteínas ayudando a reducir de manera considerable la grasa que aqueja el corazón y otros órganos vitales en la salud humana. La iniciativa de la presente tesis es poder incentivar el apoyo a la calidad y capacidad del café en comparativas internacionales.

Habiendo señalado la temática general de los procesos de exportación se mostrará cuatro puntos a considerar del investigador- los más importantes: producción, distribución, valor monetario y mercado pues estos sirven para argumentar la comercialización que aquí se presenta, a través de la argumentación se mostrará cómo se concluye la influencia de los procesos logísticos y la exportación

## **II. Marco Teórico**

El presente trabajo tiene como finalidad evaluar de manera óptima el café cultivado en el Perú hacia el mercado alemán, teniendo en cuenta de que el Perú es uno de

los más grandes productores de café a nivel mundial, ubicándose dentro de los 10 países con mayor capacidad de producción en el mundo.

El Perú se caracteriza por trabajar directamente con pequeños productores de la zona que poseen un certificado orgánico amigable con el medio ambiente, con el transcurrir del tiempo el Perú ha destacado a nivel nacional al exportar actualmente 200 variedades de productos entre ellos café cacao jugo de frutas néctares mermeladas chips de plátano frutas deshidratadas y licores exóticos con destino a Francia y Suecia Finlandia Dinamarca e Italia.

Las empresas cafeteras en el país destacan porque valora mucho el talento humano y el esfuerzo de sus colaboradores los cuales trabajan de manera organizada para lograr la satisfacción de las necesidades que demandan sus clientes ofreciendo así un producto de óptima calidad como lo son sus granos de café.

La planta de producción y procesamiento agrícola está certificada como orgánica según el protocolo kichwa oko - garantie PERU SAC, autorizando presentar la etiquetación orgánica de agricultura orgánica a la unión europea u ÓSEA. Además, la empresa promueve el turismo a través del exportour (selva central).

La síntesis principal de esta investigación consiste en determinar los procesos logísticos para la exportación de café de una empresa cafetera a Berlín-Alemania 2021, asegurando así una información veraz para su comercialización en dicho mercado, la hipótesis general planteada fue: ¿Existe relación entre los procesos logísticos y la exportación de café en Berlín – Alemania de una empresa cafetera en el año 2021?

la recopilación de información obtenida fue de una amplia revisión de las bases teóricas acerca de la influencia de los procesos logísticos sobre las exportaciones de café en Berlín-Alemania.

De tal manera el objetivo general es: Determinar la relación entre el proceso logístico para las exportaciones de café a Berlín - Alemania de empresas cafeteras en el año 2021.

1. Así mismo como objetivo específico: Determinar la relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.

2. Determinar la relación entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.
3. Determinar la relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.

En la presente investigación el problema general planteado fue ¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021

Así mismo, identificamos los siguientes problemas específicos:

1. Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021
2. Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021
3. Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021

En tal sentido el aspecto teórico de la presente investigación apunta a un enfoque cuantitativo de manera que sus conceptos son enfocados en los procesos logísticos, alcanzando resultados para la exportación de café.

Transmitiendo de una manera directa y siendo modelo para que cada vez más empresas peruanas obtén por la internacionalización de sus productos brindando más empleo y oportunidades laborales en el Perú.

Medina. (2015) Manifiesta que dicha producción se vio altamente perjudicada por una serie de factores, cada uno de suma relevancia, pero todos referentes al cambio climático el cual altera y perjudica de manera impactante en los cultivos, desencadenando resultados negativos en la cosecha, así como la variación de técnicas en su cultivo.

Por ello las empresas que se internacionalizan a raíz de esta investigación pueden ampliar sus conocimientos y habilidades con respecto a la exportación, generando ideas proactivas por las búsquedas de nuevos proyectos los cuales serán beneficiosos y oportunidades en las diversas regiones de nuestro país.

Murindahabi, Nisingizwe y Ekanayake (2019). Detallan que, en todas las naciones, la exportación ha sido un importante determinante del crecimiento económico más exportaciones producen un mayor crecimiento de los ingresos a través del multiplicador de exportación, que se refiere a la cantidad recaudada el ingreso nacional después de un aumento de una unidad en la inversión en exportaciones (p. 385).

Para hablar de las exportaciones de mercancías, nos tenemos que remontar a datos históricos, donde naciones realizaban los famosos trueques de bienes para poder lograr cubrir sus distintas necesidades beneficiándose una de la otra.

Posteriormente estos intercambios comenzaron a tener variaciones donde los países más beneficiarios eran los que poseían un mayor nivel de desarrollo. Con el transcurrir de los años el gran incremento de tecnología en estos procesos se han ido perfeccionando y realizando bajos ciertos parámetros con el fin de salvaguardar el beneficio lucrativo de ambos países inter-cambiantes y mantener una gestión salomónica entre ambas.

En el Perú existen múltiples empresas en el mismo rubro las cuales hacen que el mercado cada vez se vuelva más hostil a lo monótono y se incline por un producto adaptable a las nuevas tendencias que registra el mercado, donde el principal punto de quiebre en la mayoría de las empresas es el tema económico y bajo niveles de crédito que se les ofrecen a las pequeñas empresas que empiezan a surgir en el mercado para que puedan concretar su posicionamiento en el mercado.

Es por ello, que nuestra gestión consiste en tener los especialistas adecuados para poder optimizar al máximo los recursos utilizados en dicha gestión de exportación, sin perder una comunicación fluida y constante con nuestro cliente ni descuidar en ningún momento la calidad de nuestro producto.

Mediante una comunicación sincera y constante brindaremos la seguridad de que los plazos establecidos serán los destinados teniendo ellos en el tiempo acordado nuestro producto que demanda calidad. Teniendo en cuenta los posibles retrasos que pueda sufrir el envío tratándose de fuerzas naturales. Es por ello, que debemos conocer y manejar todos los tipos de transporte existentes hoy en día, debido a que

algunos ofrecen más seguridad y rapidez que otros teniendo en cuenta los costos variables que demanda los mismos.

Hoy en día existen múltiples empresas que se desempeñan a nivel nacional las cuales nunca han tenido la experiencia de realizar una exportación ni mucho menos tener negociaciones con un posible mercado internacional.

Esto refleja la calidad de emprendedorismo que posee el Perú, siendo este un nicho de mercado poco explorado por mercados extranjeros. Por esta razón este trabajo de investigación va enfocado a las pequeñas empresas que desee internacionalizarse y desee maximizar sus ingresos lo haga sin ningún temor.

Izere (2017) Manifiesta que el café a lo largo de los años y el incremento de sus exportaciones, así como, certificaciones obtenidas por pobladores rurales ha podido sustentar a más de 126 millones de familias no solo en el país si no alrededor del mundo, en la actualidad el café más solicitado y demandado es el café verde ocupando el puesto dos por debajo del petróleo.

Julca, Solano, Crespo, (2020). Mencionan al mercado internacional, el precio del café es muy inestable y por la gran mayoría de oportunidades esta volatilidad es perjudicial para el Perú y sus agricultores, por esta razón, se debe apoyar a elevar los niveles de producción y calidad con la finalidad de ser más competitivos frente a la competencia internacional. (pág. 355-356)

Según MINAGRI nos indica que el café es el producto más resaltante exportador del Perú a nivel mundial. Además, se ubica entre los 10 productos más solicitados en el mercado internacional. Perú cuenta con 425,26 hectáreas para el cultivo del café las cuales representan 7% área agrícola.

Esto significa aproximadamente más de 3 millones de personas que se sustentan de las actividades agro productiva.

Las empresas peruanas están dedicadas y comprometidas con lo referente a producción y exportación de café, reconocido por su alto estándar de calidad, No obstante nunca incursionaron a la exportación con el mercado Europeo (Berlín-Alemania) por una carencia de procedimientos y requisitos que demanda este país perdiendo la oportunidad de hacer grandes negocios los cuales se representarían en grandes ganancias para la empresa, por esta razón nuestra investigación a

detalle lo que se requiere y se debe de considerar para exportar a un mercado amplio como lo es el país de Alemania.

Teniendo en cuenta que la demanda del café siempre se ha visto sujeta a la fluctuación del mercado exterior, sería acertado decir que en un determinado momento las personas que se dedican a este rubro correrían cierto riesgo de improductividad, pero según MINCETUR nos dice que la exportación de café viene en tendencia al alza con el 1.4% del total de exportaciones peruanas.

Así lo reafirma la cámara de café y cacao colocándonos en el 9no puesto de producción de café y en el 7mo hablando de exportación a nivel mundial.

El problema habitual que se encuentra es que en situaciones el precio por saco de café no es muy rentable ni cubre los gastos de su producción el mismo, viéndose perjudicados las familias que participan en el proceso.

Minervini (2015) en su libro titulado manifiesta que para obtener el éxito en un mercado internacional es fundamental realizar cambios en el plan de ventas utilizado en el mercado local. La mayor meta de la explotación es medir la realidad de competitividad de la empresa frente a otras elevando nuestras exigencias y reforzando nuestro nivel de conocimientos. Es la universidad de la competitividad.

Seneshaw, Bart y Johan (2019) nos indica que los precios internacionales del café están por debajo a los precios que presenta la paridad de exportación, lo que genera pérdidas para los exportadores de café de Etiopía. las pérdidas se incurren para que los exportadores puedan acceder a divisas desfavorables.

Segovia (2016) nos indica que Las grandes empresas emplean estrategias de marketing con la finalidad de ofertar sus productos con una publicidad impactante en sus clientes fijos así también creando nuevos consumidores.

El área de marketing es una área muy cambiante y volátil debido a las tendencias, gustos y preferencias fluctuantes en cada sector del mercado, es aquí donde radica el éxito de una empresa, ya que, de esta gestión depende la fidelización y retención del cliente.

Ferrell y Hartline (2018). El marketing estratégico debe de estar ligado con la misión y metas de la organización, la gerencia debe de velar por el cumplimiento de estos planes funcionales con el propósito de que se alcances los objetivos.

Pinto G. (2017) Afirma que para satisfacer la necesidad de un cliente es necesaria la aplicación directa de canales de marketing directo estratégico (p.21).

Santana, (2017). Menciona que, la función principal de los procesos logísticos son orientar en el continuo seguimiento de todas las posibles oportunidades del entorno, el establecimiento competitivo de las diferentes empresas, segmentos actuales y potenciales. (pág. 83).

Moreno (2015). Menciona que los procesos logísticos integrados son un método estratégico de negocio utilizado con el fin de planificar, ejecutar, desarrollar y evaluar diferentes programas de comunicación de marcas coordinados, cuantificados en un tiempo determinado, con el objeto de generar la devolución de la inversión a corto plazo y generar valor futuro para los accionistas. (pág. 183).

Callantes (2017) Detalla que el inicio de una exportación se da con la venta de los minoristas a los intermediarios lo cuales contactan con un broquer quienes se encargan final mente de exportarlos. (pg. 12).

Córdoba, Rodenes y Rueda (2016). Las exportaciones constituyen el volumen de una economía para producir con el fin de traspasar fronteras nacionales y complacer necesidades para obtener algo a cambio.

Jaramillo (2015). Nos dice que la característica mas peculiar y fundamental en el marketing es predecir con buenas garantías el existo en un lapso corto de tiempo dentro de la organización basándose en los requerimientos del mercado resultados. Teniendo en cuenta que el rubro del cual se forma parte es fluctuante y vareado, el éxito de la organización dependerá en gran porcentaje de la capacidad de amoldarnos a los gustos del mercado y el correspondiente posicionamiento estratégico dentro del mercado objetivo.

ABDULLAH, SOFIAN, NFSBM, ZALIHIN, FNZB y ZULKIFLEE (2020). Mencionan que, En un entorno tan competitivo como hoy día, hay la necesidad de diseñar un buen sistema de marketing para que exista un desempeño eficiente para la promoción de las ventas, la mezcla del marketing mix puede considerarse un indicador muy importante para mantener una ventaja competitiva. (pág. 4).



Pérez, Godínez, Figueroa (2015). Nos dice que la inestabilidad del café acerca de la producción en Brasil origino una baja considerable en el precio del grano, esto sucedió en marzo, sin embargo, el margen de la OIC bordeo el 10% en los meses de febrero y marzo lo que significaría 177 y 153 centavos de dólar aproximadamente.

Alvarado, R. Guadalupe A. (2019). Manifiesta que la actividad agrícola cafetera es la más importante en el país, ya que hoy por hoy el café se ha posicionado como el producto estrella de agro exportación, la realidad de este sector evidencia los grandes niveles de crecimiento en las últimas cosechas, así mismo se evidencia una leve baja en producción y rentabilidad del cultivo, originado por plagas estacionales en los diferentes cultivos.

El Ministerio de Agricultura y Riego en sus direcciones de Sierra y Selva Exportadora, Dirección de Transparencia y Acceso la información pública y Dirección de estadística agraria, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Turismo mediante PROMPERU entre otras. (1), 61-64.

Por otro lado, Muñoz y Gallegos (2016) Mencionan que la producción en Perú del café se enfocaba únicamente al consumo local contando con un déficit porcentual del grano, hoy por hoy dicho porcentaje ha sufrido una variación a favor de la mano con la calidad estaba dedicada al consumo local con un bajo porcentaje del grano la producción de café peruano ha mejorado no solo en cantidad, sino en calidad. El café orgánico nacional es un producto conocido y famoso en el ámbito internacional(pág.16).

#### Antecedentes

El mercado mundial de café es muy competitivo debido a la alta y creciente demanda que existe, no obstante, el Perú ha sabido posicionarse y ha desarrollado técnicas especiales para ofertar cafés especiales con altos estándares de calidad y una serie de certificaciones que garantizan el cumplimiento a cabalidad de los protocolos y medidas para la preservación del medio ambiente y responsabilidad social, otorgado por las entidades pertinentes.

Por otro lado, se estima una migración del consumo del café convencional al café especial debido a los bajos índices de calidad del convencional, los cuales poseen bajos precios y se han visto aminoradas ganancias en los últimos años.

Por lo tanto, existe una demanda de un mercado insatisfecho que va en ascendencia, los cuales buscan un café de calidad dispuestos a pagar el valor del mismo, lo que significa incremento de posibilidades para la industria cafetera peruana.

Asimismo, se viene desarrollando una nueva tendencia en los consumidores de café especial o de alta calidad que va más allá de demandar un café de alta calidad, sino también el conocer el origen natal del café y procedimiento que conlleva el mismo para lograr el máximo estándar desde prácticas de sus agricultores hasta sus orígenes y tipos de cafés que se encuentran en el Perú.

Milla y Ospina (2018) mencionan que en general, el sistema agro-cafetero se ha visto afectado por las demandas y tendencias de los consumidores, que ya se aplican la industria alimentaria, practicidad y calidad; salud y Bienestar; placer y sensibilidad; ética y sostenibilidad y valor de origen. (p. 283)

El Ministerio de Agricultura y Riego nos dice que “el café es el producto estrella de las exportaciones agrícolas del Perú, siendo el 25% de los ingresos y generando de manera anualmente alrededor de 50 millones de trabajos jornales en producción y comercialización de este gran producto. Mirando a fondo la importancia económica, la población dedicada al café posee una trascendencia social y ambiental de manera constante y comprometida con el país. El programa de Commodities Verdes del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD), de la mano con el de la Cooperación Suiza – SECO, plantean optimizar el desempeño económica, social y ambiental del sector cafetero en todo el Perú y ayudar a mejorar el estilo de vida de estos productores lugareños, contrarrestar el cambio climático y asegurar y la preservación de los bosques y los ecosistemas.”

El Ministerio de Agricultura y Riego “MINAGRI” (2015) nos dice que “El Perú es el segundo exportador mundial de café orgánico después de México a nivel mundial.

El Perú cuenta con 425,416 hectáreas con fines al cultivo de café las cuales representan el 6% del área agrícola nacional. La mayor fuerza potencial radica en alrededor de 2 millones de hectáreas.

Las plantaciones cafetaleras de mayor volumen se encuentran instaladas en 17 regiones, 67 provincias y 338 distritos.

En la actualidad 223,482 familias de pequeños productores están comprometidos con la producción de café a nivel nacional y un 95% de los mismos cuentan como mínimo con 5 hectáreas de café.

Una tercera parte de la población rural dedicada a la agricultura de café aproximadamente 2 millones de peruanos subsisten de esta actividad.

El 30% de productores cafeteros forma parte de alguna organización agrícola y el % exporta de manera directa a través de dichas organizaciones.

El 80% exporta a mediante agencias exportadoras y solo el 5% poseen un estudio superior.

El 3% maneja sus predios de café y han adquirido técnicas de alta tecnología y el 7% cuenta con historial crediticio y está apto a un préstamo bancario.

La siguiente información nos dice que en Perú se calcula que son 81 las organizaciones conformadas entre (cooperativas y asociaciones) que representan al 30% de los productores agrupados. Un 61% de ellas realiza exportaciones de forma directa, mientras que el resto las realiza a través de cualquier empresa exportadora” (Línea de base del sector del café del Perú, 2017).

Al igual que los gremios nacionales cafeteros conocidos tenemos al JNC, que representa a los trabajadores organizados y la Cámara Peruana del Café y Cacao (CPC), que representa a las grandes empresas exportadoras. Estas 2 instituciones poseen una fuerte presencia en el sector. En otro contexto en los últimos años se han venido desarrollando una gran cadena de procesos de “federalización” de los productores, los cuales han abarcado niveles distritales, provinciales y regionales y que en este último periodo por medio de la Plataforma Nacional de Cafeteros – aún no reconocida - , está promoviendo la creación de una Federación Nacional de Cafetaleros del Perú, Asimismo, en vista de la falta de institucionalidad del sector

cafetero, se están dando otras iniciativas , como la Asociación de Municipalidades Cafetaleras, los grupos de productores involucrados con beneficios de inversión entre otros.

La organización internacional del café (2015) “El café fue insertado por primera vez a Alemania, al finalizar el siglo XIX, por un misionero francés, en el sudoeste del país”.

La producción y comercialización del café en este país no tuvo un crecimiento importante casi en todo el siglo XIX, fue entonces que en 1998 el Gobierno de Alemania, en conjunto con el Banco Mundial y el programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD), puso en marcha el lucrativo proyecto de regeneración de dicho mercado. Empresas transnacionales como Nestlé optaron por participar en el cultivo de café en la región y como resultado se evidenció el gran aumento de la producción y comercialización.

Las estimaciones del consumo del café en Alemania se ven frenadas por la carencia de estadística fiable. Sin embargo, es posible realizar un dato histórico referenciado en cifras de producción, exportación e importación, las cuales son de mayor facilidad recopilar.

Los resultados de este pronóstico detallan que el consumo de café fue de aproximadamente de 1,9 millones de sacos entre los años 2013/14, y que alcanzo una creciente de alrededor del 16% anuales durante los últimos 4 años. Esta creciente a favor de los exportadores cafeteros colocaría a Alemania en las posiciones 17vo país mayor consumidor de café en el mundo. Sin embargo, la población es de 1,4 miles de millones de personas, el consumo promedio por habitante es de 83gr, reduciéndolo a 5 o 6 tazas al año, si bien es cierto esta baja tendencia ha ido aumentando. Se pronostica que el consumo por habitante promedio es mucho mayor elevado en zonas urbanas, y se estima fue de 2kg en Berlín, a comparación de 4,9 en Europa central y 4,4 kg en los EE.UU.

Suca, Suca y Siche (2015) nos dice que la agricultura es una de las actividades más realizadas en el territorio peruano, siendo el café, el producto más importante ya que representa el 50% de toda la producción agrícola. La economía de dicha región

depende en gran parte del café, ya que genera más de 2960 mil trabajos al año durante los meses de abril a agosto (pág.47).

Robiglio, Baca, Donovan, Bunn, Reyes, Gonzáles y Sánchez (2017). Manifiestan que “En nuestro país, más de 220 mil familias están inmersas en la cadena del café y genera más de 670 millones de dólares en exportaciones. En este logro están involucradas más de 11 regiones como: Amazonas, Cajamarca y San Martín”.

Jezeer, Santos, Boot, Junginger, y Verweij (2018). Nos dicen que la producción del café peruano es inferior al del resto de países sudamericanos, ya que representa un dos por ciento de la producción global. (pág.21).

Mattingly (2016). Menciona que, aunque Alemania sigue siendo una nación muy consumidora de té, en los últimos años las tendencias del consumo del café se han incrementado de forma exponencial y no se espera que se reduzcan. (pág.4).

#### Antecedentes de estructura de mercado

Según la firma de estudios Euro – Monitor, lo que predomina en el mercado cafetero de Alemania es la presentación de café instantáneo. Esta presentación demanda aproximadamente el 99% de las ventas al por menor por volumen y el 98% por valor, No obstante, las ventas de café tostado fresco van de forma ascendente a ritmo continuo. Los primeros mencionados son los cuales acaparan la popularidad como los productos 3-en-1 (café, azúcar, derivados de leche y diversos sabores). En efecto, la creciente popularidad de los establecimientos de café y el incremento de la tendencia cafetera están siendo grandes motores de crecimiento del café tostado fresco y molido. Además, las ventas y comercialización están superando con rapidez a las ventas al por menor, las cuales iniciaron con una ventaja al principio. Se calcula que los puntos de venta de café en Alemania eran de 13.384 a finales de 2013.

Estudio de Mercado (2017) Nos informa que el Perú es el 9no productor de café y 7mo exportador a nivel mundial. El café peruano es vendido por segmentaciones:

88,8% convencional, 9,8% certificado y 2,4% especialidad. El café peruano se caracteriza por ser un café que posee ventajas comerciales y de estándares de calidad.

Los principales socios estratégicos son Estados Unidos, Alemania y Bélgica, que concentran más del 50% de las exportaciones. En estos países se surten de manera diversificada café de segmentación certificados y convencionales. Las exportaciones peruanas se rigen por empresas nacionales (40%), empresas multinacionales (40%) y organizaciones de productores (20%) estos últimos mencionados abocados en cafés certificados. Los diferentes tipos de empresas venden de todos los tipos de café antes mencionados.

Los compradores potenciales de café peruano nos han catalogado como un tipo de café de calidad estándar con alto potencial de mejoras, donde también mencionan problemas de consistencia.

El mercado nacional se encuentra en un proceso de cimentación en su complementariedad de liderazgo en precios con su par el café colombiano, mediante una demanda exigente en mezclas y preferencias en el segmento certificado. Estas características son las que marcan la preferencia en los consumidores compradores con una visión fundamental en la promoción del café peruano.

Según Rainforest Alliance (2008). Menciona que emplean datos, de los cuales nos dice que en "Perú el porcentaje de ventas de café con certificación Rainforest Alliance incrementó en el 2007 un 80% a diferencia del año 2006 se pronosticó que para el año de la publicación 2008 se llegaría con un incremento del 50% con relación al 2007". Esta alentadora noticia obedece al alto crecimiento del grano certificado por parte de esta organización internacional aceptada con gran influencia en el mercado. Esta es la razón por la cual múltiples empresas cafeteras solicitaron el apoyo incondicional de la Rainforest Alliance (Alianza para Bosques) para sacar un beneficio de esta oportunidad comercial".

Alrededor de 7.500 fincas de pobladores, pobladores y productores de café ya han obtenido el sello de certificación Rainforest Alliance. Aproximadamente 25,000 hectáreas las cuales están bajo un modo de trabajo amigable con el medio ambiente, actuando de manera responsable y una actitud preservadora del medio ambiente. Estas fincas se encuentran ubicadas en áreas de biodiversidad, como San Martín, Pasco, Junín, Cusco y Puno, Cajamarca y Amazonas, dicho esto su

adecuado comportamiento ecológico es fundamental en estas zonas para así preservar el ecosistema.

Las fincas que obtienen la certificación es sinónimo que han alcanzado los altos estándares desarrollados por la red de Agricultura Sostenible (RAS), una agrupación de preservadores y cuidadores del medio ambiente, de la que Rainforest Alliance es su secretaria. Estos estándares inculcan principios ambientales y sociales implantando una cultura ecológica en un ecosistema, protección de la fauna y flora silvestre, concientizar que el agua es un recurso agotable y la energía se debe de aprovechar de manera justa y medida, además un buen clima y trato laboral en función con sus trabajadores de la comunidad.

Jativa y Usuary (2016) tuvo como objetivo realizar un plan estratégico de marketing el cual brinda la facilidad de comercializar y posicionar en el mercado al café producido por la Asociación Aroma de Café en la cuenca del Río Mira de la provincia de Imbabura. Utilizando una muestra con la finalidad de reconocer las tendencias de consumo de café y productos sustitutos, se efectuó una encuesta de campo, la cual evidenció la recolección de información, la que dio como resultado datos sinceros de preferencias y tendencias. Mediante la misma realizada a 175.547 (habitantes) podemos decir que las personas tienen mayor inclinación al consumo de la marca Nescafé, y esto sucede debido al gran acaparamiento de la marca en el mercado, 127.271 (habitantes) no emitieron ninguna preferencia respecto al café que se consume dentro de sus casas o centros laborales.

Una vez obtenido estos valores llegamos a la conclusión formulando una primera premisa que los procesos logísticos dirigen y controlan las exportaciones en las empresas cafeteras, para que puedan alcanzar la cima frente a cualquier oportunidad de mejora que se le presente.

Loli (2018) nos dice que el principal objetivo de los procesos logísticos son evidenciar la viabilidad de la economía, técnica y financiera respecto de la incursión de una startup peruana en un mercado internacional de ventas de café instantáneo. Demostrando dicha viabilidad la venta de café tostado crecería de 5% en el año 2017 a un 10% en el año 2022, dando óptimos resultados financieros, este plan solo detalló la venta de café encapsulado a Alemania, más no al mercado interno.

El objetivo general fue medir la capacidad de producción de café con altos estándares de calidad en el Perú, definiendo los procesos, pasos, y documentación necesaria utilizando como variable el tamaño y nivel de crecimiento anual de consumo.

Según Ocampo (2017) sostiene que “La identificación de tendencias en la producción de café fue el objeto de este estudio que analizó las estadísticas cafeteras a nivel mundial y nacional, considerando informes de la Organización Internacional y al mismo tiempo posicionándonos con uno de los mayores productores de café en el ámbito internacional y penetrando nuevos mercados”.

Tipo de investigación sujetas al estudio. En síntesis, la base de esta investigación es analizar las variables estudiadas y así no se encuentre una relación clara y visible es una investigación seria, rigurosa y confiable. párr. (8)

Por otro lado, en el estudio transversal.

Rodríguez y Mendivelso (2018) en su artículo detalla, Las investigaciones con un perfil transversal se les denomina estudio observacional de base individuales que tienen como característica un doble propósito, de carácter descriptivo y analítico. (p.142).

### **III. Metodología**

Dado el contexto teórico cabe mencionar que la técnica de la investigación fue un diseño no experimental siendo de corte transversal. Asimismo, Maldonado (2016), nos manifiesta que la experimentación no experimental es aquella en la cual no hay alteración de sus variables a tratar. Además, no hay términos establecidos en este

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

Nuestro trabajo de investigación se basa en no experimental transversal.

Hernández – Sampieri y Mendoza (2018) nos dice que Los diseños cuantitativos no experimentales se clasifican en transversales y longitudinales, su característica principal es que las variables no son manipuladas, las muestras en su mayoría son



a través de cuadros estadísticos para darle credibilidad a las hipótesis - “y estamos más cerca de las variables formuladas hipotéticamente como – reales y en consecuencia tenemos mayor validez externa (p.184).

Hernández – Sampieri y Mendoza (2018) manifiesta que entre sus características están el no seguimiento de un proceso preestablecido con claridad, predomina la lógica del razonamiento inductivo, o sea, se exploran individualidades para generalizar y generar teorías, el proceso más flexible. Se basa en métodos de recolección de datos a partir de diferentes instrumentos, los que no necesariamente se reducen a números, pero en los que el análisis estadístico puede utilizarse para fortalecer el análisis.

El procedimiento empleado fue el hipotético deductivo. Lejano (2016) relata que en el caso de que se considere al método experimental como un método independiente, el método hipotético-deductivo pasaría a ser un método específico dentro del método empírico analítico, e incluso fuera de éste.

### **3.2 Variables y operacionalización**

Tipo de investigación correlacional. Price, Jhangiani y Chiang (2017) Con frecuencia asume que una investigación de tipo correlacional debe presentar 2 variables las cuales no deben de ser tocadas por ningún resultado en ninguna expresión (cuantitativa o categórica). Por otro lado, Peinado, J. (2015). Nos dice que la investigación exploratoria, descriptiva, explicativa y correlacional” Nos dice que, en este tipo de investigación, los investigadores miden dos variables y establecen una relación estadística entre las mismas (correlación), sin necesidad de incluir variables externas para llegar a conclusiones relevantes.

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

Población

Hernández, Fernández y Batista (2018). Es el aglomerado de todas las alternativas que cuentan con especificaciones determinantes en la investigación. Nuestro

trabajo de investigación tomó como población a las empresas peruanas que exportan café tostado al mundo. Según Arias, Villasís, Angel, Miranda y Guadalupe (2016) nos mencionan que la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados. Es necesario aclarar que cuando se habla de población de estudio. (pág. 202)

## Muestra

En la presente investigación se tomó como tipo de muestra a las empresas peruanas que por primera vez exportan café al mundo de manera aleatoria. Los autores Cordero, Cabrera, Caraballo y Manso (2015) mencionan que La muestra es cómo se manifiesta a la población, en la que se desenvuelven de manera óptima todos los caracteres fundamentales de esta, ya que es indispensable para la investigación. Para que la muestra sea presentada y utilizable debe mostrar analogía y disimilitud manifestadas en la población (p. 7). Por lo presentado, se puede interpretar que la muestra es todo aquello que representa a la población optada por un método de muestreo. En la muestra se debe poseer toda información que se desea extraer y ello se logrará con la buena selección de la muestra, además del cuidado en el momento de la recolección

Por otro lado, los autores Cordero, Cabrera, Caraballo y Manso (2015) definieron que la muestra es como se representa a la población, en la que se desarrolla de la mejor manera las características fundamentales de esta, ya que es importante para la investigación. Para que la muestra sea representativa y útil debe reflejar similitud y diferencias encontradas en la población (p. 7). Por lo mencionado, se puede decir que la muestra en un universo de cosas o personas que representan la población selecciona por algún método del muestreo. En el cual la muestra debe tener toda información que uno desea para tener la probabilidad de extraer la información que se desea, esto se logrará con una buena selección de la muestra y con un cuidado en el momento de la recolección de datos.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En la presente investigación el muestreo son las exportaciones de café de las empresas cafeteras, conociendo que una muestra de forma conceptual se realiza

seleccionando caracteres que expresan mayor grado de similitud. También entendido como muestreo por conveniencia. Según Otzen y Manterola (2017) Mencionan que el muestreo por conveniencia faculta la selección de sucesos accesibles que han de ser incorporados. Ello se fundamenta en la facilidad de acceso y cercanía de los sujetos para el averiguador. (pág. 230). Por lo expuesto, en esta técnica de muestreo se deben tomar datos de los que tenemos fácil acceso fundamentado en el libre acceso y proximidad del investigador.

### **3.5 Procedimientos**

En la presente investigación se basó en el estudio de la recolección de datos citados por: Riso (2017) en su Revista Española de Documentación Científica manifiesta que “La principal meta de la investigación es la observación y la interpretación del problema, partiendo de este punto se podrá definir las medidas solución a emplear, la cual arrojará a la luz la siguiente pregunta ¿en torno a que cuestiones metodológicas se producen y reproducen los conocimientos en la actividad investigadora? Por otro lado, Torres, Salazar y Paz (2019) En su boletín electrónico nos dicen que “La recolección de datos refiere a la anotación de todos los medios que abastecen el conocimiento de una situación o problemática expuesta, estos datos serán utilizados para desarrollar objetivos esperados a corto plazo. Además, según su origen se le denomina una clasificación: Fuentes primarias y Fuentes secundarias

El presente trabajo tuvo como principal fuente de confiabilidad el portal web del Minagri, mismos que fueron analizados y plasmados en una hoja de cálculo Excel dando los resultados de la presente investigación.

Torres, Salazar y Paz (2019) el cuestionario es un instrumento de medición en el que se envía un banco de preguntas por algún medio de comunicación y este debe ser diseñado para fomentar la respuesta y participación.

En el presente trabajo nos informa que la recopilación de datos debe ser sometida a una verificación y validación de datos para asegurar la credibilidad de la información antes obtenida partiendo desde aquí la efectucción de un plan de acción y un buen plan estratégico a largo plazo. Hernández (2018) la validez del contenido se podrá someter al instrumento y al juicio de expertos con mucha relevancia

empleando una escala de aplicación y sistematización o diseño de instrumentos de evaluación (p. 53).

### 3.6 Método de análisis de datos

Ya recolectada toda la información se procederá a plasmarla en el instrumento SPSS con un análisis estadístico representado en gráficos para su posterior explicación. Hernández, Fernández, y Baptista. (2016) Manifiesta que la confiabilidad del instrumento depende de la eficacia en su aplicación con el proyectando resultados idénticos, es decir, es la confiabilidad que genera resultados argumentados y acuerdos.

La validez es el nivel con el que el instrumento pueda detallar con exactitud lo representado de manera objetiva para una correcta interpretación y calificación por parte de los investigadores. (pág.7)

### 3.7 Aspectos éticos

La presente investigación tiene presente las bases teóricas de la investigación respetándose y analizándolas desde un punto de vista crítico, verificando su confiabilidad y validez de sus argumentos empleados, con la finalidad de llegar a buen arribo su objetivo principal reconociendo la disyuntiva principal de forma acertada y con justicia.

## IV. RESULTADO

**Resumen de procesamiento de casos**

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido	0	,0
Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,805	24

#### 4.1 Análisis descriptivo

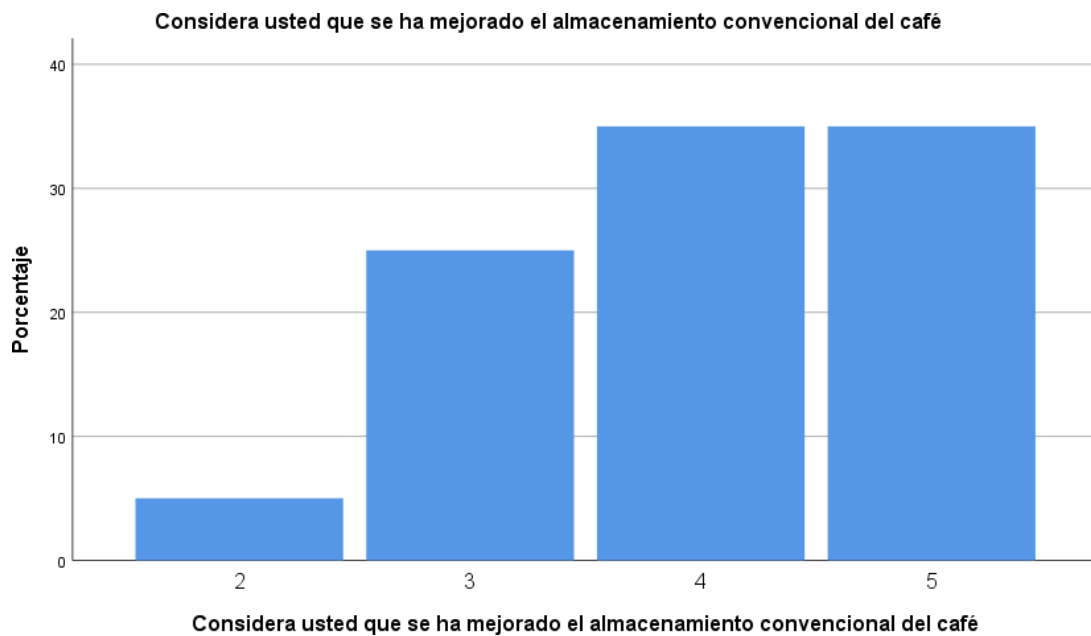
##### 4.1.1 Análisis descriptivo de la variable Procesos Logísticos.

**Considera usted que se ha mejorado el almacenamiento convencional del café**

**TABLA 01**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	1	5,0	5,0	5,0
	3	5	25,0	25,0	30,0
	4	7	35,0	35,0	65,0
	5	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**FIGURA 01**



Fuente: la gráfica comprende datos extraídos de la encuesta aplicada a las empresas cafeteras que se ubican en el mercado internacional 2021- SPSS. 25.0

### **INTERPRETACIÓN**

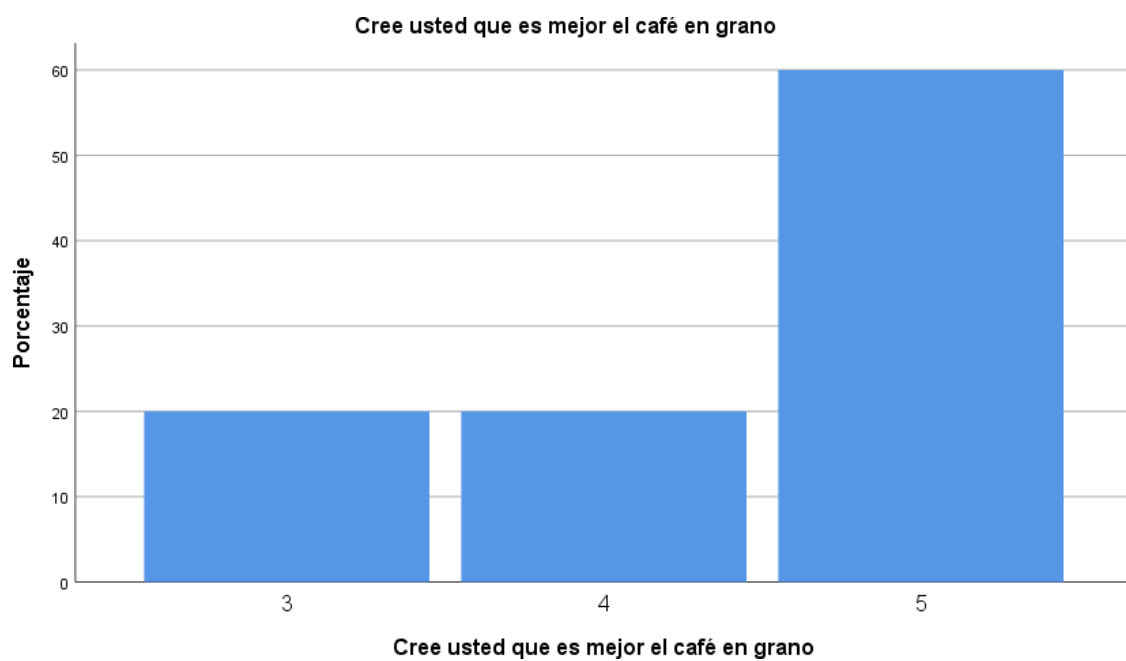
Referente a la tabla 01 y figura 01, que, a través de la encuesta realizadas a nuestra muestra de 20 empresas cafeteras, podemos resumir que más del 70% considera que se ha mejorado el almacenamiento convencional del café, así mismo podemos evidencia que la negatividad ante la pregunta es baja representada por un 10%, Es por ello que se observa una tendencia positiva en las encuestas realizadas a las empresas exportadoras de café.

**TABLA 02**

**Cree usted que es mejor el café en grano**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	4	20,0	20,0	20,0
	4	4	20,0	20,0	40,0
	5	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**FIGURA 02**



Fuente: la gráfica comprende datos extraídos de la encuesta aplicada a las empresas cafeteras que se ubican en el mercado internacional 2021- SPSS. 25.0

## INTERPRETACIÓN

Referente a la tabla 02 y figura 02, que, a través de la encuesta realizadas a nuestra muestra de 20 empresas cafeteras, podemos resumir que el 60% de encuestas fueron respondidas a favor al momento de definir si el café es mejor en grano, a diferencia de un porcentaje bajo el parcial desacuerdo de la misma pregunta 20%. Es por ello que se observa una tendencia positiva en las encuestas realizadas a empresa exportadoras de café.

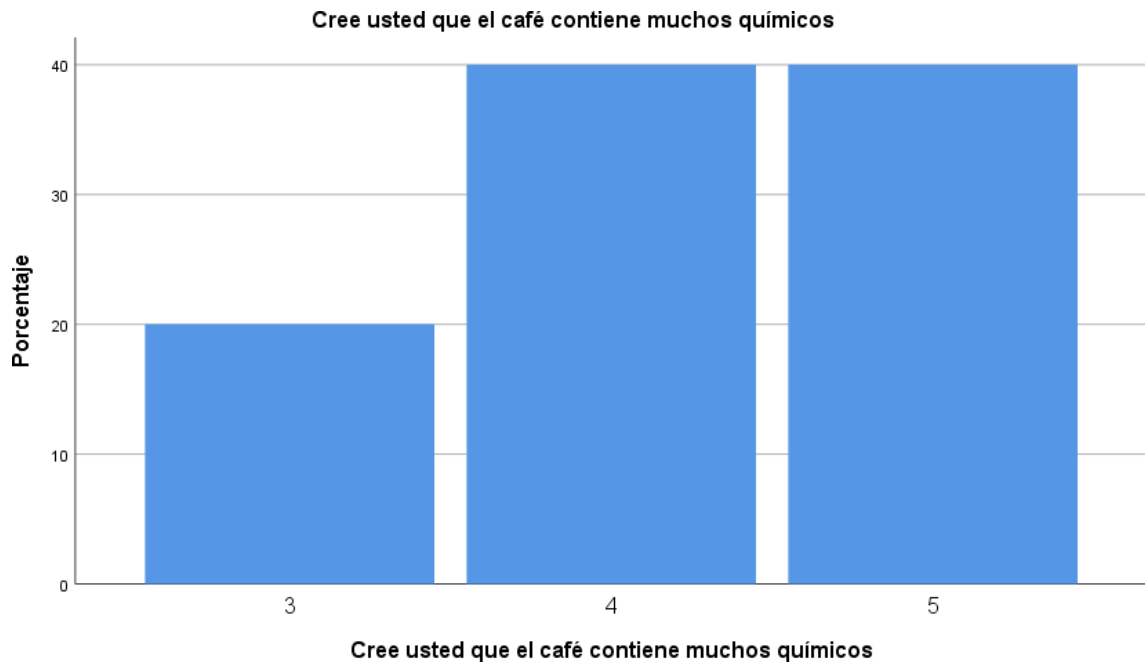
**TABLA 03**

### **Cree usted que el café contiene muchos químicos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	4	20,0	20,0	20,0
	4	8	40,0	40,0	60,0
	5	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



**FIGURA 03**



Fuente: la gráfica comprende datos extraídos de la encuesta aplicada a las empresas cafeteras que se ubican en el mercado internacional 2021- SPSS. 25.0

### **INTERPRETACIÓN**

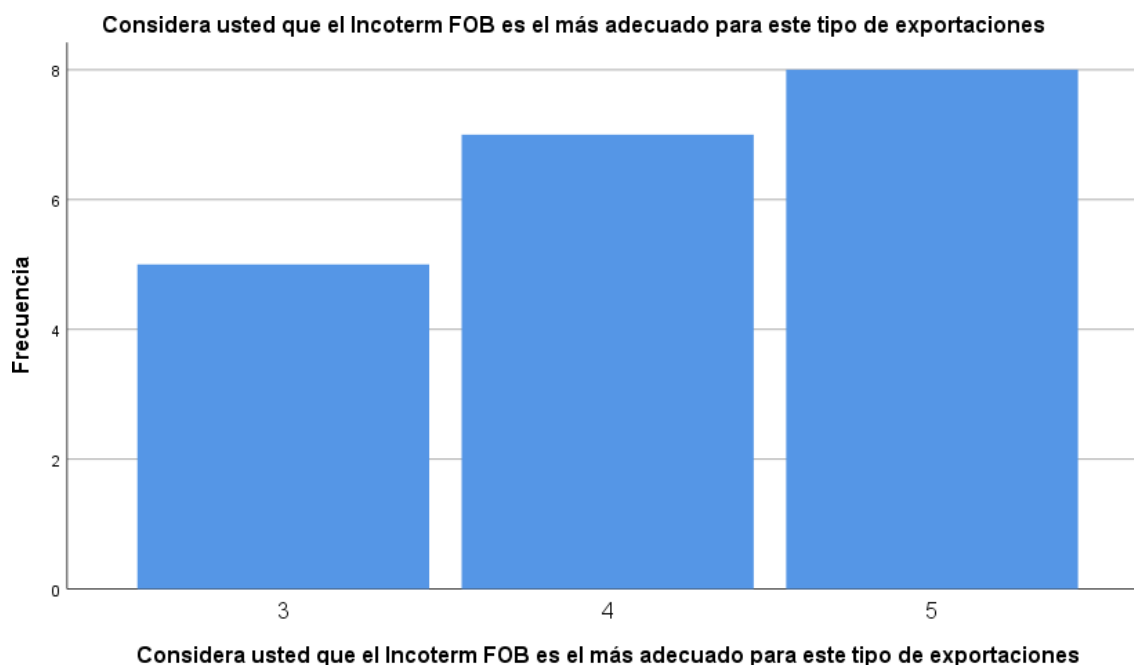
Referente a la tabla 03 y figura 03, que, a través de la encuesta realizadas a nuestra muestra de 20 empresas cafeteras, podemos resumir el 40% de encuestas respondidas son en total acuerdo frente a la pregunta si consideran que el café tiene muchos químicos, a diferencia del 20% que no demuestra mucha seguridad de esta pregunta. Es por ello que podemos deducir que el café en grano es apto para la exportación y competitivo en un mercado internacional.

**TABLA 04**

**Considera usted que el Incoterm FOB es el más adecuado para este tipo de exportaciones**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	5	25,0	25,0	25,0
	4	7	35,0	35,0	60,0
	5	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**FIGURA 04**



Fuente: la gráfica comprende datos extraídos de la encuesta aplicada a las empresas cafeteras que se ubican en el mercado internacional 2021- SPSS. 25.

**INTERPRETACIÓN**

Referente a la tabla 04 y figura 04, que, a través de la encuesta realizadas a nuestra muestra de 20 empresas cafeteras, podemos resumir el 80% de encuestas

respondidas son en total acuerdo al momento de definir al Incoterm FOB como el más adecuado para este tipo de exportaciones, frente a 10% de indecisión frente a la pregunta. Es por ello que podemos deducir que el Incoterm FOB es el más utilizado y preferidos por nuestra muestra de empresas cafeteras exportadoras.

## I. RESULTADOS

### 4.1. ANALISIS DESCRIPTIVO BIVARIADO

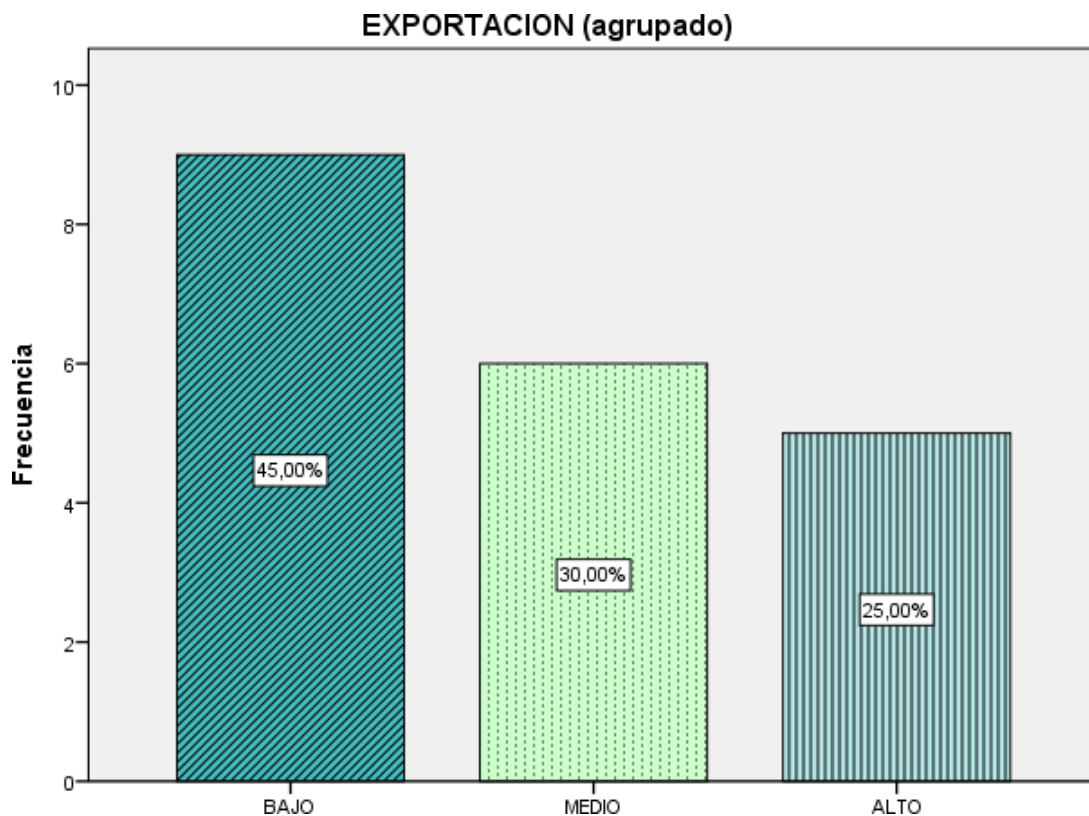
Objetivo general: Determinar la relación que existe entre los procesos logístico y exportación de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021

#### Tabla 05:

*Resultados de tablas cruzadas de la variable Exportación*

#### EXPORTACION (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BAJO	9	45,0	45,0	45,0
MEDIO	6	30,0	30,0	75,0
ALTO	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	



Fuente: Software SPSS versión 22.0

**Figura 5. Grafico cruzado de la variable Exportación**

En la tabla 10 y figura 10, Se verifica que, de las 20 empresas cafeteras encuestadas, el 45% (09) indico que las exportaciones poseen un nivel bajo; un 30% (6) señala que el nivel es medio, el 25% (5) dicen que el nivel es alto. A partir de lo obtenido, concluimos que, no existe una relación entre los procesos logísticos y exportación de café, es decir que mejores procesos logístico no influyen en la exportación de café.

1. Objetivo específico 1: Determinar la relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.

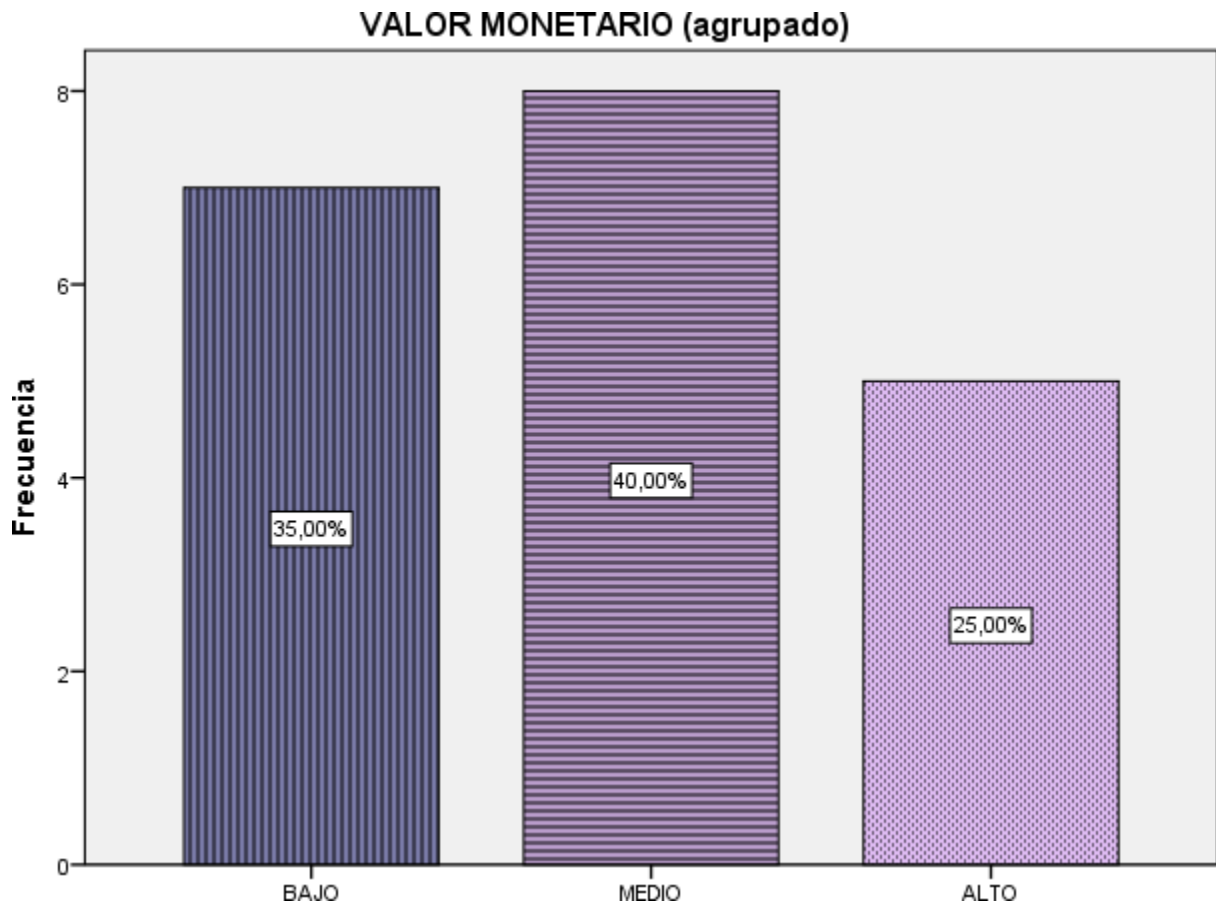
**Tabla 06:**

*Resultados de tablas cruzadas de la dimensión tecnología y la variable logística*

---

**VALOR MONETARIO (agrupado)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido BAJO	7	35,0	35,0	35,0
MEDIO	8	40,0	40,0	75,0
ALTO	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	



Fuente: Software SPSS versión 22.0

**Figura 6: Gráfico cruzado de la dimensión valor monetario y de la variable *Exportación***

En la tabla 07 y figura 7, Se verifica que, de las 20 empresas cafeteras encuestadas, el 35% (07) indico que el valor monetario posee un nivel bajo; un 40% (8) señala que el nivel es medio, el 25% (5) dicen que el nivel es alto. A partir de lo obtenido, concluimos que, existe una relación significativa entre los procesos logísticos y el valor monetario, es decir que para mejorar los procesos logísticos es necesario tener un buen valor monetario de exportaciones.

2. Objetivo específico 2: Determinar la relación entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.

**Tabla 7:**

*Resultado de tablas cruzadas de la dimensión mercado y de la variable Exportación*

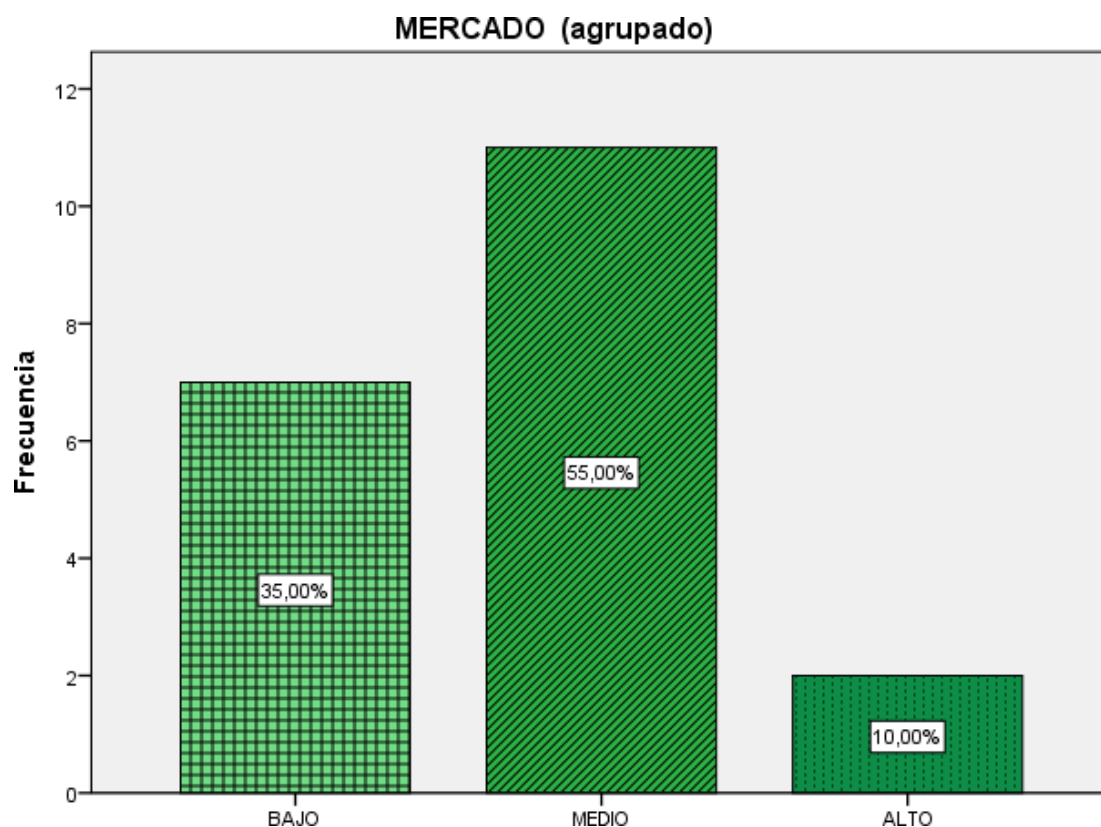
---

**MERCADO (agrupado)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido BAJO	7	35,0	35,0	35,0
MEDIO	11	55,0	55,0	90,0
ALTO	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS versión 24.0

Figura 8: Gráfico cruzado de la dimensión mercado y la variable Exportación



En la tabla 08 y figura 8, Se verifica que, de las 20 empresas cafeteras encuestadas, el 35% (07) indico que el mercado posee un nivel bajo; un 55% (11) señala que el nivel del mercado es medio, el 10% (2) dicen que el nivel del mercado es alto. A partir de lo obtenido, concluimos que, existe una relación significativa entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021. Es decir, a mejores procesos logísticos se obtendrá un mejor mercado para exportar café.



3. Objetivo específico 3: Determinar la relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportación del café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.

**Tabla 09:**

*Resultados de tablas cruzadas de la dimensión volumen de exportación y la variable Exportación.*

**VOLUMEN DE EXPORTACION (agrupado)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido BAJO	12	60,0	60,0	60,0
MEDIO	4	20,0	20,0	80,0
ALTO	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS versión 24.0

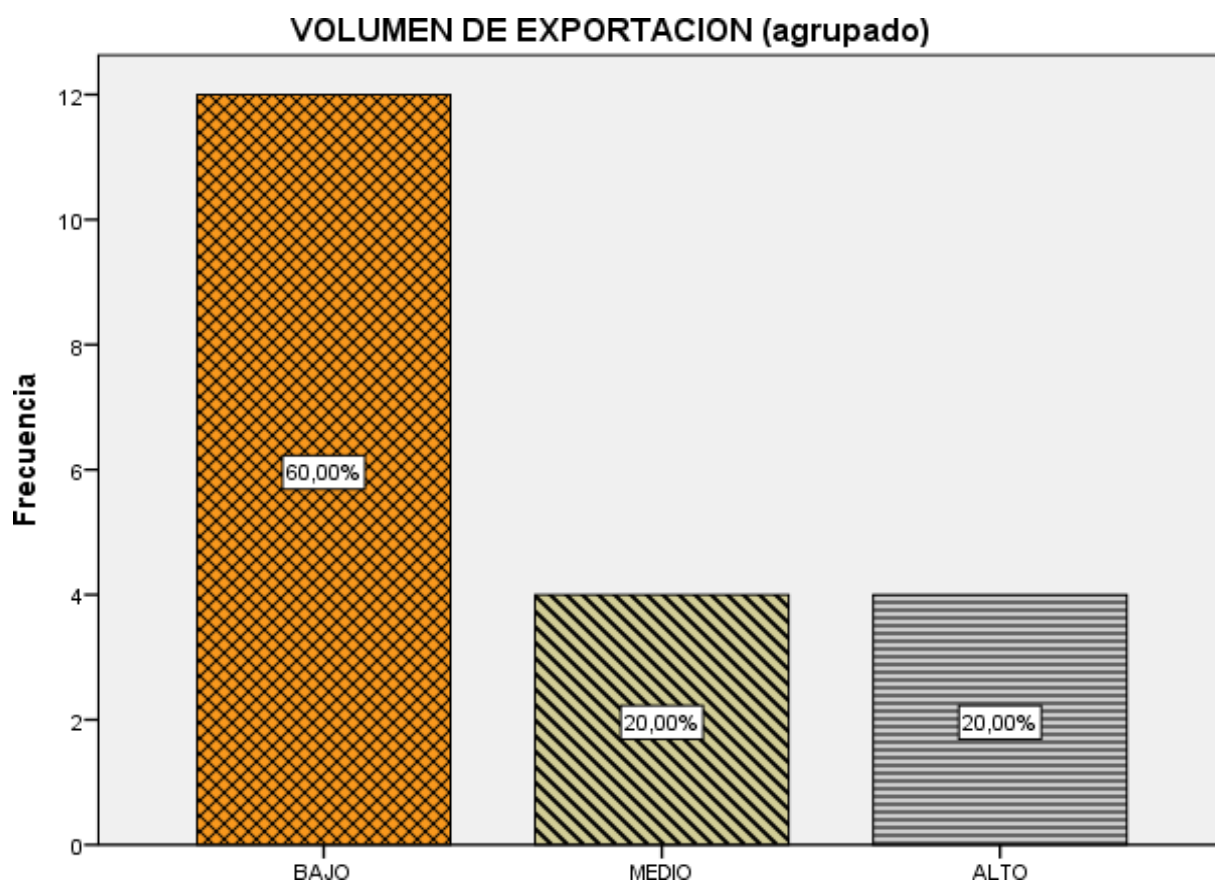


Figura 9: **Gráfico cruzado de la dimensión volumen de exportación y la variable Exportación.**

En la tabla 09 y figura 9, Se verifica que, de las 20 empresas cafeteras encuestadas, el 60% (12) indico que el volumen de exportación posee un nivel bajo; un 20% (4) señala que el volumen de exportación es medio, el 20% (4) dicen que el volumen de exportación es alto. A partir de lo obtenido, concluimos que, no existe una relación significativa entre los procesos logísticos y volumen de exportación de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021. Es decir, a mejores procesos logísticos no hubiera una mejora en el volumen de exportación del café.

## 4.2. Análisis inferencial

### Hipótesis general

Ha: Los procesos logísticos se relacionan con la exportación de café en Berlín - Alemania de empresas cafeteras en el año 2021.

Ho: Los procesos logísticos no se relacionan con la exportación de café en Berlín - Alemania de empresas cafeteras en el año 2021.

**Nivel de significancia:**  $\alpha = 0.05$  y **Estadístico:** Rho de Spearman.

### Tabla 14:

*Resultados de la correlación entre las variables Procesos logísticos y exportación.*

#### Correlaciones

			PROCESOS LOGISTICOS	EXPORTACION
RHO DE SPEARMAN	PROCESOS LOGISTICOS	Coeficiente de correlación	1,000	-,065
		Sig. (bilateral)	.	,785
		N	20	20
	EXPORTACION	Coeficiente de correlación	-,065	1,000
		Sig. (bilateral)	,785	.
		N	20	20

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Software SPSS versión 22.0

Se observa que el coeficiente de correlación de  $-0,685$ , es decir no existe relación positiva entre las variables y como la significancia es  $p = 0,785$  menor que el valor crítico  $0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Es así como concluimos que los Procesos logísticos y exportación de café no tienen una relación positivo

## V. DISCUSIÓN

La razón por la cual se inició esta investigación fue, estudiar los Procesos logísticos y exportación de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021

Es por ello, que, a través de esta indagación, se procuró evidenciar la existencia de una relación entre los Procesos logístico y exportación del café. Las hipótesis se trazan con la finalidad de refrendar la relación de las dimensiones de los Procesos logísticos y exportación de café. Se dispuso en primera instancia, la confiabilidad del proyecto a través del alfa de Cron Bach, obteniendo la alta confiabilidad de las variables con 0,805, respectivamente.

Además, se decreta que las variables no tienen relación positiva y significativa con el coeficiente de correlación  $-0,065$  y  $0,785$  de significancia. Es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se corrobora la hipótesis alterna, por debajo de lo establecido de  $0,05$ .

Este análisis no paramétrico, se ejecutó a través del coeficiente RHO de Spearman, sobre todo por ser el más adecuado para el tipo de variables que tiene la investigación.

En base a los resultados, no se encontró coincidencia con algún otro autor es por ello que dejamos abierta las posibilidades para un posterior estudio donde se logre evidenciar la correlación entre las variables Procesos logísticos y exportación de café

Esta investigación partió, a raíz de las grandes pérdidas de exportación por parte de las empresas al momento de exportar a causa de los complejos procesos logísticos al momento de exportar café.

Esta investigación somete a prueba la eficacia de los procesos logísticos para el incremento de exportaciones, lo cual es favorable para toda empresa exportadora del rubro.

Por lo tanto, esta relación negativa que se presenta hace referencia a que, al mejorar los procesos logísticos las exportaciones mantendrían el mismo porcentaje anual ya que no influyen una variable con la otra.

Así mismo, los estudios de análisis descriptivo realizados a través de tablas cruzadas da fe que existe una relación significativa en un 45% bajo, 30% regular y 25% malo.

Ahondando en los antecedentes se establece una aceptación con lo descrito por Alarcón (2018) en su tesis titulada “Exportación de café tostado y molido en filtrante de taza a Santiago de Chile” cuyo objetivo fue determinar el estudio de mercado de los ciudadanos chilenos con una economía estable, tuvo como resultado la existencia de una correlación positiva moderada entre las variables de estudio con un nivel de significancia (bilateral) de 0.000 y un grado de correlación de Spearman de 0.5

Para finalizar, en el estudio, se determina que no existe relación positiva entre las variables y dimensiones planteadas; por lo tanto, se aceptan las hipótesis alternas y se rechazan las hipótesis nulas. Estableciéndose que, no existe una relación positiva y significativa en los resultados presentados.

## VI. CONCLUSIONES

Primera: Se concluyó que los procesos logísticos y la exportación del café tienen una confiabilidad positiva con la exportación del café, Perú - 2021 ( $Rho= 0,805$   $P=,000$ ). Además, se observó que el valor de probabilidad ( $p=,000$ ), resulto menor al valor crítico  $0,05$  y, asimismo, se acepta el objetivo general.

Segundo: se concluyó que el valor monetario posee un nivel intermedio de un 40% de los procesos Logística, Perú – 2021, es decir que para mejorar los procesos logísticos es necesario tener un buen valor monetario de exportaciones.

Tercera: se concluyó que el valor monetario tiene correlación positiva con un 40%. Además, se observó que el valor de probabilidades significativo por lo cual se acepta el objetivo.

Cuarta: se concluyó que el volumen de exportación no tiene correlación positiva con los procesos logísticos ya que se observó que el 60% de encuestados fueron bajos .

## **VII. RECOMENDACIONES**

Primera: Se sugiere que los procesos logísticos tengan mayor relación con los temas de exportación ante la aduana para que así sea óptimo el proceso y no hallan complicaciones en los canales de numeración de aduana.

Segunda: Se recomienda que los procesos logísticos lleven una mejora con el valor monetario ya que de ahí parte la organización, el planteamiento de la exportación y se ponga en marcha el envío del café.

Tercera: Se sugiere que los procesos logísticos tengan un mejor valor monetario de acuerdo al mercado para que así genere más reconocimiento e ingreso a los exportadores de empresas cafeteras proyectándose con cuadros que mejoren la negociación

Cuarta: Se propone que los procesos logísticos tengan un mejor volumen de exportación para que puedan realizar mejores exportaciones, mejores traslados y almacenamiento del café así mismo se podría obtener mejores resultados en el envío.



## Referencias

Abdullah, SNB, Sofian, NFSBM, ZALIHIN, FNZB y ZULKIFLEE, MNB (2020). las influencias de las estrategias de marketing en la preferencia del consumidor en la compra de productos de café slimming. Recuperado de:

<http://122.129.122.220/bitstream/123456789/2172/1/THE%20INFLUENCES%20OF%20MARKETING%20STRATEGIES%20ON%20CONSUMER%20PREFERENCE%20IN%20PURCHASING%20SLIMMING%20COFFEE%20PRODUCTS.pdf>

Alvarado R Guadalupe A. (2019). Sistemas de comercialización de café (Coffea arabica L) en la región Amazonas 2018. Revista Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades, 2(1), 61-64. Recuperado de:

<http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/CSH/article/view/460>

Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Revista Alergia México, 63(2), 201-206. Recuperado de [:https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf)

Cámara Peruana de Café y Cacao (2017). Estudio de mercado de café peruano. Recuperado de: <https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/Estudio-de-mercado-del-cafe-peruano.pdf>

Collantes Culqui, O. (2017). Estudio de prefactibilidad para implementar el proceso de exportación de café orgánico en la Provincia Rodríguez de Mendoza-Región Amazonas, <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1254/Tesis-CollantesCulqui.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cordero, J., Cabrera, N., Caraballo, I., y Manso, G. (2015). El muestreo estadístico, herramienta para proteger la objetividad e independencia de los auditores internos en las empresas cooperativas. Revista Cooperativismo y Desarrollo,

3(2), 753-764. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5233986>

Córdoba, G. M. V., Rodenes, M., & Rueda, G. E. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Revista Le Bret*, (8), 127-147. Recuperado de:  
<http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/1689>

Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de marketing*. Cengage Learning Editores. Recuperado de:  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=PHHMsYlyh1wC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Estrategia+de+marketing+Quinta+edici%C3%B3n&ots=R76ewQuKxR&sig=4mqyAqUnzYH1fGSZEPI34OO9n8I#v=onepage&q=Estrategia%20de%20marketing%20Quinta%20edici%C3%B3n&f=false>

Figuroa E., Pérez F., Godínez L. y Pérez R. (2019) Los precios de café en la producción y las exportaciones. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época*, 42. Obtenido de  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/rmef/v14n1/2448-6795-rmef-14-01-41.pdf>

Fontaine, E. R. (2019). *Evaluación social de proyectos*. Recuperado de:  
<http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/520/Evaluacion%20Social%20de%20Proyectos%20R.%20Fontaine.pdf?sequence=1>

Jaramillo Peña, O. D. (2015). *Plan de Mercadeo Café Castillo de Wandra* (Master's thesis, Universidad EAFIT).  
<https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/7795>

Jativa Pozo, E. J., & Usuy Flores, V. M. (2015). *Plan estratégico de marketing para la comercialización y posicionamiento del café producido por la asociación aroma de café en la cuenca del Río Mira de la provincia de Imbabura* (Bachelor's thesis). Recuperado de:  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/5307>

- Julca-Otiniano, A., Solano-Arrue, W., & Crespo-Costa, R. (2020). Crecimiento de Coffea arabica variedad Caturra amarillo en almácigos con sustratos orgánicos en Chanchamayo, selva central del Perú. *Investigación Agraria: Prod. Prot. Veg*, 17(3), 353-365. Recuperado de: <http://www.inia.es/IASPV/2002/vol17-3/julca.pdf>
- Izere I. (2017). improving the value of coffee exports in a case of rwanda. Ciudad del Cabo, Sudafrica: University of cape town. Obtenido de [https://open.uct.ac.za/bitstream/handle/11427/25029/thesis\\_com\\_2017\\_izer\\_e\\_ines%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://open.uct.ac.za/bitstream/handle/11427/25029/thesis_com_2017_izer_e_ines%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- LebajoE (2016). El método científico y generalidades. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2017-02-08-El%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico%20I.pdf>
- Maldonado, T. (octubre de 2016). Investigaciones descriptivas o no experimentales. Universidad Yacambu Vicerrectorado de Investigación y postgrado. Recuperado de <https://es.calameo.com/read/0048329507d8ee25d9a6c>
- Mattingly, J. W. (2016). Coffee in Alemania: market trend and consumer demand. Recuperado de: [https://uknowledge.uky.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=agecon\\_etds](https://uknowledge.uky.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=agecon_etds)
- Medina Bravo, G. D. (2015). La roya y su incidencia en el rendimiento patrimonial de las empresas dedicadas al cultivo de café en la región Junín. Recuperado e <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/3335>
- Milla L. y Ospina M. (2018). quality and competitiveness of coffee exports: the influence of cooperatives. *ijdr*, 2836. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Luisa\\_Paseto/publication/328276185\\_QUALITY\\_AND\\_COMPETITIVENESS\\_OF\\_COFFEE\\_EXPORTS\\_THE\\_INFLUENCE\\_OF\\_COOPERATIVES/links/5bc33b9592851c88fd6a0a6e/QUALITY-AND-COMPETITIVENESS-OF-COFFEE-EXPORTS-THE-INFLUENCE-OF-COOPERATIVES](https://www.researchgate.net/profile/Luisa_Paseto/publication/328276185_QUALITY_AND_COMPETITIVENESS_OF_COFFEE_EXPORTS_THE_INFLUENCE_OF_COOPERATIVES/links/5bc33b9592851c88fd6a0a6e/QUALITY-AND-COMPETITIVENESS-OF-COFFEE-EXPORTS-THE-INFLUENCE-OF-COOPERATIVES).

- Minervini, N. (2015). Ingeniería de la exportación: La ruta para internacionalizar su empresa. ESIC. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=reMmDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=internacionalizacion+de+empresas+exportadoras+libro&ots=L96Ltn2kS2&sig=h8fFqEUqaAMR0AJKtAoGexXXgs#v=onepage&q=internacionalizacion%20de%20empresas%20exportadoras%20libro&f=false>
- Ministerio de Agricultura y Riego (5 de octubre del 2015). Situación de café en el país. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/485-feria-scaa/10775-el-cafe-peruano>
- Moreno, N. R. E. (2015). Comunicación integrada de marketing: Un acercamiento a la evolución del concepto. *Semestre económico*, 17(35), 161-192. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1650/165036220007.pdf>
- Munuera L & Rodríguez I (2020). Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección. Esic. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tgneDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=estrategias+de+marketing&ots=fTdTixQs\\_&sig=nrKijUAYbBhE6ldrP3hC92CfgFk#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tgneDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=estrategias+de+marketing&ots=fTdTixQs_&sig=nrKijUAYbBhE6ldrP3hC92CfgFk#v=onepage&q&f=false)
- Murindahabi T., Nisingizwe E., y Ekanayake E. (2019). Do coffee exports have impact on long-term economic. *AGRICESON*, 385. Obtenido de [https://www.agriculturejournals.cz/publicFiles/283\\_2018-AGRICECON.pdf](https://www.agriculturejournals.cz/publicFiles/283_2018-AGRICECON.pdf)
- Muñoz Castillo, L., & Gallegos Palomino, M. (2016). Programa de sensibilización para la producción de café orgánico en el distrito de la Peca departamento de Amazonas Perú. Recuperado de: [http://200.62.226.186/bitstream/upaorep/1445/1/Mu%c3%b1oz\\_Leanita\\_Programa%20\\_Sensibilizacion\\_Produccion.pdf](http://200.62.226.186/bitstream/upaorep/1445/1/Mu%c3%b1oz_Leanita_Programa%20_Sensibilizacion_Produccion.pdf)
- Loli, A. E., Danielli, J., Navarro, V., & Cerón, F. (2018). La calidad de vida laboral y el soporte institucional para el trabajo en profesionales de las entidades públicas y privadas de Lima. *Revista de investigación en psicología*, 21(1), 27-50. Recuperado de: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/15111/13119>

- Ocampo-López, O. L., & Alvarez-Herrera, L. M. (2017). Tendencia de la producción y el consumo del café en Colombia. *Apuntes del CENES*, 36(64), 139-165. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-30532017000200139&script=sci\\_abstract&tlng=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-30532017000200139&script=sci_abstract&tlng=en)
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, ( pag. 230). Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pérez-soto, F. Godínez-Montoya, I. Figueroa-Hernández, E. (2015). La producción y el consumo del café. Recuperado de: [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/64936/Libro\\_caf%c3%a9\\_con%20fecha.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/64936/Libro_caf%c3%a9_con%20fecha.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Peinado, J. I. (2015). Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica. Editorial Dikynson. Recuperado de: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ggTdBAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA21&dq=m%C3%A9todos+de+investigacion+correlacional&ots=iBslAN\\_uF9&sig=Ch7DPvvViM8ZA-hp7DFel2AiNul#v=onepage&q=m%C3%A9todos%20de%20investigacion%20correlacional&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ggTdBAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA21&dq=m%C3%A9todos+de+investigacion+correlacional&ots=iBslAN_uF9&sig=Ch7DPvvViM8ZA-hp7DFel2AiNul#v=onepage&q=m%C3%A9todos%20de%20investigacion%20correlacional&f=false)
- Pinto Guevara, E. (2017). Marketing directo y posicionamiento de las empresas exportadoras de café orgánico de Jaén, 2016. [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23363/PINTO\\_GE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23363/PINTO_GE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Price, PC, Jhangiani, R. y Chiang, ICA (2015). Métodos de investigación en psicología. BCCampus. Recuperado de <https://kora.kpu.ca/islandora/object/kora%3A384/datastream/PDF/view>
- Rainforest-Alliance (2020). El Perú aumenta en un 80% de venta en el café certificado. Recuperado de <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/newsroom/press-releases/peru-aumenta-cafe>
- Risso, V. G. (2017). Estudio de los métodos de investigación y técnicas de recolección de datos utilizadas en bibliotecología y ciencia de la información.

Revista Española de Documentación Científica, 40(2), 175. Recuperado de <file:///C:/Users/Administrador/Downloads/979-4381-1-PB.pdf>

Robiglio, V., Baca, M. G., Donovan, J., Bunn, C., Reyes, M., Gonzáles, D., & Sánchez, C. (2017). Impacto del cambio climático sobre la cadena de valor del café en el Perú. Recuperado de: [https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/93345/EI\\_Impacto\\_del\\_Cambio\\_Clim%C3%A1tico\\_en\\_el\\_Caf%C3%A9.pdf](https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/93345/EI_Impacto_del_Cambio_Clim%C3%A1tico_en_el_Caf%C3%A9.pdf)

Rodríguez, M. y Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. Revista Médica Sanitas. Recuperado de <https://scholar.google.es/schhp?hl=es>

Santana, J. D. M. (2007). La gestión del marketing estratégico en la pequeña empresa familiar. Cuadernos de Gestión, 7(1), 81-96. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2743/274320285005.pdf>

Senesshaw T., Bart M. y Johan S. (2019). Trade, Value chains, and rent distribution with foreign exchange controls. Ethiopia : WORKING PAPER. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=dji1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=coffee+export&ots=LTJvV1Jrc\\_&sig=3\\_OC7BmIYx5NOJ6oioJaCkMgQfE#v=onepage&q=coffee%20export&f=true](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=dji1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=coffee+export&ots=LTJvV1Jrc_&sig=3_OC7BmIYx5NOJ6oioJaCkMgQfE#v=onepage&q=coffee%20export&f=true)

Suca, F., Suca, C. A., & Siche, R. B. (2014). Análisis energético del café peruano. Revista Peruana de Química e Ingeniería Química, 17(1), 43-57. Recuperado de: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quim/article/download/11314/10146>

Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. Recuperado de <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/2817>

Ugarte Valarezo, J. N. (2018). Estrategias de marketing para el posicionamiento del producto café del cerro al mercado argentino. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/1274>

Cáceres Lara, C. M. (2019). Exportación de café tostado y molido en filtrante de taza a Santiago de Chile.  
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/9963>

## Anexos

- Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	Indicadores	ITEMS
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>1. ¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la relación entre el proceso logístico para las exportaciones de café a Berlín – Alemania de empresas cafeteras en el año 2021.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p>4. Determinar la relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>Existe relación entre los procesos logísticos y las exportaciones de café en Berlín – Alemania de empresas cafeteras en el año 2021.</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b></p> <p>1. Existe relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín</p>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Procesos logísticos</p>	<p>1. Producción</p> <p>2. Distribución</p> <p>3. Costo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Almacenamiento</li> <li>● Calidad del producto</li> <li>● Competitividad</li> <li>● Embarque</li> <li>● Gasto de producción</li> <li>● Utilidad</li> </ul>	



<p>2. ¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones del café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021?</p> <p>3. ¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportación del café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021?</p>	<p>5. Determinar la relación entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p> <p>6. Determinar la relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportación del café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p>	<p>- Alemania en el año 2021.</p> <p>2. Existe relación entre los procesos logísticos y el mercado de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p> <p>3. Existe relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportación de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p>	<p><b>Variable 2:</b> Exportación</p>	<p>1. Valor Monetario</p> <p>2. Mercado</p> <p>3. Volumen de exportación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Valor FOB</li> <li>● Cobranza documental</li> <li>● Aranceles</li> <li>● Mano de obra especializado</li> <li>● Estudio de mercado</li> <li>● Exportaciones al año</li> </ul>	
---	--	--	---	--	---	--

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**Título: PROCESOS LOGÍSTICOS Y EXPORTACIÓN DE CAFÉ DE EMPRESAS CAFETERAS A BERLÍN-ALEMANIA EN EL AÑO 2021**

**Autores: Alva San Martín, Bruno Benjamín – Burga Vargas, Deyanira Jasmín**

Problema	Objetivos	Variables, dimensiones e indicadores																					
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y la exportación de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p><b>Problema específico 1</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021?</p> <p><b>Problema específico 2</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021?</p> <p><b>Problema específico 3</b></p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre el proceso logístico para la exportación de café a Berlín - Alemania de empresas cafeteras en el año 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar la relación entre los procesos logísticos y el valor monetario de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar la relación entre los procesos logísticos y el mercado de las exportaciones de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p>	<p><b>Variable 1: Procesos logísticos</b></p>																					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Sujetos de estudio</th> <th>Empresas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">1 PRODUCCIÓN</td> <td>ALMACENAMIENTO</td> <td>1.2</td> <td rowspan="6">20</td> <td rowspan="6">Empresas exportadoras de café en grano</td> </tr> <tr> <td>CALIDAD DEL PRODUCTO</td> <td>3.4</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">2 DISTRIBUCIÓN</td> <td>COMPETITIVIDAD</td> <td>5.6</td> </tr> <tr> <td>EMBARQUE</td> <td>7.8</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">3 COSTO</td> <td>GASTO DE PRODUCCIÓN</td> <td>9.10</td> </tr> <tr> <td>UTILIDAD</td> <td>11.12</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresas	1 PRODUCCIÓN	ALMACENAMIENTO	1.2	20	Empresas exportadoras de café en grano	CALIDAD DEL PRODUCTO	3.4	2 DISTRIBUCIÓN	COMPETITIVIDAD	5.6	EMBARQUE	7.8	3 COSTO	GASTO DE PRODUCCIÓN	9.10	UTILIDAD	11.12
	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresas																		
	1 PRODUCCIÓN	ALMACENAMIENTO	1.2	20	Empresas exportadoras de café en grano																		
		CALIDAD DEL PRODUCTO	3.4																				
	2 DISTRIBUCIÓN	COMPETITIVIDAD	5.6																				
		EMBARQUE	7.8																				
	3 COSTO	GASTO DE PRODUCCIÓN	9.10																				
		UTILIDAD	11.12																				
	<p><b>Variable 2: Exportación</b></p>																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Sujetos de estudio</th> <th>Empresas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>VALOR FOB</td> <td>13.14</td> <td>20</td> <td>Empresas exportadora</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresas		VALOR FOB	13.14	20	Empresas exportadora													
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresas																			
	VALOR FOB	13.14	20	Empresas exportadora																			

<p>¿Cuál es la relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportación de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021?</p>	<p>2021. Objetivo específico 3  Determinar la relación entre los procesos logísticos y el volumen de exportación de café de empresas cafeteras a Berlín - Alemania en el año 2021.</p>	<p>4 VALOR MONETARIO</p>	<p>COBRANZA DOCUMENTARIA</p>	<p>15.16</p>		<p>s de café en grano</p>	
		<p>5 MERCADO</p>	<p>ARANCELES</p>	<p>17.18</p>			
				<p>MANO DE OBRA ESPECIALIZADO</p>			<p>19.20</p>
		<p>6 VOLUMEN DE EXPORTACIÓN</p>	<p>ESTUDIO DE MERCADO</p>	<p>21.22</p>			
				<p>EXPORTACIONES AL AÑO</p>			<p>23.24</p>
<p><b>Tipo y diseño de investigación</b></p>	<p><b>Sujetos de estudio</b></p>	<p><b>Técnicas e instrumentos</b></p>		<p><b>Estadística a utilizar</b></p>			
<p><b>Tipo:</b> Básica, Cuantitativa <b>Alcance:</b> correlacional <b>Diseño:</b> No experimental - Transversal <b>Método:</b> Hipotético deductivo</p>	<p>20</p>	<p><b>Variable 1: Procesos Logísticos</b>  Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario  Monitoreo: variable1  Ámbito de Aplicación:  Empresas cafeteras exportadoras de café en grano que se encuentren activas en SUNAT</p>		<p>DESCRIPTIVA:  Alfa de Cronbach</p>			

		<b>Variable 2: Exportación</b> Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario  Monitoreo: variable 2 Ámbito de Aplicación:  Empresas cafeteras exportadoras de café en grano que se encuentren activas en SUNAT.	

- Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items'	Escala de medición
<b>Procesos logísticos</b>	Los procesos logísticos facilitan las relaciones entre la producción y movimiento de los productos incluyendo costos y calidad para un funcionamiento organizado (PEDRO COLL 2020)	La variable procesos logísticos se medirá teniendo en cuenta la producción, distribución y costo.	Producción	ALMACENAMIENTO		Ordinal
				CALIDAD DEL PRODUCTO		
			Distribución	COMPETITIVIDAD		
				EMBARQUE		
			Costo	GASTO DE PRODUCCION		
				UTILIDAD		

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems'	Escala de medición
<b>EXPORTACIÓN</b>	<p>La exportación es la acción fundamental en los negocios internacionales, la cual conlleva a la comercialización de productos o servicios, en un territorio ajeno al propio de igual manera para las importaciones. El realizar estas comercializaciones representa riesgos y oportunidades, así como una cadena de servicios a nivel mundial. (LERMA Y MARQUEZ) (2020)</p>	<p>La variable de exportación se medirá teniendo en cuenta el valor monetario, el mercado y el volumen de exportación</p>	VALOR MONETARIO	VALOR FOB		Ordinal
				COBRANZA DOCUMENTARIA		
			MERCADO	ARANCELES		
				MANO DE OBRA ESPECIALIZADO		
			VOLUMEN DE EXPORTACIÓN	ESTUDIO DE MERCADO		
				EXPORTACIONES AL AÑO		

**ANEXO 3: FÓRMULA PARA OBTENER MUESTRA**

NIVEL DE CONFIANZA	Z alfa
99.70%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645
80%	1.28
50%	0.674

<b>n:</b>	Tamaño de la muestra
<b>Z:</b>	Parámetros estadísticos (depende del nivel de confianza)
<b>P:</b>	Probabilidad de éxito
<b>Q:</b>	Probabilidad que no ocurra con éxito
<b>e:</b>	Error de estimación

<b>N</b>	
<b>Z</b>	
<b>P</b>	
<b>Q</b>	
<b>e</b>	

$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$	
<b>n:</b>	$\frac{54 * (2.58 * 2.58) * 50\% * 50\%}{((3\% * (54 - 1)) + ((2.58 * 2.58) * 50\% * 50\%))}$
<b>n:</b>	$\frac{89.8614}{1.7118}$
<b>n:</b>	52.495268
<b>n:</b>	52

Instrumento de Recolección de Datos						
<b>Señor(a):</b> Tengo el agrado de dirigirme a Usted para invitarlo a responder el presente cuestionario tomando unos minutos tan gentiles de su tiempo, sus respuestas serán confidenciales y anónimas. Dicha encuesta ha sido elaborada con fines universitarios, que ayudaran a recolectar información acerca de las variables de mi proyecto de investigación relacionada con Procesos logísticos y exportación de café de empresas cafeteras a Berlín – Alemania 2021. Agradezco su tiempo y colaboración brindada para llenar esta encuesta. <b>Instrucciones:</b> Se presentará una serie de preguntas en el cual deberá marcar con una (X) la respuesta que considere usted conveniente. <b>Muy de acuerdo (5), De acuerdo (4), Indiferente (3), En desacuerdo (2) y Muy en desacuerdo (1).</b>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: PROCESOS LOGISTICOS						
DIMENSIONES	ITEMS	VALOR DE ESCALA				
		Muy de Acuerdo 5	De Acuerdo 4	Indiferente 3	Desacuerdo 2	Muy en Desacuerdo 1
PRODUCCIÓN	1.¿Cuál considera usted que sería el almacenamiento correcto para el café?					
	2.¿Cómo cree usted que debemos mejorar el almacenamiento del café?					
	3.¿Cree usted que es mejor el café en grano en comparación del que se comercializa en supermercados?					
	4.¿Cree usted que el café contiene muchos químicos?					
DISTRIBUCIÓN	5.¿Cree usted que en el mercado existe diferentes empresas de café?					
	6.¿Cree usted que las empresas cafeteras han elevado el costo del café por la pandemia?					
	7.¿Cuál considera usted el mejor método de embarque para la exportación sin alterar su calidad?					
	8.¿Considera usted seguro y rentable el embarque marítimo?					
COSTO	9.¿Considera usted que se puedan registrar los gastos de producción en los procesos logísticos del proceso de cultivo?					
	10.¿Está usted de acuerdo que debido a la pandemia y la inestabilidad del país los procesos logísticos incrementaron su tiempo en la comercialización del café?					
	11.¿Para usted es mejor ver su utilidad por año de producción?					
	12.¿Usted cree que los gastos de producción son fundamentales para una exportación?					



VARIABLE: EXPORTACION						
DIMENSIONES	ITEMS	VALOR DE ESCALA				
		Acuerdo Muy	De Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Muy en
		5	4	3	2	1
VALOR MONETARIO	1.¿Está usted de acuerdo que PROMPERÚ realice ferias internacionales en las cuales da a conocer el café peruano?					
	2.¿Cree usted que todas las empresas exportadoras de café cuentan con stock para poder satisfacer la demanda de café en Berlín – Alemania?					
	3.¿Considera usted que debido a la pandemia los costos de una exportación se han incrementado de manera considerable?					
	4.¿Cree usted que el estilo de vida europea influye de manera directa en la demanda del café peruano?					
MERCADO	5.¿Cree usted que las empresas exportadoras de café peruano puedan posicionarse en el mercado internacional liderando en los costos y calidad?					
	6.¿Considera usted que los costos de venta internacional son muy fluctuantes a diferencia de los costos nacionales?					
	7.¿Considera usted que en el Perú existe mano de obra especializada para el cultivo y cosecha del café haciendo de este un producto competitivo en el mercado internacional?					
	8.¿Cree usted que las empresas exportadoras de café realizan un adecuado estudio de mercado internacional?					
VOLUMEN DE EXPORTACION	9.¿Cree usted que los pobladores de las zonas rurales están capacitados para cumplir con los estándares de calidad del café, dándole un valor agregado en el mercado internacional ?					
	10.¿Considera usted que el Incoterm FOB es el más adecuado para este tipo de exportaciones?					
	11.¿Está usted que los aranceles que se aplican para la exportación del café influyen en el volumen de exportación?					
	12.¿Considera usted que el alza de flete en pandemia afectó los porcentajes de exportación?					

## PROCESOS LOGÍSTICOS

N°	PRODUCCION				COSTO				DISTRIBUCION				TOTAL
	Items1	Items2	Items3	Items4	Items5	Items6	Items7	Items8	Items9	Items10	Items11	Items12	
1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
2	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	54
3	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	53
4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	49
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	57
6	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	56
7	3	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	53
8	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	56
9	4	3	4	3	5	5	3	3	4	5	3	4	46
10	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	53
11	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	2	3	49
12	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	52
13	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	45
14	3	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	51
15	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	38
16	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5	3	5	43
17	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	57
18	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	40
19	4	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	52
20	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	56
	0.842	0.674	0.576	0.589	0.516	0.589	0.450	0.800	0.463	0.800	0.724	0.555	33.779

## EXPORTACIÓN

N°	VALOR MONETARIO				MERCADO				VOLUMEN DE EXPORTACION				TOTAL
	Items1	Items2	Items3	Items4	Items5	Items6	Items7	Items8	Items9	Items10	Items11	Items12	
1	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	56
2	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	55
3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	48
4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	50
5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	51
6	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	54
7	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	53
8	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	54
9	4	4	5	4	3	5	5	4	3	4	4	5	50
10	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	56
11	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	51
12	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	58
13	4	4	3	5	5	5	3	5	4	4	3	5	50
14	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	52
15	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	50
16	4	3	3	5	5	5	3	4	5	3	5	3	48
17	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	45
18	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3	50
19	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	56
20	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	53
	0.358	0.450	0.589	0.366	0.368	0.474	0.724	0.432	0.432	0.661	0.555	0.450	10.842

EMPRESAS ENCUESTADAS

ITEMS	RUC	EMPRESA
1	20606005831	ASOC. DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS AGROINDUSTRIALES LAQUEÑITA LACCO PRIMERA ZONA YANATILE CALCA-CUSC
2	20605282726	QUILPA COFFEE S.A.C.
3	20605214941	KOPE & ASOCIADOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
4	20603760043	IMPORT & EXPORT TAIPE HNOS. E.I.R.L.
5	20601645964	BRITT BRANDS PERU S.A.C.
6	20565625676	ALMA RESTAURACIONES S.A.C.
7	20549014373	INVERSIONES TEXTILES MODA S.R.L.
8	20547164432	KIAGRO S.A.C.
9	20542265435	"PERUVIAN HARVEST AGRONEGOCIOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA"
10	20539086082	CABALLERO CARMELO IMPEXP EIRL
11	20522105423	CV EXIMP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CV EXIMP S.A.C.
12	20506370346	CENTRAL DE ORGANIZACIONES PRODUCTORAS DE CAFE Y CACAO DEL PERU- CAFE PERU
13	20503693314	CAFE ROMERITO E.I.R.L.
14	20494049059	KATO S.A.C.
15	20486389371	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA SELVA ALTA

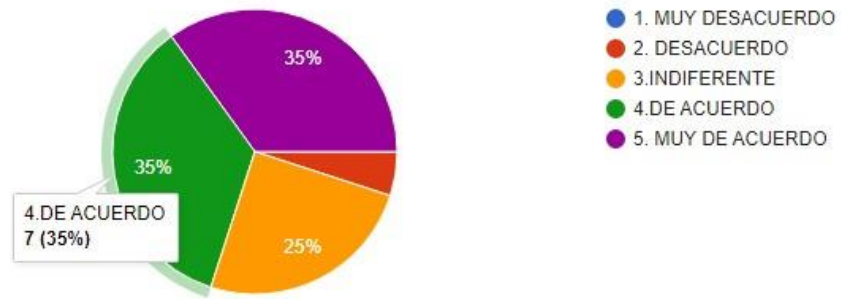
16	20485867245	CORPORACION DE PRODUCTORES CAFE PERU SAC
17	20479950513	TOSTANOR S.A.C.
18	20427377475	RAINFOREST TRADING S.A.C.
19	20394862704	VERDUM PERÚ S.A.C.
20	20146586024	CENTRO ECUMENICO DE PROMOCION Y ACCION SOCIAL CENTRO - CEDEPAS CENTRO
21	20607029637	F Y F IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE PRODUCTOS S.A.C.
22	20606914602	NATURE AGRICULTURE INVESTMENT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
23	20606882131	IMPORT EXPORT DIMAR S.A.C.
24	20606880716	COMERCIALIZADORA DEL PERU A SU MESA S.A.C.
25	20606854791	SERVINCA EXPORT S.A.C.
26	20606846941	SWEET BONITA S.A.C.
27	20606818069	CONSORCIO Y ASOCIADOS LOS FRUTALES S.A.C.
28	20606776498	TERRA AZUL PERU S.A.C.
29	20606760419	CORPORACION JOIMCA E.I.R.L.
30	20606759801	EDEN FRUIT EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

## RESULTADO DE ENCUESTAS

---

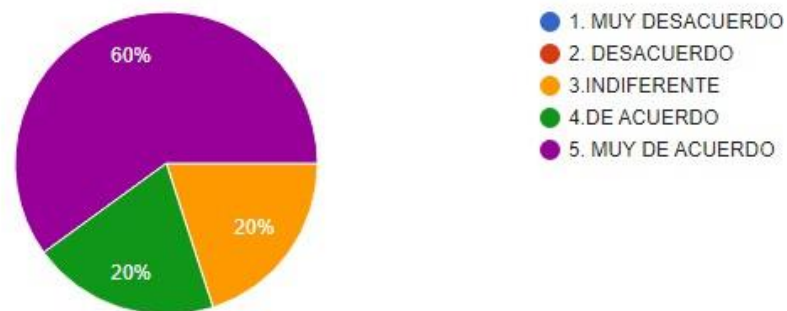
1. Considera usted adecuado el almacenamiento en saco del café en grano

20 respuestas



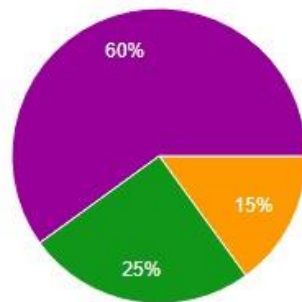
2. Cómo cree usted que debemos mejorar el almacenamiento del café

20 respuestas



3. Cree usted que es mejor el café en grano en comparación del que se comercializa en supermercados

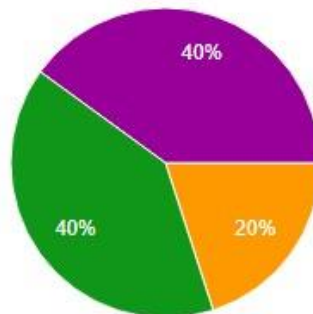
20 respuestas



- 1. MUY DESACUERDO
- 2. DESACUERDO
- 3. INDIFERENTE
- 4. DE ACUERDO
- 5. MUY DE ACUERDO

4. Cree usted que el café contiene muchos químicos

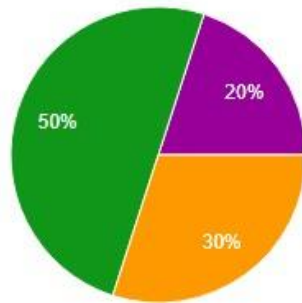
20 respuestas



- 1. MUY DESACUERDO
- 2. DESACUERDO
- 3. INDIFERENTE
- 4. DE ACUERDO
- 5. MUY DE ACUERDO

5. Cree usted que en el mercado existe diferentes empresas de café

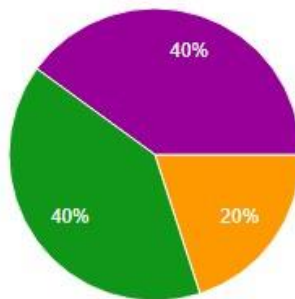
20 respuestas



- 1. MUY DESACUERDO
- 2. DESACUERDO
- 3. INDIFERENTE
- 4. DE ACUERDO
- 5. MUY DE ACUERDO

6. Cree usted que las empresas cafeteras han elevado el costo del café por la pandemia

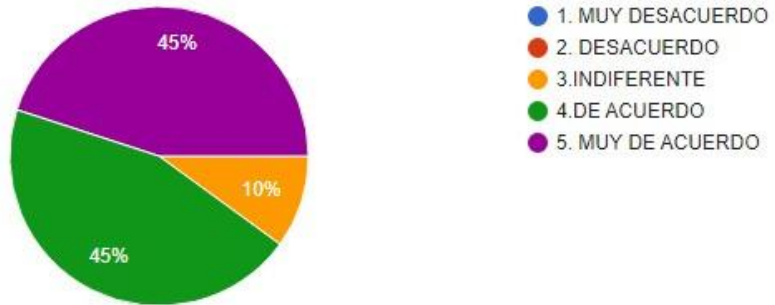
20 respuestas



- 1. MUY DESACUERDO
- 2. DESACUERDO
- 3. INDIFERENTE
- 4. DE ACUERDO
- 5. MUY DE ACUERDO

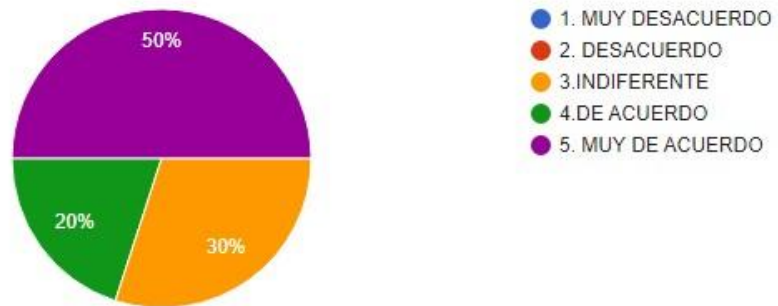
7. Cuál considera usted el mejor método de embarque para la exportación sin alterar su calidad

20 respuestas



8. Considera usted seguro y rentable el embarque marítimo

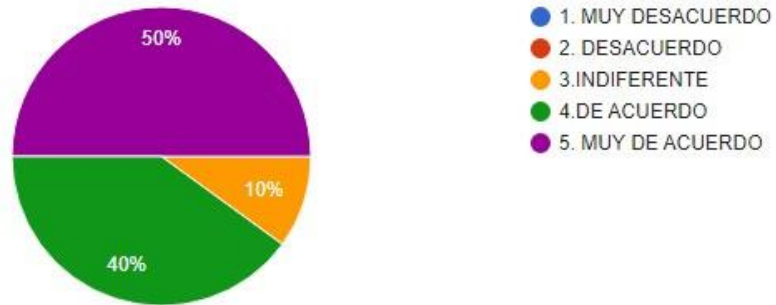
20 respuestas





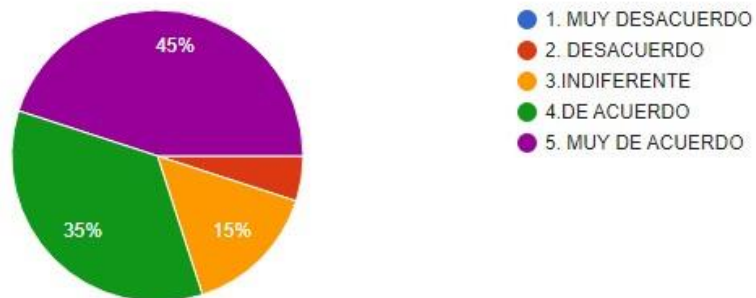
9. Considera usted que se puedan registrar los gastos de producción en los procesos logísticos del proceso de cultivo

20 respuestas



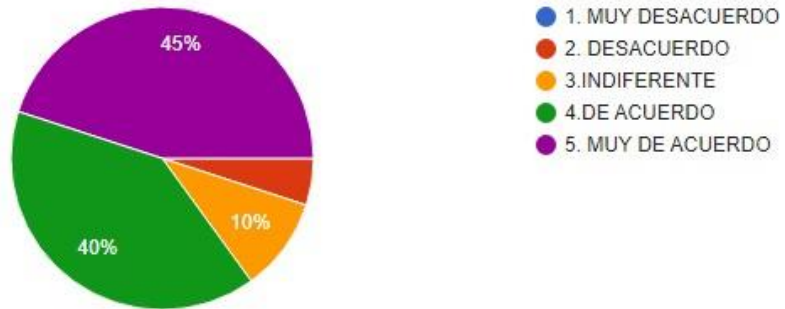
10. Está usted de acuerdo que debido a la pandemia y la inestabilidad del país los procesos logísticos incrementaron su tiempo en la comercialización del café

20 respuestas



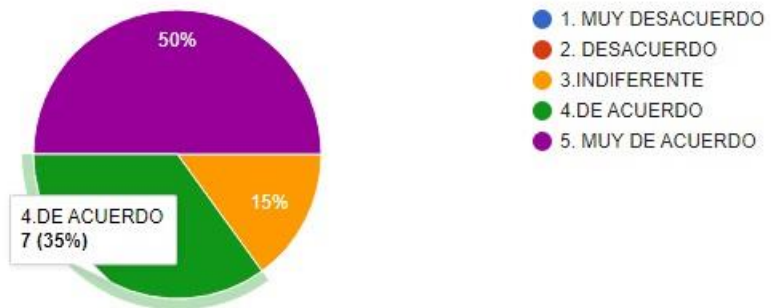
11. Para usted es mejor ver su utilidad por año de producción

20 respuestas



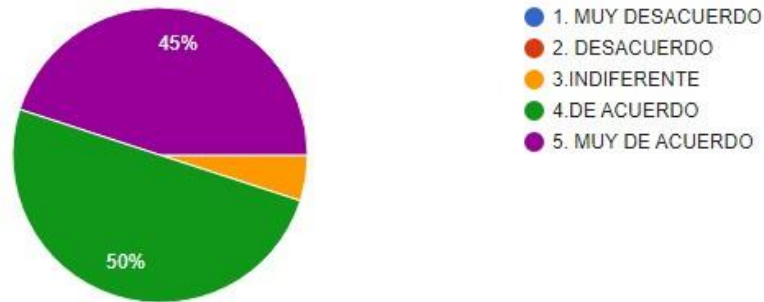
12. Usted cree que los gastos de producción son fundamentales para una exportación

20 respuestas



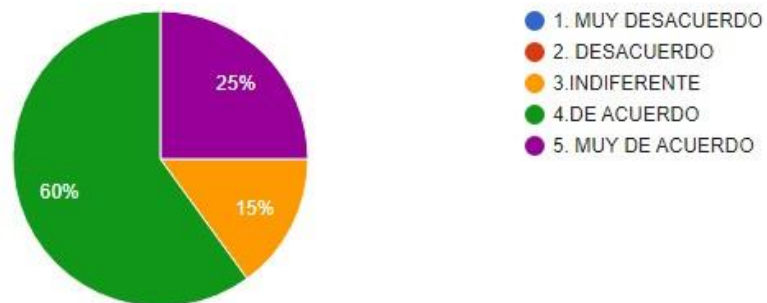
13. Está usted de acuerdo que PROMPERÚ realice ferias internacionales en las cuales da a conocer el café peruano

20 respuestas



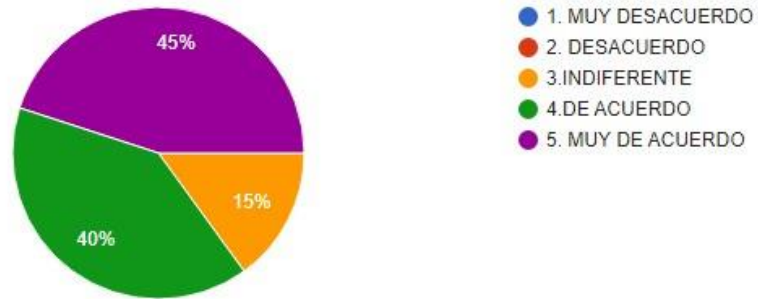
14. Cree usted que todas las empresas exportadoras de café cuentan con stock para poder satisfacer la demanda de café en Berlín – Alemania

20 respuestas



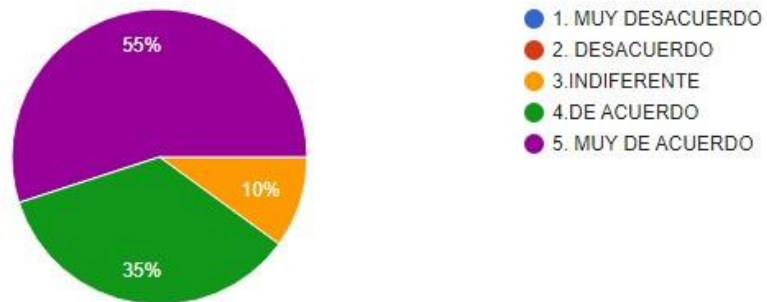
15. Considera usted que debido a la pandemia los costos de una exportación se han incrementado de manera considerable

20 respuestas



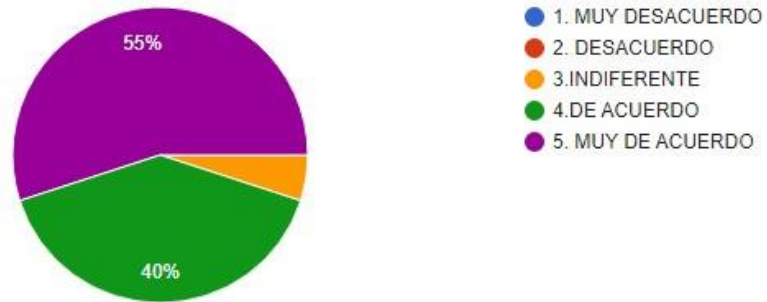
16. Cree usted que el estilo de vida europea influye de manera directa en la demanda del café peruano

20 respuestas



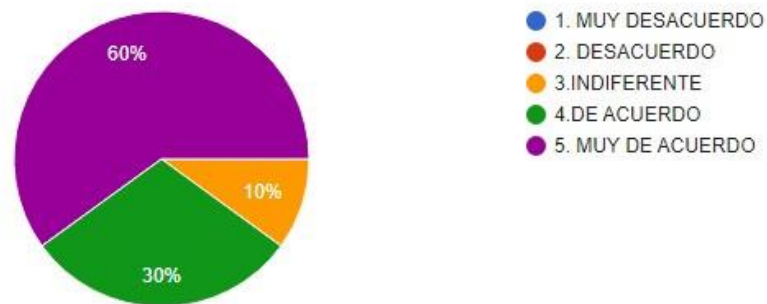
17. Cree usted que las empresas exportadoras de café peruano puedan posicionarse en el mercado internacional liderando en los costos y calidad

20 respuestas



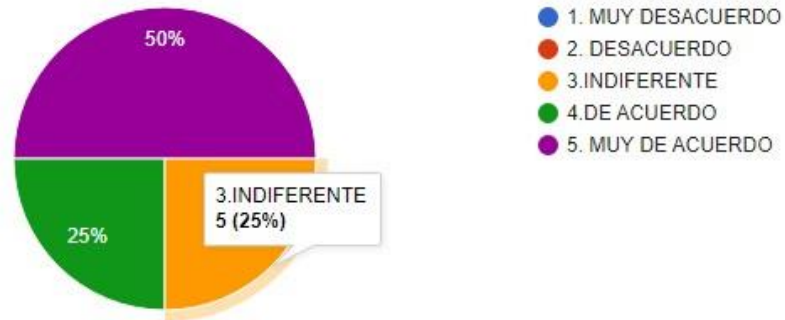
18. Considera usted que los costos de venta internacional son muy fluctuantes a diferencia de los costos nacionales

20 respuestas



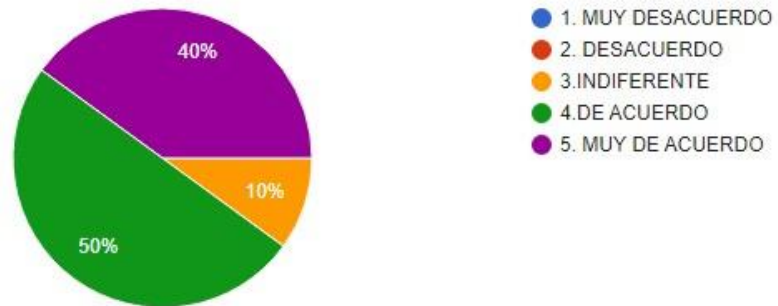
19. Considera usted que en el Perú existe mano de obra especializada para el cultivo y cosecha del café haciendo de este un producto competitivo en el mercado internacional

20 respuestas



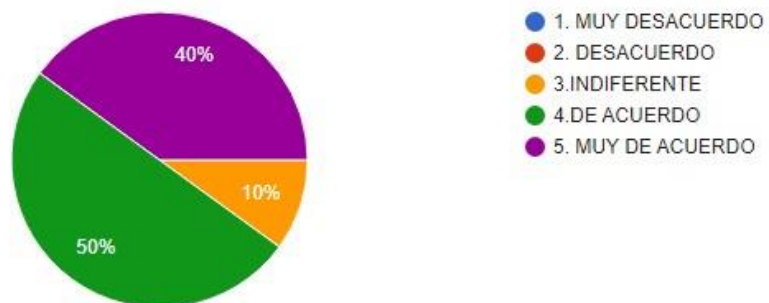
20. Cree usted que las empresas exportadoras de café realizan un adecuado estudio de mercado internacional

20 respuestas



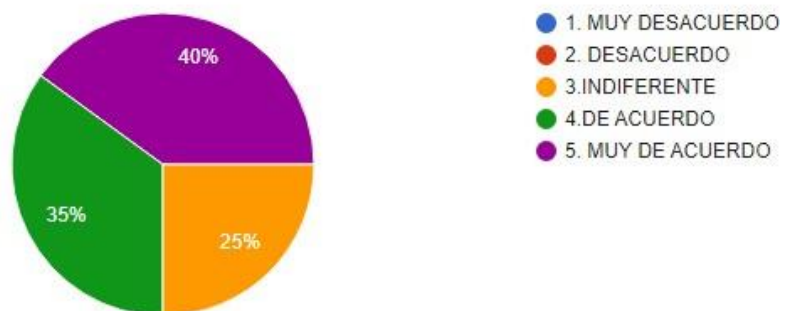
21. Cree usted que los pobladores de las zonas rurales están capacitados para cumplir con los estándares de calidad del café, dándole un valor agregado en el mercado internacional

20 respuestas



22. Considera usted que el Incoterm FOB es el más adecuado para este tipo de exportaciones

20 respuestas



23. Está usted que los aranceles que se aplican para la exportación del café influyen en el volumen de exportación

20 respuestas

