



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LA INFLUENCIA DE LAS FERIAS INTERNACIONALES
EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN VILLA RICA,
DEPARTAMENTO DE PASCO, 2022**

**PRESENTADO POR
JHADE AMY SCHULER ZAMORA**

**ASESOR
PATRICIA DEL ROSARIO MARTINEZ ALBURQUERQUE**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**LA INFLUENCIA DE LAS FERIAS INTERNACIONALES EN LA
EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN VILLA RICA, DEPARTAMENTO DE PASCO,
2022**

PARA OBTENER

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR

JHADE AMY SCHULER ZAMORA

ASESOR

MG. PATRICIA DEL ROSARIO MARTINEZ ALBURQUERQUE

LIMA-PERÚ

2024

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a mis padres, hermanas y cuñado por estar a mi lado apoyándome en mi etapa universitaria y siempre estar motivándome para poder lograr todos mis objetivos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme fortaleza para seguir adelante.

A mi familia por estar siempre a mi lado y comprenderme en cada situación de esta etapa universitaria. A mi asesora de tesis Patricia Martínez por guiarme y motivarme a continuar la tesis y a todas las personas de Villa Rica que me ayudaron y colaboraron para poder realizar el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	1
1.1.1 Antecedentes Internacionales	1
1.1.2 Antecedentes Nacionales.....	5
1.2 Bases Teóricas	9
1.2.1 Ferias Internacionales.....	9
1.2.2 Exportación del café	13
1.3 Definición de Términos Básicos.....	15
CAPÍTULO II HIPÓTESIS Y VARIABLES	17
2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas.....	17
2.1.1 Hipótesis general	17
2.1.2 Hipótesis específica	17
2.2 Variables y Definición Operacional.....	17
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVETIGACIÓN	19
3.1 Diseño Metodológico.....	19
3.2 Diseño Muestral	19
3.2.1 Población	19
3.2.2 Muestra.....	20
3.3 Técnicas de Recolección de Datos.....	21
3.3.1 Técnica de recolección	21

3.3.2 Instrumentos de recolección de datos.....	21
3.4 Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información.....	21
3.5 Validez y Confiabilidad del instrumento.....	21
3.5.1 Validez del instrumento.....	21
3.5.2 Confiabilidad del instrumento	22
3.6 Aspectos Éticos	22
CAPÍTULO IV RESULTADOS	24
4.1 Descripción de la muestra	24
4.2 Análisis descriptivo de las variables.....	25
4.3.1 Descripción de la variable Independiente.....	25
4.3.2 Descripción de la variable Dependiente	37
4.3 Contrastación de hipótesis	46
4.3.1 Pruebas de normalidad.....	46
4.3.2 Análisis de correlación y modelo de regresión lineal.....	47
CAPÍTULO V DISCUSIÓN	58
5.1 Discusión hipótesis general	58
5.2 Discusión de las hipótesis específicas	59
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	65
FUENTES DE INFORMACIÓN	66
ANEXOS.....	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Tipos de clasificación de las ferias</i>	10
Tabla 2	<i>Clasificación de ferias según alcances</i>	10
Tabla 3	<i>Variable independiente</i>	17
Tabla 4	<i>Variable dependiente</i>	18
Tabla 5	<i>Validez de instrumento de expertos</i>	22
Tabla 6	<i>Resultado de confiabilidad</i>	22
Tabla 7	<i>Tabla de normalidad</i>	47
Tabla 8	<i>Correlación ferias internacionales y aumento de las exportaciones de café</i> . 48	
Tabla 9	<i>Resumen de modelo de regresión lineal aplicado</i>	48
Tabla 10	<i>Prueba de anova</i>	49
Tabla 11	<i>Coeficientes</i>	49
Tabla 12	<i>Correlación ferias internacionales y apertura de nuevos mercados de café</i> 50	
Tabla 13	<i>Resumen de modelo de regresión lineal aplicado</i>	51
Tabla 14	<i>Prueba de anova</i>	51
Tabla 15	<i>Coeficiente</i>	52
Tabla 16	<i>Correlación ferias internacionales y ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras</i>	53
Tabla 17	<i>Resumen de modelo de regresión lineal aplicado</i>	53
Tabla 18	<i>Prueba de anova</i>	54
Tabla 19	<i>Coeficiente</i>	54
Tabla 20	<i>Correlación ferias internacionales y exportación de café</i>	55
Tabla 21	<i>Resumen de modelo de regresión lineal aplicado</i>	56
Tabla 22	<i>Prueba de anova</i>	56
Tabla 23	<i>Coeficiente</i>	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Etapas del proceso de producción del café</i>	13
Figura 2 <i>Cadena de exportación de café</i>	15
Figura 3 <i>Puesto de los encuestados</i>	24
Figura 4 <i>Antigüedad de empresas</i>	25
Figura 5 <i>1.1pregunta: ¿Con qué frecuencia participa usted en ferias internacionales en el años 2022?</i>	26
Figura 6 <i>1.2 Pregunta: ¿Está De acuerdo que es necesario participar en ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos?</i>	27
Figura 7 <i>1.3 Pregunta: ¿Está satisfecho con su participación en las ferias internacionales?</i>	28
Figura 8 <i>1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – Año 2018</i>	28
Figura 9 <i>1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – Año 2019</i>	29
Figura 10 <i>1.4 Pregunta:¿ A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? Año 2020</i>	29
Figura 11 <i>1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – año 2021</i>	30
Figura 12 <i>1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – Año 2022</i>	30
Figura 13 <i>1.5 Pregunta: ¿Está de acuerdo que es necesario participar en varios tipos de ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos para la empresa?</i>	31

Figura 14	<i>1.6 Pregunta: ¿A qué ferias asistieron durante el año 2022?</i>	32
Figura 15	<i>1.7 Pregunta: ¿Qué tan importante considera usted el gasto de publicidad en las ferias internacionales?</i>	33
Figura 16	<i>1.8 Pregunta: ¿A cuánto ascendió el gasto realizado en publicidad ferial?</i>	33
Figura 17	<i>1.9 Pregunta: ¿A contado con algún apoyo para su participación en ferias internacionales?</i>	34
Figura 18	<i>1.10 Pregunta: ¿Considera importante contar con grandes volúmenes de producción para participar en ferias internacionales?</i>	35
Figura 19	<i>1.11 Pregunta: ¿Qué tan importante considera que es tener certificados de café?</i>	35
Figura 20	<i>1.12 Pregunta: ¿Está de acuerdo que las ferias internacionales son una herramienta de promoción internacional útil para su empresa?</i>	36
Figura 21	<i>1.13 Pregunta: ¿Está de acuerdo que participar en ferias internacionales es esencial para posicionarse internacionalmente?</i>	37
Figura 22	<i>2.1 Pregunta: ¿Considera que las ferias internacionales son importantes para el incremento de su valor fob?</i>	38
Figura 23	<i>2.2 Pregunta: ¿Está de acuerdo que las ferias internacionales incrementaron su volumen de exportación de café?</i>	39
Figura 24	<i>2.3 Pregunta: ¿Está de acuerdo que el número de destinos a los que exporta su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?</i>	40
Figura 25	<i>2.4 Pregunta: ¿A Qué nuevos mercados ingreso luego de participar en ferias internacionales?</i>	41
Figura 26	<i>2.5 Pregunta: ¿Qué tan importante es ingresar a nuevos países posterior a su participación en las ferias internacionales?</i>	42

Figura 27 2.6 Pregunta: ¿ Está de acuerdo que las ferias internacionales contribuyen en la consolidación de la red de contactos internacionales de su empresa?.....	43
Figura 28 2.7 Pregunta: ¿Está de acuerdo que el número de clientes de su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?.....	44
Figura 29 2.8 Pregunta: ¿Cuántos clientes aumento luego de participar en ferias internacionales durante el año 2022?	45
Figura 30 2.9 Pregunta: ¿ Qué satisfecho está con tener clientes nuevos en negociación?	46

RESUMEN

La presente investigación “La influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el 2022”, donde su objetivo principal es determinar la influencia y la relación que existe entre las presentes variables ferias internacionales y exportación de café. Para la realización del trabajo de investigación se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño metodológico no experimental de tipo aplicada. Además, para la recopilación de datos se utilizó como técnica la encuesta con su instrumento el cuestionario, teniendo una muestra de 12 empresas y cooperativas, productoras y exportadoras de café de la localidad de Villa Rica. Los datos obtenidos fueron procesados por el programa estadístico SPSS.

Asimismo, para medir la confiabilidad se aplicó el alfa de Cronbach obtenido un valor de “r” = 0,886 teniendo una alta confiabilidad, a la vez para la comprobación de confiabilidad de cada hipótesis se realizó mediante la prueba de Shapiro-Wilk, obteniendo en todas las variables una distribución normal. Además, de acuerdo con el modelo de regresión lineal, el R cuadrado ajustado fue de valor 0,532 por lo que, las exportaciones de café tienen un impacto moderado de un 53.2% de la participación de ferias internacionales de las empresas y cooperativas exportadoras de café de Villa Rica.

Como conclusión, se puede determinar que las ferias internacionales influyen positivamente en las exportaciones de café de la localidad de Villa Rica durante el año 2022, dado que al participar en ferias internacionales generan oportunidades de poder ampliar la cartera de clientes e ingresar a nuevos mercados internacionales obteniendo ventajas competitivas para las empresas.

Palabras claves: Ferias internacionales, exportación de café, cartera de cliente, tipo de ferias de café.

ABSTRACT

The present research "The influence of international fairs on coffee exports in Villa Rica in the year 2022", where it's main objective is to determine the influence and relationship that exists between the current variables international fairs and coffee exports. To carry out the research work, a mixed approach was used with a non-experimental applied methodological design. Furthermore, for data collection, the survey with their instrument the questionnaire was used as a technique, having a sample of 12 companies and cooperatives, coffee producers and exporters in the town of Villa Rica. The data obtained were processed by the SPSS statistical program.

Likewise, to measure reliability, Cronbach's alpha was applied, obtaining a value of "r" = 0.886, having high reliability. At the same time, to verify the reliability of each hypothesis, it was carried out using the Shapiro-Wilk test, obtaining in all the variables have a normal distribution.

In conclusion, it can be determined that international fairs positively influence coffee exports from the town of Villa Rica during the 2022, because participating in international fairs generates opportunities to expand the client portfolio and enter new ones international markets obtaining competitive advantages for companies.

Keywords: International fairs, coffee exports, customer portfolio, type of coffee fairs.

NOMBRE DEL TRABAJO

**Trabajo de investigacion final - Jhade Sc
huler Zamora.docx**

RECuento DE PALABRAS

14044 Words

RECuento DE CARACTERES

80833 Characters

RECuento DE PÁGINAS

103 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.3MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 15, 2024 6:29 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 15, 2024 6:33 PM GMT-5

● **15% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente

INTRODUCCIÓN

Actualmente, se vive en un mundo muy globalizado, en el cual la producción de café juega un papel muy importante en el comercio internacional, ya que es considerado la segunda mercancía más comercializada en el mundo. Asimismo, a causa de su gran demanda el consumo de café aumentó un 4,2 % hasta 175,6 millones de sacos en el 2021 y 2022. Es así que la producción y el consumo del café ha ido creciendo periódicamente, por lo que se prevé que el impacto de exportación de café arábica aumente un 4,6 % hasta 98,6 millones de sacos en el año cafetero en el 2023. (Organización Internacional del Café, 2023).

A nivel Latinoamérica el café es uno de los productos de mayor importancia para la producción y exportación, ya que tiene un gran impacto en el ámbito económico y social, generando ingresos directos e indirectos de la cadena productiva. Siendo Brasil (12,829,444 M\$), Colombia (8.542,533 M\$), Honduras (1,292,003 M\$), Perú (758,559 M\$), Guatemala (928,384 M\$) y México (373,931 M\$) los principales países exportadores de café (International Trade Centre, 2022). Asimismo, una de las principales tendencias es el consumo de café (Vera, 2020).

Sin embargo, el café peruano lidera las exportaciones agrícolas siendo uno de los 10 principales productos de exportación peruana, después de minerales, petróleo, harina de pescado, entre otros (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, s.f.). Sumado a ello, Perú exporta el 99% de su café, teniendo poco consumo per cápita, y los principales países a los que se exportó café verde en el año 2022 fueron Estados Unidos (61,2%), Alemania

(118,3%), Bélgica (181,9%), Colombia (57,2%) y Suecia (121,0%), siendo los porcentajes los incrementos según el mismo periodo del 2021 (Midagri, 2023).

Continuando, para el distrito de Villa Rica el café es el producto más importante en torno al cual se dinamiza su actividad económica al representar el 51% de su valor bruto interno (Midagri, 2023), siendo además uno de los mayores productores de café orgánico que registra mejores rendimientos y excelente calidad a nivel nacional e internacional. Asimismo, en Villa Rica el 90% de la población trabaja de forma directa o indirecta en el subsector cafetero, y sus suelos representan el 75% de la superficie cultivada con café en la provincia de Oxapampa. Por ello, las empresas agroexportadoras de café recurren a dar a conocer su producto a través de ferias internacionales especializadas en café, con el fin de poder ampliar la cartera de clientes.

La siguiente investigación posee como problema principal, ¿De qué manera las ferias internacionales influyeron en la exportación de café en Villa Rica en el 2022? Teniendo como objetivo principal determinar la influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

La hipótesis general de la presente investigación es: Las ferias internacionales influyeron positivamente en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

La investigación presentada es de alcance explicado, ya que primero se midió las variables, luego se estimó la correlación y la influencia mediante hipótesis. El enfoque es cuantitativo, vinculando datos números que son analizados estadísticamente. La población de estudio se obtuvo desde la base de datos de la organización Junta Nacional

de Café; la muestra no probabilísticos. La técnica de recopilación de datos se dio a través de encuestas compuestas por 22 preguntas con escala de likert.

En el capítulo I, se abarca los temas referidos a los antecedentes de investigación de trabajos similares nacionales e internacionales, la base teórica referente a las variables de estudio.

En el capítulo II, se formula la hipótesis general y específica, a la vez, se presentan las variables de investigación con sus dimensiones.

En el capítulo III, se establece la metodología de la investigación, el diseño muestral, la técnica de recopilación de datos, por último, la validez y confiabilidad del instrumento.

En el capítulo IV, se desarrolla un análisis descriptivo de la encuesta recolectada; asimismo, se realiza la prueba de normalidad con las variables de estudio, el análisis de correlación y el modelo de regresión lineal.

En el capítulo V, se realiza la discusión de los resultados obtenidos de la hipótesis y se contrasta con estudios semejantes a las variables.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se revisarán conceptos necesarios del tema de investigación y dentro de su contenido se encontrarán antecedentes de la investigación, las bases teóricas y la definición de los términos.

1.1 Antecedentes de la Investigación

1.1.1 Antecedentes Internacionales

De acuerdo con la investigación que sostiene (Rubio, 2021) en su tesis denominada “Propuesta de mejora de la competitividad internacional del sector cafetalero mexicano en los estados de Veracruz y Chiapas: un análisis de redes neuronales artificiales”, publicada en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, se pudo determinar el problema general siendo “¿De qué manera se puede incrementar la competitividad internacional del sector cafetalero mexicano en los estados de Veracruz y Chiapas?”, y el objetivo general que fue “Identificar de qué manera se puede incrementar la competitividad internacional del sector cafetalero mexicano en los estados de Veracruz y Chiapas”.

Además, la hipótesis planteada fue “El sector cafetalero mexicano en los estados de Veracruz y Chiapas incrementará su competitividad internacional atendiendo la importancia competitiva para el desarrollo de su estrategia comercial de las variables precio, plaza, producto, promoción y participación digital”, y en cuanto a la metodología fue de enfoque cuantitativo, teniendo como muestra 24 empresas exportadoras y 22 cooperativas, y utilizando como instrumento el cuestionario con escala de Likert.

Por lo tanto, el principal resultado fue que el 80% de la población difundió que la variable plaza es muy importante, ya que representa la ventaja competitiva exportadora al incursionar nuevos modelos de negocios digitales y obtener nuevos clientes. Sin embargo, el 50% de los encuestados tienen gran interés por la promoción de su producto,

participando en ferias y estrategia en ventas. Por lo que, en conclusión, se determinó que la competitividad en el sector cafetalero es alta y se ve afectado por muchos factores del marketing y tendencias en el mercado internacional, debido a lo cual siempre se debe estar innovando en este mercado creando estrategias de plaza y promoción.

Con respecto (Mota & Moreira, 2021) en su informe titulado “Impact of Export Programs on Export Performance” [Impacto de los programas de promoción de las exportaciones en los resultados de exportación], teniendo como objetivo general “Examinar la relación de los programas de promoción de las exportaciones patrocinados por una Asociación Regional Portuguesa para el desarrollo del comercio y la industria”. De acuerdo con los autores, aplicaron el enfoque metodológico mixto y para la recopilación de datos a 198 empresas de la región Portugal en el periodo 2010-2018.

El informe concluye que la participación en Programas de Promoción a las Exportaciones como ferias puede ser favorable para las empresas para su proceso de crecimiento y expansión de su marca. De igual manera, es importante que las empresas inviertan en recursos internos y capacitación constante del personal para poder competir con empresas más jóvenes y actualizadas. Asimismo, el informe tiene un aporte positivo, debido a que demuestras que los programas de ferias internacionales de café sí son útiles para las empresas consideradas como pre exportadoras, ya que aportan conocimientos relacionados al marketing y las exportaciones.

La investigación que menciona (Cordero, 2017) en su tesis dominada “Ferias internacionales y la percepción de las empresas participantes” publicada en la Universidad de Chile, desde este punto de vista el objetivo general es “Analizar la percepción de las empresas participantes en las ferias internacionales que han sido patrocinadas por PROECUADOR, en el marco de la promoción de las exportaciones”. Asimismo, la hipótesis planteada es “Analizar la percepción de las empresas participantes

en las ferias internacionales que han sido patrocinadas por PROECUADOR, influyen positivamente en el marco de la promoción de las exportaciones”.

En cuanto a la metodología fue de enfoque cualitativo, el estudio es exploratorio, contó con una muestra de 200 empresas exportadoras que asistieron a distintas ferias internacionales durante el 2014- 2016. Para la recopilación de datos se dio a través de encuestas. Por lo tanto, los principales resultados son que el 100% de las mype perciben como un aspecto positivo la participación en ferias internacionales, trayendo como beneficio ampliación de clientes y mercados exteriores. En conclusión, las empresas ecuatorianas consideran que las ferias internacionales son estrategias para la internacionalización y promoción de sus productos. Asimismo, las mype indican que las ferias internacionales les ayudan a mejorar el producto y a fortalecer el vínculo de negociación.

El estudio realizo por (Hernández & Favila, 2019) en el artículo titulado “La mercadotecnia en la competitividad internacional del café mexicano: revisión de literatura”, la cual su objetivo general fue “hacer una revisión de literatura sobre cómo la mercadotecnia favorece la competitividad internacional del café mexicano”. Además, la metodología de la investigación fue de enfoque cualitativo, de diseño descriptivo basándose en publicaciones artículos, libros y revistas.

Por lo tanto, los resultados obtenidos en la investigación es que el café es un commodity siendo el valor de su precio basado en la bolsa de valores, por lo que el precio está en constante fluctuación, a la vez, México presenta, desde el año 2017, problemas en la concentración de los canales de distribución, lo que encontrar estrategias para mejorar la comercialización tales como la asistencia de los cafetaleros a ferias internacionales del ramo, la gestión de certificaciones internacionales de calidad, la mejora de la organización y las prácticas administrativas de los involucrados. Asimismo, la variable mercadotecnia

fue analizado y demuestra que se ha convertido en una ventaja competitiva esto debido a que ayuda a una empresa a diferenciarse y a enfocarse en mercados específicos.

En conclusión, el artículo de investigación tiene un aporte significativo ya que contribuye a que las empresas cafetaleras centren su mercado y empiecen a mejorar la calidad del café con certificaciones que amerita el país que quieren llegar a distribuir su producto.

¿La investigación realizada por (Murindahabi et al., 2019) en su artículo de investigación de titulado “Do coffee exports have impact on long-term economic growth of countries?” ¿Las exportaciones de café tienen un impacto en el crecimiento económico a largo plazo de los países?], teniendo como objetivo general “El impacto de las exportaciones de café en el crecimiento económico a largo plazo en una economía abierta para 32 países exportadores de café”. De manera que la metodología de la investigación fue de enfoque cualitativo, basándose de estudios y estadística financiera, teniendo las variables crecimiento económico y exportación de café.

Los resultados fueron que, través del estudio del PBI, gasto y consumo, la exportación e importación de café tiene un efecto significativo positivo a largo plazo sobre el crecimiento económico, ya que un aumento del 1% en las exportaciones de café se traduce en un aumento del 0,0217% en el PIB. Es así que, en conclusión, los países caficultores tienen que tomar mayor consideración por la producción y exportación de café, pues fomenta el aumento del capital fijo, por lo que se debe de implementar políticas ambientales y económicas, por último, las empresas deben de participar en competencias y eventos internacionales de café como World Coffee Events para mover la economía de su país.

1.1.2 Antecedentes Nacionales

De acuerdo con la investigación (Castillo & Cisneros, 2023) en su tesis dominada “La participación del programa “Sierra y Selva Exportadora” y la relación con el desempeño exportador de las pyme del sector cafetero de la Región Selva entre el periodo 2019-2021” publicada por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas se menciona como problema general “¿En qué medida la participación de las pyme exportadoras de café de la región Selva en el programa Sierra y Selva Exportadora se relaciona con el desempeño exportador entre el periodo 2019-2021?”, el objetivo general fue “determinar en qué medida la participación de las pyme exportadoras de café de la región Selva en el programa Sierra y Selva Exportadora se relaciona con el desempeño exportador entre el periodo 2019-2021”.

En relación con la metodología fue de enfoque mixto, el diseño es no experimental, contó con una muestra de 20 pyme exportadoras de café, y utilizó los instrumentos de encuestas mediante la escala de Likert y entrevistas. Por lo tanto, los principales resultados fueron que el 65% se encuentran satisfecho con la ayuda que le brinda el programa Sierra y Selva exportadora. Asimismo, el 50% de la muestra afirma que el programa de asistencia técnica fue beneficioso para su entrada a mercados internacionales, lo que verifica la correlación existente entre la dimensión y el desempeño exportador. Por consiguiente, se concluyó que los programas presentando por Sierra y Selva Exportadora son una herramienta para las pyme exportadora, debido que aporta asesorías técnicas, asistencia operativos y cursos financieros, que ayudan a los exportadores a obtener mayores clientes e ingreso a nuevos mercados.

La investigación que plantea (Carpio & Villachica, 2021) en su tesis dominada “Estrategias de Marketing en el potencial exportador de los productores de café de Villa

Rica, 2021”, publicada en la Universidad Tecnología del Perú, de manera que a partir de la lectura se pudo determinar el problema general es “¿Qué influencia tiene la estrategia de marketing en el potencial exportador de los productores de café de Villa Rica, 2021?”.

Siguiendo la posición del autor el objetivo general que se optó para esta investigación fue “determinar la influencia de las estrategias de marketing en el potencial exportador de los productores de café de Villa Rica”. Sumado a ello, la hipótesis planteada es “existe una influencia significativa y directa entre el producto como estrategia de marketing en el potencial exportador de los productores de café de Villa Rica, 2021”.

En cuanto a la metodología fue de enfoque mixto, el estudio es explicativo, contó con una muestra de 40 productores de café, y utilizó los instrumentos de encuestas mediante la escala de Likert y entrevistas. Por lo tanto, los principales resultados fueron que al menos un 65% de los productores tienen problemas con las estrategias de marketing y que el 98% de los productores de café de Villa Rica frecuentemente ofrecen productos con garantía de respaldo. Es así que, para concluir, se demostró que sí hay una influencia significativa de la estrategia de marketing con el potencial de los exportadores, y que el 50% de los productores de Villa Rica agregan características y servicios con valor agregado para la diferenciación de sus productos frente a la competencia.

De acuerdo con la investigación que sostiene (Arevalo & Latour, 2021) en sus tesis dominada “La participación de las empresas en ferias internacionales y su influencia positiva en la exportación de jengibre de la Región Junín periodo 2016 – 2020”, publicada en la Universidad Tecnología del Perú, se pudo determinar el problema general siendo “¿En qué medida la participación de las empresas en ferias internacionales influye positivamente en la exportación de jengibre de la Región Junín periodo 2016 – 2020?”,

el objetivo general, fue “analizar la participación de las empresas en ferias internacionales y su influencia positiva en la exportación de jengibre de la Región Junín periodo 2016 – 2020” y la hipótesis planteada que fue “la participación de las empresas en ferias internacionales influye positivamente en la exportación de jengibre de la Región Junín periodo 2016 – 2020”.

En cuanto a la metodología fue de enfoque cuantitativo, teniendo como muestra 70 empresas exportadoras de jengibre, y utilizando como herramienta de medición el cuestionario con escala de Likert. Por lo tanto, el principal resultado fue que el coeficiente de correlación ($\rho = 0,405$), esto indica que se encuentra dentro del valor estimado (0,05), por lo tanto, se refuta la hipótesis nula y se sostiene la participación en ferias internacionales influye positivamente en la exportación de jengibre de la Región Junín periodo 2016 – 2020. Por lo que, en conclusión, se determinó que mientras exista mayor participación de las empresas exportadoras en ferias internacionales, se incrementará la cantidad de exportaciones de jengibre de la Región Junín.

Ahora bien, (Dilas et al., 2021) en el artículo titulado “Producción, precios y dinámica de las exportaciones del café peruano”, su objetivo fue realizar un recuento general de la cadena productiva del café en lo que respecta a la producción, los precios y la dinámica de las exportaciones hacia el mercado internacional. Asimismo, la metodología de la investigación fue de enfoque cualitativo y de diseño descriptivo.

Siendo los resultados que la producción de café en el Perú se presenta en cuatro grupos de zona cafetalera, en donde, entre los años 2007-2020, se ha mantenido con volúmenes de producción anual entre 200-250 millones de toneladas, siendo exportado el 98% y solo el 2% para consumo local. Además, el precio de café que se pagó a los

productores entre los años 2016 y 2020 estuvo alrededor de 2 dólares por kilogramo, mientras que en 2019 el café de especialidad tuvo mayor acogida en el mercado internacional pagándose en torno de 3 dólares por kilogramo. En conclusión, el sector cafetalero peruano necesita de tecnología para mejorar su productividad, puntualizando en la producción de cafés especiales, y que cuya exportación tenga en cuenta el comportamiento estacional de precios de las exportaciones, para obtener mayor rentabilidad.

De acuerdo con (Arbulú & Coayla, 2019) mencionan en sus tesis denominada “Las Ferias Comerciales y su influencia en el crecimiento de las exportaciones de las Pymes en prendas de vestir de punto, para bebés, en algodón publicada en la Universidad Tecnología del Perú, se puede determinar el problema general ¿Las ferias comerciales influyen en el crecimiento de las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés, en algodón en pyme del Perú?.

Siguiendo, el objetivo general fue determinar el nivel de influencia de las ferias comerciales en la aceleración del crecimiento de las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés, en algodón en las pyme del Perú, y la hipótesis planteada fue “la participación en ferias tiene un nivel de influencia en el crecimiento de prendas y complementos de vestir de punto, para bebés, en algodón en pyme del Perú”. En este caso, se contó con una metodología de enfoque mixto, teniendo una investigación correlacional con una población de estudio de 35 empresas. Por ende, se observa que el nivel de coeficiente de correlación de Spearman: $r_s = 0,492$. Siendo la correlación significativa entre nivel de influencia en la participación de ferias comerciales y crecimiento de las exportaciones de prendas

Se concluyó que las ferias internacionales ayudaron en su gran mayoría a las empresas a conseguir compradores extranjeros. Esta investigación aporta al tema de investigación debido que concluye que la relación entre participación en ferias comerciales y aumento de clientes extranjeros es positiva.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Ferias Internacionales

a) Definición

Según (PROMPERÚ, 2019), refiere que las ferias tienen como finalidad establecer nuevas alianzas comerciales y afianzar las actuales, esto ya que estas plataformas son una oportunidad que permite a los participantes promocionar y exhibir sus productos o servicios (p.8). Asimismo, mediante estas ferias las empresas pueden lograr posicionar su producto o servicio en los mercados internacionales, ya que este mecanismo permite combinar todas las variables del marketing, como, por ejemplo, la publicidad, merchandising, investigación de mercados, su promoción, distribución y su fuerza de ventas (PERU XPERT, s.f.).

b) Tipo de Ferias Internacionales

En cuanto a la clasificación de ferias, se puede encontrar varios tipos de estos eventos, como pueden ser determinadas por las características que éstas contienen, tal como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1*Tipos de Clasificación de las Ferias*

TIPOS DE FERIAS	
Universales	Que convoca a participar a todos los países del mundo para dar a conocer sus características más importantes.
Comerciales	Se organizan con la finalidad de reunir a las personas que deseen exponer sus productos y hacer negocios
Sectoriales	Se distinguen por una determinada gama de productos.
Exposición o muestra institucional	Es un evento de gran magnitud y prolongada duración, realizada en varias sedes, en las cuales, los países y las empresas exhiben el grado de desarrollo integral logrado, sin objetivos comerciales directos y con el fin de obtener prestigio niveles masivos.
Exposición Permanente	Son stands fijos, donde los productos a exhibir pueden ir rotando.

Nota: Adaptado de Estrategias de Marketing ferial (pp. 39-47), por Navarro, 2001 (<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4RKqzdDOEy4C&oi=fnd&pg=PA4&dq=Tipo+de+ferias+internacionales&ots=8eMYXLgHXx&sig=1jS2Coyd4W6tQ4Q9y3Pr1eBHWLM#v=onepage&q=Tipo%20de%20ferias%20internacionales&f=false>).

Sin embargo, (PROMPERÚ, 2016) clasifica los tipos de ferias según el alcance geográfico, publico objetivo y modalidad productiva, tal como se refleja en la Tabla 3.

Tabla 2*Clasificación de ferias según alcances*

TIPOS DE FERIAS			
Según el tipo de visitante	Según el ámbito geográfico	Periodicidad	Por Sectores
Profesionales: Ferias dirigidas a un sector específico, no se encuentra abierto al público en general. Los productos no se venden por unidad.	Locales: Ferias que acuden mayormente población de la ciudad e incluso se puede darse el caso de asistir empresas nacionales o internacionales interesadas por un producto o idea innovadora.	Anual: Feria realizada una vez al año.	Generales: Ferias a los acuden visitantes y expositores de diferentes sectores.
Abierto al público: Ferias dirigidas a los consumidores o clientes, los productos se pueden vender por mayor y menor.	Nacionales: Ferias a las que acuden visitantes nacionales y extranjeros, mayormente los expositores son de cual región del país.	Bienal: Feria realizada cada dos años.	Sectoriales: Ferias especializadas en un sector específico.

Mixtas: Ferias dirigidas tanto a profesionales como al público en general.	Internacionales: Ferias profesionales a las que acuden visitantes y expositores de diversos países.
--	---

Nota: Adaptado de Cómo participar exitosamente en ferias internacionales (p.16), por PROMPERÚ, 2016

(<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/2653/BVE17038731e.pdf;jsessionid=D7C316CDA712C8A9F44A587F0E51B811?sequence=1>)

c) Ventajas y desventajas de las ferias internacionales

En las ferias comerciales internacionales se pueden encontrar ventajas como desventajas dependiendo de los factores económicos, políticos, sociales y legales. Entre las principales ventajas, según (Betetta, 2021), indicó que es presentar tus productos o servicios, acceder a los diferentes mercados, conocer a la competencia, conocer las tendencias, por último, identificar las fortalezas y debilidades de la empresa como la del producto o servicio.

Sin embargo, las ferias internacionales se caracterizan por ciertas desventajas como: la presencia de competidores, la fuerte inversión financiera que debe aportar la empresa, la proliferación de eventos feriales dentro del mismo sector, y la dificultad de justificar la rentabilidad de la participación, y, por tanto, la dificultad de justificar la decisión de recurrir a esta herramienta de marketing (Curiel, 2015).

d) Ferias en la Industria Cafetalera

Entre las principales ferias nacionales e internacionales que participan empresas peruanas cafetaleras son:

- Global Specialty Coffee Expo (SCAA): Feria diseñada para que los profesionales del café sepan todo lo que necesitan para tener éxito en la industria, y en donde ejercen la escala SCA para las presentaciones del café (The Specialty Coffee Expo, 2023).

- World of Coffee: Feria internacional donde se expone los cafés más importantes en el mundo, bajo la organización y supervisión de la organización Specialty Coffee Association (SCA), feria que se realiza cada año en diferentes países. (Copyright Specialty Coffee Association, 2023).
- BIOFACH: Feria internacional líder de productos orgánicos, evento donde se encuentra grandes oportunidades de negociación atrayendo comerciantes mayoristas y minoristas y compradores del todo mundo. Feria especializada por sector de producto. (BIOFACH, 2023).
- ANUGA: Feria internacional líder en alimentos y bebidas, donde se reúnen a la mayor comunidad de industria de bebidas. Espacio donde se puede unir comprador y vendedor demostrando las últimas tendencias alimentarias. (ANUGA, 2023).
- Feria Expo Amazónica: Feria ubicada en la ciudad de Moyobamba y Tarapoto en la región de San Martín, la cual busca promover los productos y servicios de la amazonia al mercado nacional e internacional (Ministerio de la Producción, 2017).
- Expo-Café: Feria enfocada en promover el consumo de café de calidad brindando contacto con todas las industrias cafetaleras. Esta se realiza una vez al año, y participan más de 40 empresas (Cámara Café y Cacao, 2022).
- FICAFÉ: Principal feria de café a nivel nacional en nuestro Perú, donde los caficultores tienen la oportunidad de dar a conocer las principales cualidades de sus productos (FICAFÉ, s.f.).
- Expoalimentaria: Feria internacional más importantes de alimentos y bebidas en Latinoamérica, donde congregan las principales empresas de distribución y retail de los cinco continentes (Expoalimentaria, 2023).

1.2.2 Exportación del café

a) Etapas del proceso del café

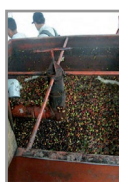
Antes de tomar una bebida de café, este producto pasa por diferentes fases y etapas, en la siguiente figura 4 se explicará cada fase:

Figura 1

Etapas del proceso de producción del café



Cosecha selectiva: Consiste en la extracción de la semilla recolectando las cerezas rojas que son identificadas como las maduras, seguido se recibe en los beneficiarios y se pesa el café en cerezo.



Despulpado: Se debe de realizar antes de las 6 horas de la recolección, se basa desprender la pulpa y los residuos de la cosecha.



Fermentación: Los granos son depositados en tanques de reposo para su proceso de fermentación entre 12 a 36 horas, para la separación del mucílago del grano de café.



Lavado: El grano es llevado a tanques de agua para remover los residuos que permanecen en el pergamino.



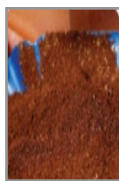
Secado: Esta fase del café es importante dado que se reduce la humedad de los granos de 60% hasta 12%. El café toma un color amarillo tras la exposición del sol.



Pilado: El café produce un cambio de color al desprenderse la cáscara para obtener café en grano verde. En este proceso el café se encuentra listo para la exportación.



Tueste: Es donde el grano ingresa a una máquina cilíndrica a altas temperaturas entre 150C y 225C. En esta fase el café se empieza a tostar y cambia de color verde a marrón.



Molienda: Es la fase en la cual el café tostado pasa a estar granulado para que sea preparado en los diferentes métodos de pasar café.

Nota: Adaptado de Control de calidad del café, Manual técnico, (p .10-35), por Centro de Estudios y Promoción de Desarrollo (DESCO), 2013.
(https://www.desco.org.pe/recursos/site/files/1019/calidadcafe_VF.pdf).

b) Variedades de café

Según (López et al., 2019), existen dos especies que más se cultivan de cafeto, que son Arábica y la Robusta, y las principales diferencias:

- **Café Arábico:** Crece en un clima tropical que es templado debido a la altitud de 15° a 24C°. Es el tipo de café con más producción en el mundo (60%), y entre sus principales características tiene que es alta en acidez, sabor delicado y florales.
- **Café Robusta:** Crece entre avientes de 24° a 29C°, representa un 40% de la producción mundial, y entre sus principales características es que es de sabor amargos, redondos, terrosos, frutos secos y especiados.

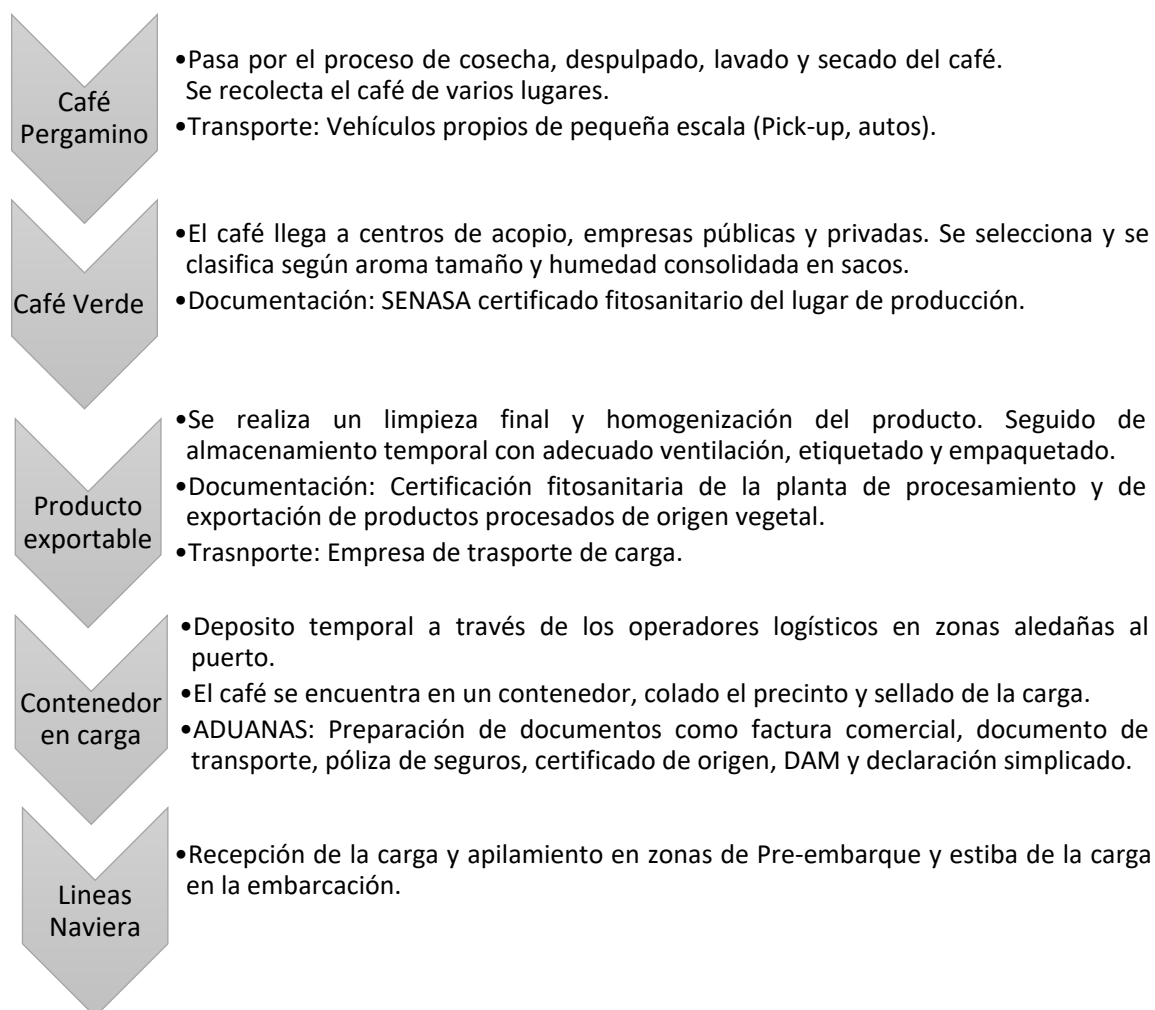
Ahora bien, las variedades de café que se cultivan en territorio peruano son Typica (70%), Caturra (20%) y otras (10%). Por otro lado, debido a las tendencias el café peruano se ha separado en dos grupos de comercialización: café especial y orgánico. El primero se caracteriza por una calidad excepcional en taza, por no tener defectos, y porque permite a los tostadores incorporar una mezcla básica de arábica y robusta; y el segundo porque proviene de cultivos con determinado tipo de manejo agronómico, y se caracteriza por prácticas de conservación del suelo y por emplear métodos que emulan procesos ecológicos (Aguirre, 2017).

c) Proceso de exportación de café

La exportación de café peruano comienza en la fase productiva de cosecha y entrega de café en pergamino la producción, luego es transportada a los centros de acopio que venden el producto a los procesadores, comercializadores o exportadores. Por último, el café se destina al mercado externo por los puertos de Callao y Paita utilizando el incoterm FOB (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018). En la Figura 4 se mostrará con mayor detalle las fases de exportación.

Figura 2

Cadena de exportación de café



Nota: Adaptado de Análisis integral de la logística en el Perú 5 cadena de exportación producto café, (p. 10), por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018 (https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/P_Cafe.pdf).

1.3 Definición de Términos Básicos

Citando a (Specialty Coffe Association, s.f), (Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, 2013), (Borja, 2021), (Quispe, 2020), (SIICEX, s.f), (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú, 2011) y (Solano, Andrés, 2021) determinan los siguientes términos:

- a) **SCA:** La Asociación de Cafés Especiales (SCA) es una asociación del café presente en más de 100 países del mundo, y que aplicó que los cafés que superen los 80 puntos en una escala de 0 a 100 pueden ser considerados de especialidad.
- b) **Pergamino:** Proceso en la cual el grano es cubierto por una cáscara protectora conocida como cascarilla, que al ser despulpado se va dentro de la pulpa del café.
- c) **Merchandising:** Técnica que permite diseñar productos más atractivos en el mercado y presentarlos en mejores condiciones con el fin de aumentar las ventas y satisfacer al cliente.
- d) **FOB:** Es el incoterm de los más usados en el comercio internacional. El vendedor entrega la mercancía sobre el buque y el comprador se hace cargo de designar y reservar el transporte principal. Se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.
- e) **Commodity:** Mercancía cuyo precio es fijado por la demanda y oferta internacional, siendo generalmente materias primas como productos agrícolas y mineros.
- f) **Certificado fitosanitario:** Es un documento oficial emitido por la SENASA que asegura que el producto vegetal materia de exportación, cumple con la normativa internacional y los requisitos fitosanitarios exigidos por el país importador.
- g) **Operador Logístico:** Son personas naturales o jurídicas que intervienen en la cadena logística de operaciones como en la exportación e importación de mercancías, mediante el diseño, planificación y ejecución de los servicios operacionales necesarios para exportar e importar.

CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

En este segundo capítulo se determina la hipótesis general y específico del tema de investigación, seguido con las variables y su análisis operacional.

2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas

2.1.1 Hipótesis general

- Las ferias internacionales influyeron positivamente en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

2.1.2 Hipótesis específica

- Las ferias internacionales influyeron positivamente en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022.
- Las ferias internacionales influyeron positivamente en la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022.
- Las ferias internacionales influyeron positivamente en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en el 2022.

2.2 Variables y Definición Operacional

Para el presente estudio, las variables y el análisis de su relación se presentarán en las Tablas 3 y 4.

Tabla 3

Variable independiente

Variable	Dimensiones	Indicadores
Ferias internacionales	D1: Participación de ferias	Número de participaciones en ferias
		Tipos de ferias participadas
	D2: Inversión en publicidad ferial	Gasto de publicidad
	D3: Valor agregado	Oferta exportable
Cantidad de certificados		

Nota. Elaboración propia

Tabla 4*Variable dependiente*

Variable	Dimensiones	Indicadores
Exportación de café	D1: Aumento de las exportaciones de café	Valor FOB Volumen de exportación
	D2: Apertura de nuevos mercados de café	Número de mercados nuevos Países ingresados Red de contacto
	D3: Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras	Número de clientes nuevos Número de clientes en negociación nuevos

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo describió el diseño y enfoque utilizados, determina la muestra de estudio y el plan de recolección y análisis de datos.

3.1 Diseño Metodológico

Enfoque: El enfoque es cuantitativo, debido a que implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos en un mismo estudio para poder responder al planteamiento del problema (Hernández et al., 2014).

Tipo: Se utiliza el tipo de investigación aplicada, ya que se determina que los conocimientos adquiridos durante la investigación fueron para solucionar los problemas planteados (Hernández et al., 2014).

Alcance: El alcance de la investigación es explicativa, dado que este tipo de investigación se enfoca en dar respuesta a las causas que generaron los fenómenos o eventos sociales/físicos. El interés del alcance se centra en explicar el fenómeno con relación a sus causas y a las condiciones bajo la cual se manifiestan (Hernández et al., 2014).

Diseño: El trabajo de investigación tiene un desarrollo de diseño no experimental, en vista de que no se van a manipular las variables para analizar los efectos de tal investigación, sino que solo se va a determinar la relación existente entre ellas (Hernández et al., 2014).

Corte: El corte de la investigación es transversal, puesto que los datos recolectados se encuentran en un tiempo preciso (Hernández et al., 2014).

3.2 Diseño Muestral

3.2.1 Población

La población fue constituido por un grupo de empresas productoras y exportadoras de café ubicados en el distrito de Villa Rica, la población asciende a 12

empresas y cooperativas, quienes cumplen con las características del trabajo de investigación (Junta Nacional de Café, 2022).

3.2.2 Muestra

En cuanto al muestreo, fue aleatorio simple, perteneciente al tipo de muestreo no probabilístico, es por ello, que la investigación no hará uso de ninguna fórmula para determinar la muestra, dado que la muestra está conformada por las 12 empresas y cooperativas que exporten y produzcan café en distrito de Villa Rica.

Características incluyen la muestra:

- Empresas y cooperativas que produzcan y exporten café.
- Que sean empresas y cooperativas que tengan más de dos o tres operaciones en exportación al año.
- Que sean empresas que hayan realizado operaciones de exportación en el periodo de la investigación.
- Pertenecer al distrito de Villa Rica.
- Que deseen participar en la investigación.

Características excluyentes de la muestra:

- Empresas o cooperativas que no exporten ni produzcan café
- Empresas y cooperativas que no hayan realizado operaciones durante el periodo de la investigación.
- Que no pertenezcan al distrito de Villa Rica.
- Que no deseen participar en la investigación.

3.3 Técnicas de Recolección de Datos

3.3.1 Técnica de recolección

Para la recopilación de datos se ha considerado usar la técnica de la encuesta, la cual contará con preguntas cerradas y será utilizada porque permitirá tener datos objetivos, brindando data cuantitativa en los cuales será más fáciles para validar las hipótesis establecidas.

3.3.2 Instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos a usar es el cuestionario, el cual se utiliza para tomar los datos partiendo de la muestra principal, son empresas productoras y exportadoras de café ubicadas en el distrito de Villa Rica, el cual incluirá a la escala de Likert.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de información

Las técnicas estadísticas para el procesamiento de la información que se utiliza para este trabajo de investigación son:

- Microsoft Excel: Es un programa estadístico informático que permite trabajar con bases de datos, de manera sencilla para el análisis. Por otro lado, se utilizará para realizar tablas y grafico de barras que facilitarán la lectura e interpretación de los datos recolectados.
- SPSS: Es utilizado para elaborar análisis estadísticos, permitiendo validar la hipótesis y poder realizar conclusiones a base de los resultados.

3.5 Validez y confiabilidad del instrumento

3.5.1 Validez del instrumento

La validez del instrumento comprueba que el formato utilizado y las preguntas tengan la claridad y coherencia con el tema de la investigación.

Tabla 5*Validez de los instrumentos por los juicios de expertos*

Experto	Cargo	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Resultados
Laos Lopez, Jose Enrique	Docente USMP	4	4	4	4	Aplicable
Paz Palacio, Walter	Docente USMP	4	4	4	4	Aplicable
Flores Gutiérrez, José Ovidio	Docente USMP	4	4	4	4	Aplicable

Nota: Elaboración propia obtenido de Excel

La evaluación de validez del instrumento está respaldada por el juicio de expertos dirigido por los docentes de la Universidad San Martín de Porres, resultando ser aplicable el instrumento de recolección de datos. Formato adjunto en anexos.

3.5.2 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento se validó a base del coeficiente Alfa de Cronbach, el cual evalúa la fiabilidad del cuestionario.

Tabla 6*Resultado de confiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,886	17

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Luego de realizar el análisis de confiabilidad por alfa de Cronbach, el valor obtenido para este indicador fue de 0,886, el cual indicó que el cuestionario tiene una alta confiabilidad, siendo el mínimo requerido de 0,8.

3.6 Aspectos Éticos

El primer aspecto ético a tomarse en cuenta para la realización de la investigación aplicada de cualquier tipo de investigación, es la honestidad. Esto significa que este trabajo de investigación no cuenta con copias de investigaciones de otros autores sin citar el contenido apropiadamente, no parafrasear ni falsear datos.

El segundo aspecto ético a considerar es la búsqueda de la excelencia, ya que se va a elaborar un trabajo de investigación de calidad de tal forma que ayude a la población de Villa Rica u otras zonas cafetaleras a tener mayores conocimientos sobre las ferias internacionales y cómo influye para el crecimiento de las empresas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

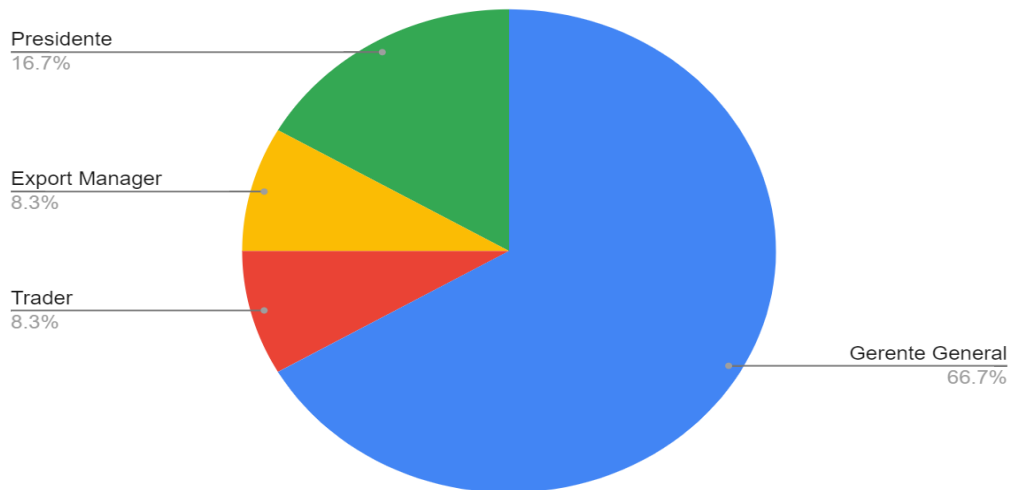
Este capítulo se señaló los resultados de evaluación estadística, descriptiva y correlacional a base de los objetivos planteados en la investigación. Asimismo, se concluye con la exposición de hipótesis básicas en la significancia estadística.

4.1 Descripción de la muestra

El estudio estuvo conformado por 12 unidades muestrales, de las cuales todas cumplen con la característica de ser productores y exportadores de café. Asimismo, se encuentran ubicados en la localidad de Villa Rica en el departamento de Pasco. Los participantes cumplen con los siguientes puestos:

Figura 3

Puesto de los encuestados

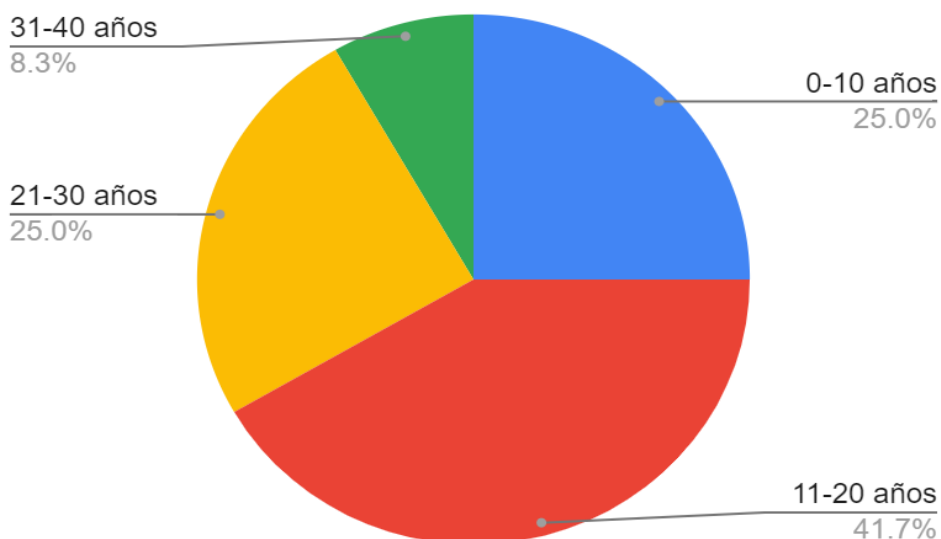


Nota: Elaboración propia obtenido de Excel

De la figura 3 se aprecia que 66.7% (8) de los encuestados tienen el puesto de Gerente General, el 16.7% (2) corresponde a ser Presientes y el 8.3% (2) cumplen el puesto de Export Manager y Trader respectivamente.

Figura 4

Antigüedad de empresas



Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la figura 4, se evalúa que los años de antigüedad del 41.70% (5) son mayores de 11-20 años, el 25% (3) son empresas constituidas en los rangos de 0-10 años y el otro 25 (3) son empresas mayores de 21-30 años.

4.2 Análisis descriptivo de las variables

4.3.1 Descripción de la variable Independiente

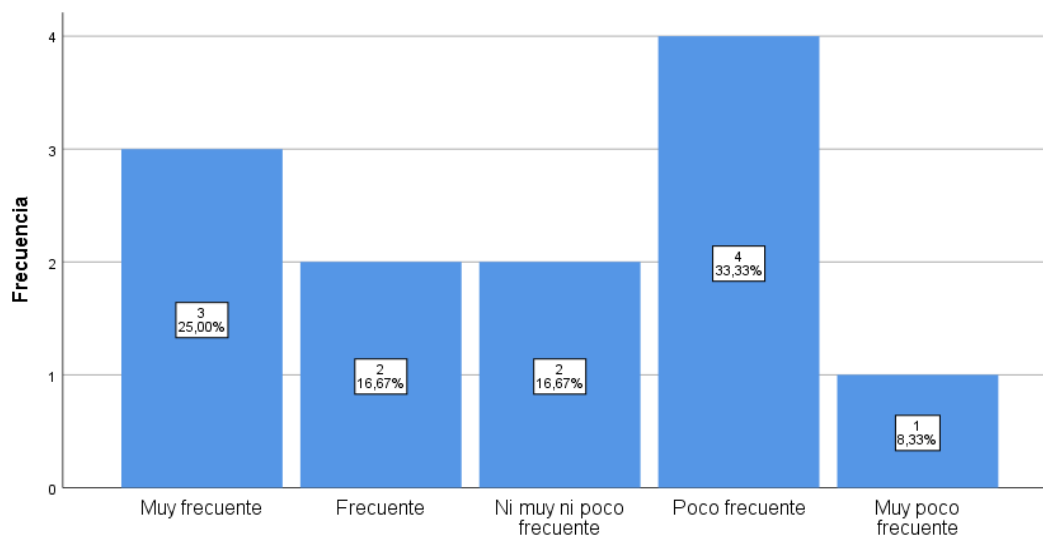
La variable independiente, ferias internacionales se evaluó mediante las tres dimensiones de estudio participación de ferias, inversión en publicidad ferial y valor agregado.

Dimensión 1: Participación de ferias

- Número de participaciones en ferias.

Figura 5

1.1 Pregunta: *¿Con qué frecuencia participa usted en ferias internacionales durante el año 2022?*

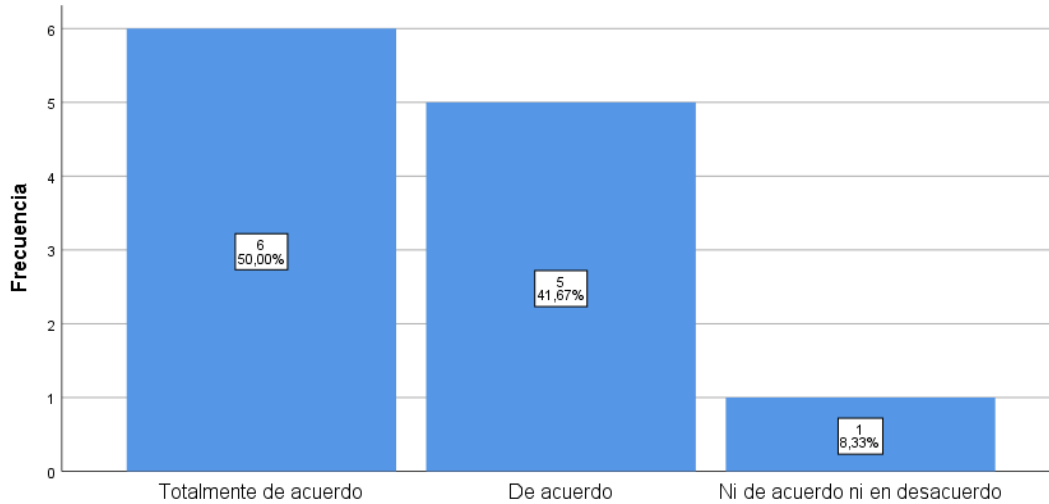


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

De la muestra de estudio el 33,33% (4) respondieron que sus participaciones en ferias internacionales son de “Poco frecuente”, seguido de un 25% (3) que indicaron que participan “Muy frecuente”, a la vez, el 33,34% (4) se encuentran entre “Frecuente” y “Ni muy ni poco frecuente”, por último, el 8,33% (1) manifestó que su participación es de “Muy poco frecuente”. Observándose así una tendencia a que la muestra de estudio ha participado pocas veces en las ferias internacionales durante el 2022.

Figura 6

1.2 Pregunta: *¿Está de acuerdo que es necesario participar en ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos?*

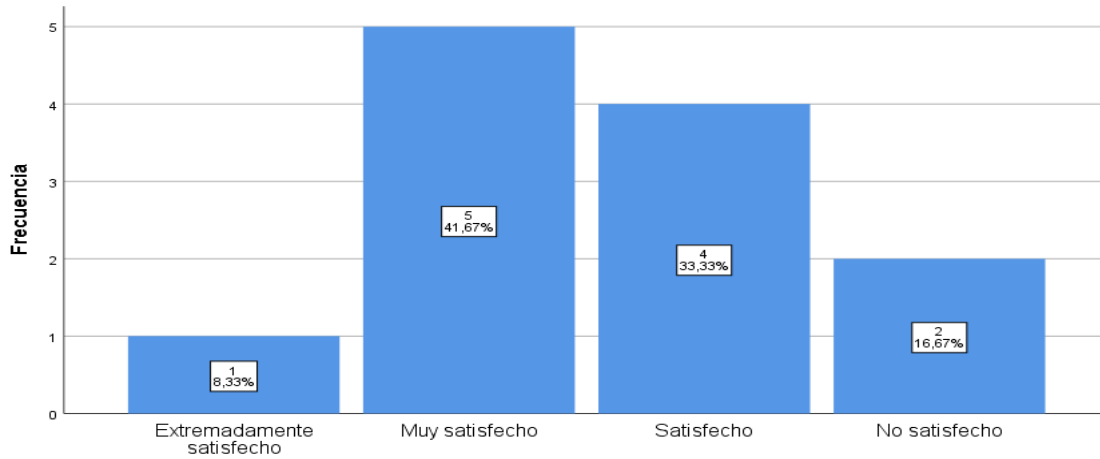


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

De la muestra de estudio se observar que el 50 % (6) están “Totalmente de acuerdo” en que es necesario participar en ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos, el 41,67% (5) respondieron que se encuentran “De acuerdo” con la afirmación y el 8,33% (1) indico que “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Se determina, que la participación de ferias resulta ser positivo para la empresa.

Figura 7

1.3 Pregunta: ¿Está satisfecho con su participación en las ferias internacionales?

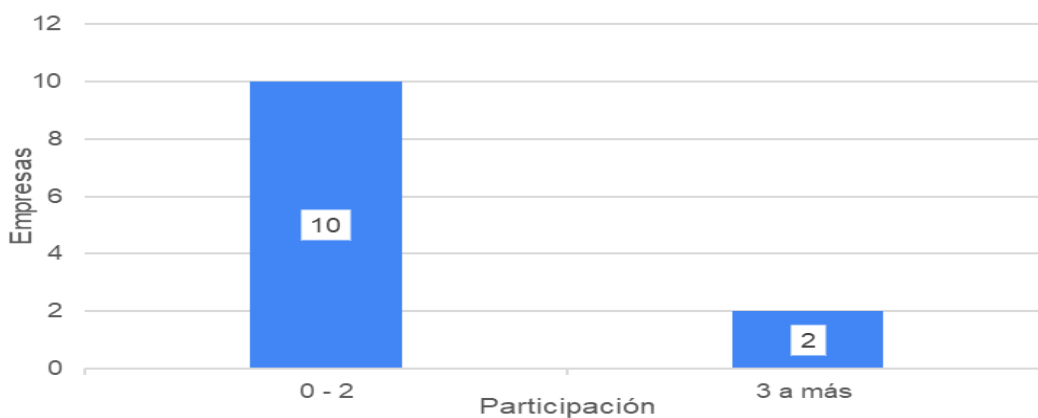


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

De la muestra de estudio se determina que el 41,67% (5) se encuentra “Muy satisfecho” con su participación en ferias internacionales, seguido de 8,33% (1) “Extremadamente satisfecho” y el 33,33 % (4) indicó un nivel de “Satisfecho”. De modo, de que se puede deducir que la gran mayoría de los encuestados están contentos con su participación.

Figura 8

1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – Año 2018

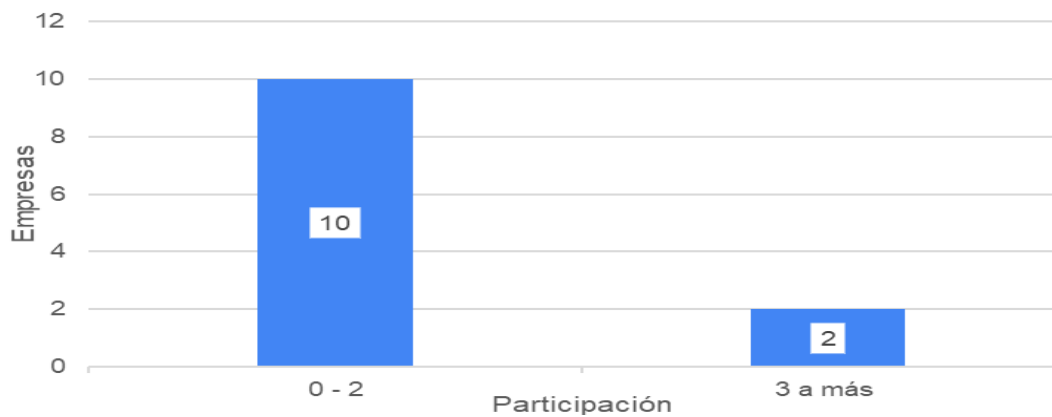


Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la muestra de estudio, el 83,33% (10) indicó que en el 2018 participaron en ferias internacionales entre 0 a 2 veces y el 16,67% (2) participaron entre 3 a más veces.

Figura 9

1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – Año 2019

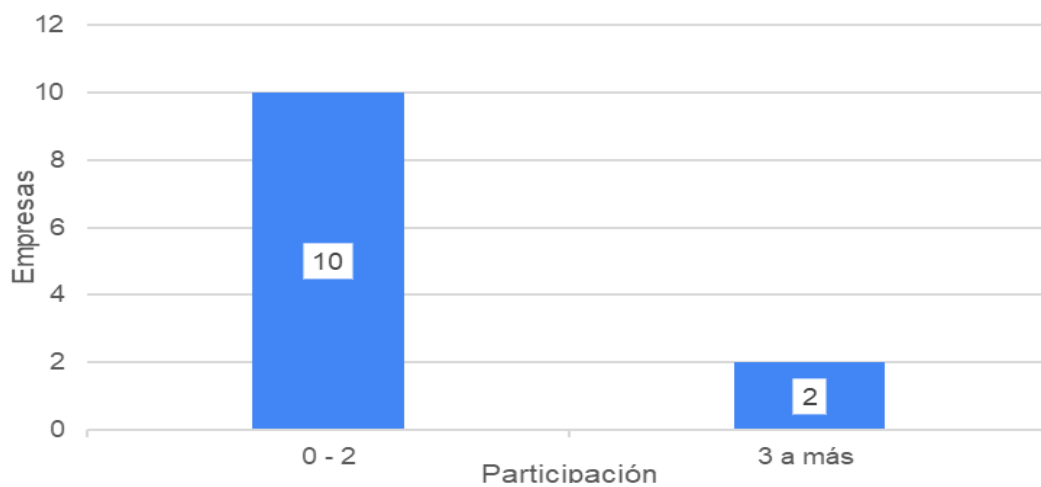


Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la muestra de estudio el 83,33% (10) indicaron que en el 2019 participaron en ferias internacionales entre 0 a 2 veces y el 16,67% (2) participaron entre 3 a más veces.

Figura 10

1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – 2020

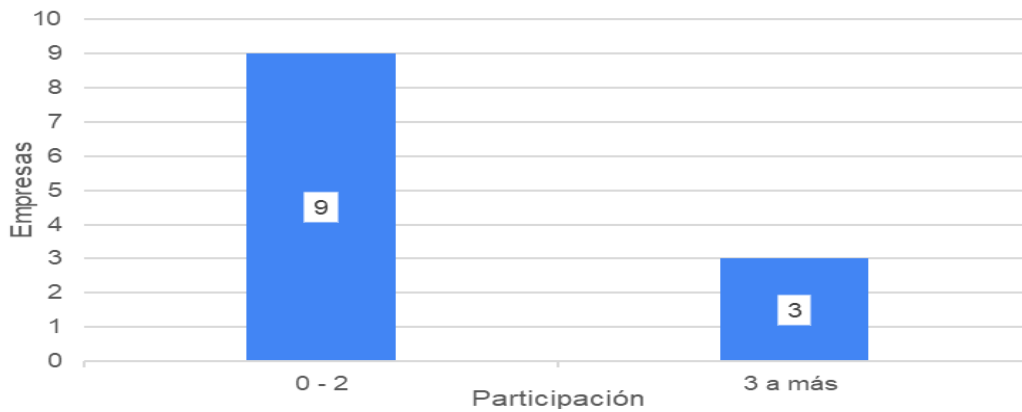


Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la muestra de estudio el 83,33% (10) indicaron que en el 2020 participaron en ferias internacionales entre 0 a 2 veces y el 16,67% (2) participaron entre 3 a más veces. Este año inicio la pandemia de Covid- 19 por lo cual, muchas ferias internacionales no se llevaron a acabo.

Figura 11

1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – Año 2021



Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la muestra de estudio el 74,90 % (9) indicaron que en el 2021 participaron en ferias internacionales entre 0 a 2 veces y el 25,10 % (3) participaron entre 3 a más veces. Se determina un aumento de participación de ferias internacionales.

Figura 12

1.4 Pregunta: ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022? – Año 2022



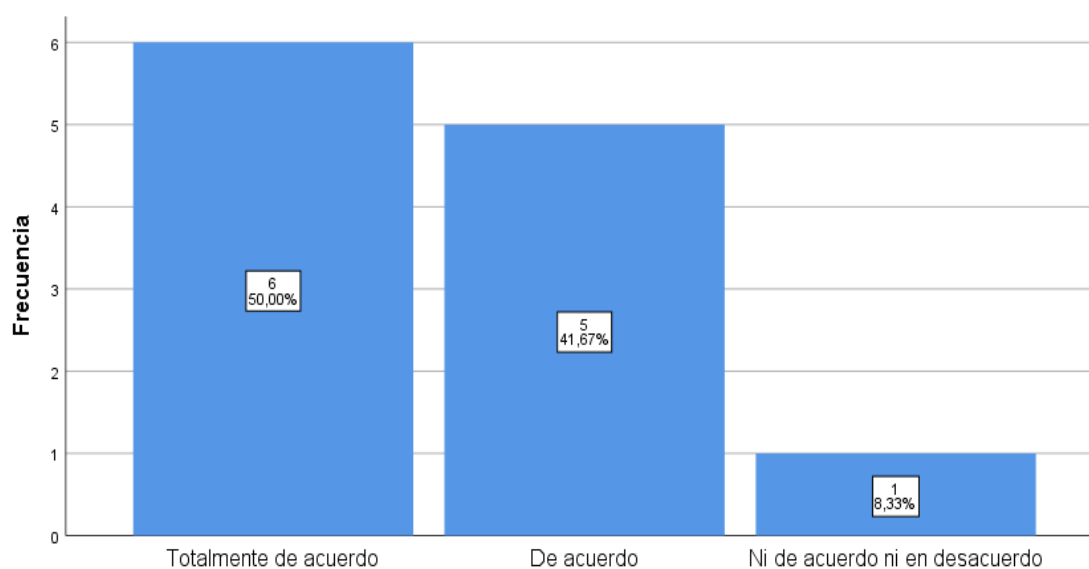
Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la muestra de estudio el 64,64 % (8) indicaron que en el 2022 participaron en ferias internacionales entre 0 a 2 veces y el 33,32 % (4) participaron entre 3 a más veces. Se observa que la tendencia está incrementando cada año en la de participación de ferias internacionales.

- Tipo de ferias participadas

Figura 13

1.5 Pregunta: ¿Está de acuerdo que es necesario participar en varios tipos de ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos para la empresa?

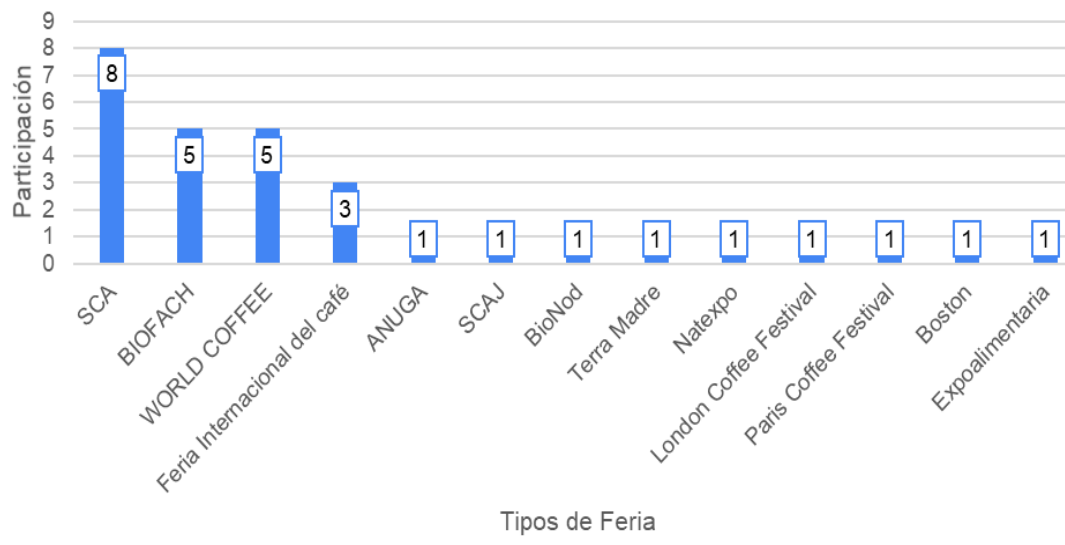


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

En relación con la muestra de estudio, se interpreta que el 50 % (6) esta “Totalmente de acuerdo” en que es necesario participar en varios tipos de ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos para la empresa, el 41,67% (5) se encuentra “De acuerdo” con la afirmación y el 8,33% (1) sostiene que “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Por ello, se puede concluir que a mayor participación de ferias internacionales mejor serán los resultados de las empresas.

Figura 14

1.6 Pregunta: ¿A qué ferias asistieron durante el periodo 2018-2022?



Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

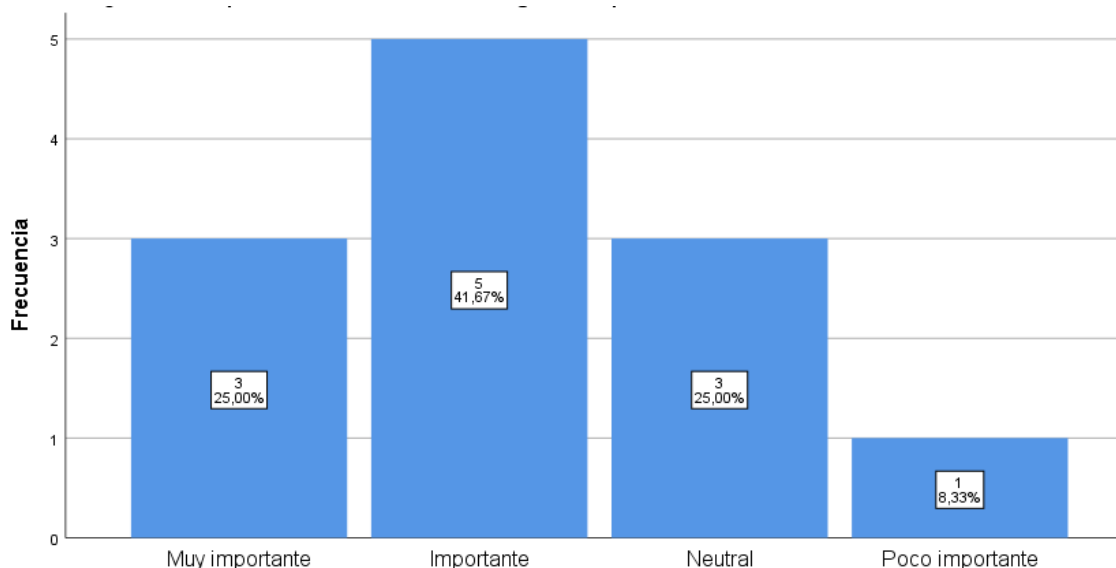
De la muestra de estudio, se determina que la feria con mayor participación durante el periodo 2018 – 2022 es la “SAC” contando con 8 menciones de la muestra, seguido por la feria “BIOFACH” y “World Coffe” teniendo cada una de ellas 5 menciones de la muestra. Asimismo, la feria internacional del café pudo 3 menciones. Por último, con 1 mención se encuentran las ferias “ANUGAS”, “SCAJ”, BioNod”, “Terra Madres”, “Natexpo”, “Coffe Festival, “Boston” y “Expoaliementaria”. Se señala, que la feria “SAC” es más popular para las empresas exportadoras de café en Villa Rica.

Dimensión 2: Inversión en publicidad ferial

- Gasto de Publicidad

Figura 15

1.7 Pregunta: *¿Qué tan importante considera usted el gasto de publicidad en las ferias internacionales?*

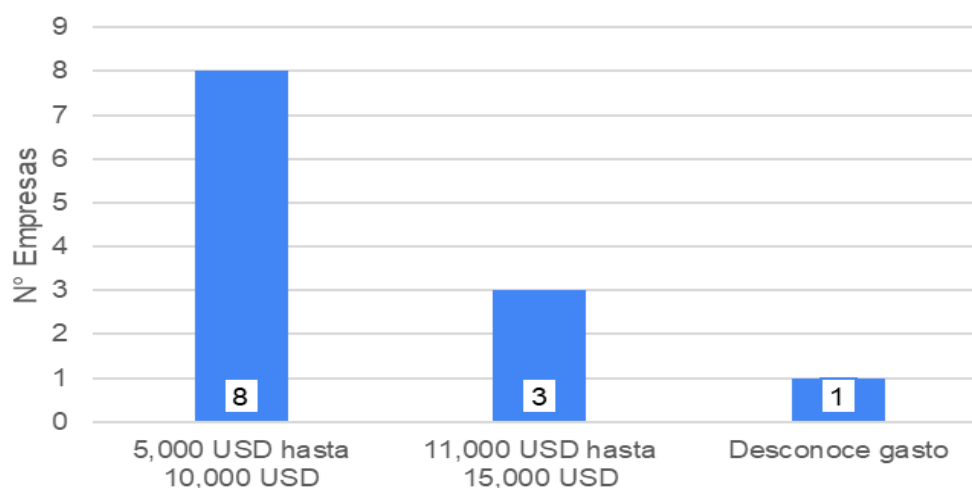


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

En relación con la muestra de estudio, el 41,67% (5) indicó que es “Importante” el gasto de publicidad en las ferias internacionales, asimismo, el 50 % (6) relaciona que está dentro de “Muy importante” y “Neutral”. Observándose así una inclinación a que la muestra de estudio considera importante y Muy importante el factor gasto de publicidad.

Figura 16

1.8 Pregunta: *¿A cuánto ascendió el gasto realizado en publicidad ferial?*

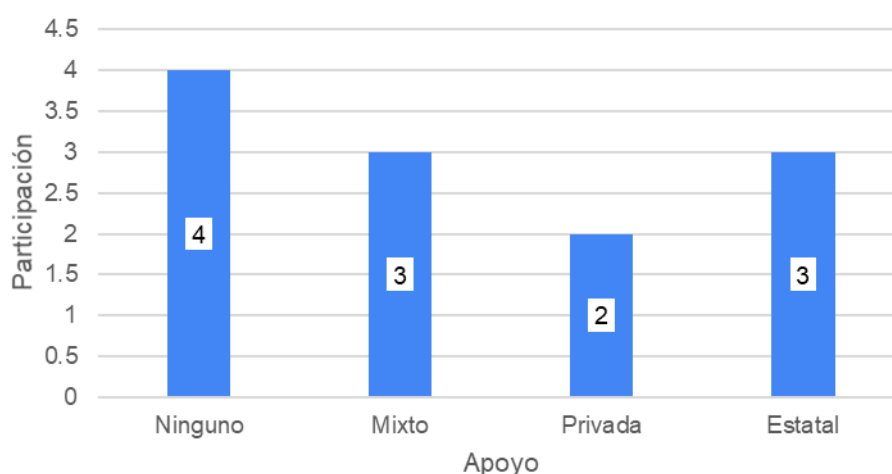


Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la muestra de estudio, el 66,64% (8) resalto que su gasto realizado en publicidad ferial fue alrededor de 5,000.00 USD hasta 10,000.00 USD, el 24,99% (3) indicó que su gasto se encuentra 11,000.00 hasta 15,000.00 USD y el 8.33% informo que desconoce el gasto. Por tal motivo, se ve una tendencia a que más del 50% de la muestra tiene un gasto entre 5,000.00 USD hasta 10,000.00 USD al asistir a cada feria internacional.

Figura 17

1.9 Pregunta: ¿A contado con algún apoyo para su participación en ferias internacionales?



Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

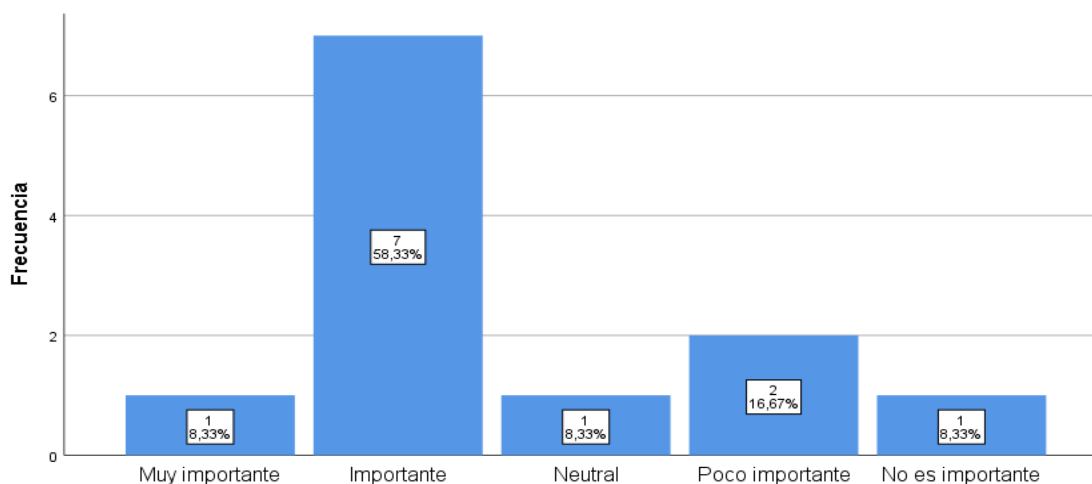
De la muestra de estudio, el 33,33 % (4) indicó que no tuvieron “Ningún” apoyo de parte del estado o empresas privadas para ir a ferias internacionales, el 25% (3) resaltó que tienen apoyo “Mixto”. Asimismo, el otro 25% (3) tiene apoyo por parte de instituciones del estado.

Dimensión 3: Valor Agregado

- Oferta Exportable.

Figura 18

1.10 Pregunta: ¿Considera importante contar con grandes volúmenes de producción para participar en ferias internacionales?



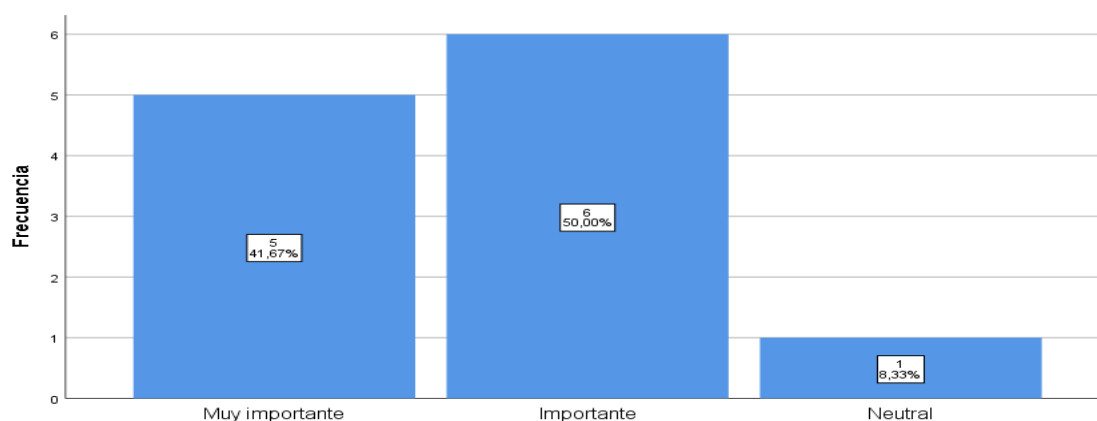
Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

En relación de la muestra, el 58,33% (7) señala que es importante contar con grandes volúmenes de producción para participar en ferias internacionales, el 16,67% (2) considera que es “Poco importante” tener volúmenes de producción de café y 8,33% (1) indicó que es “muy importante” contar con grandes volúmenes de producción.

- Cantidad de Certificado.

Figura 19

1.11 Pregunta: ¿Qué tan importante considera que es tener certificados de café?



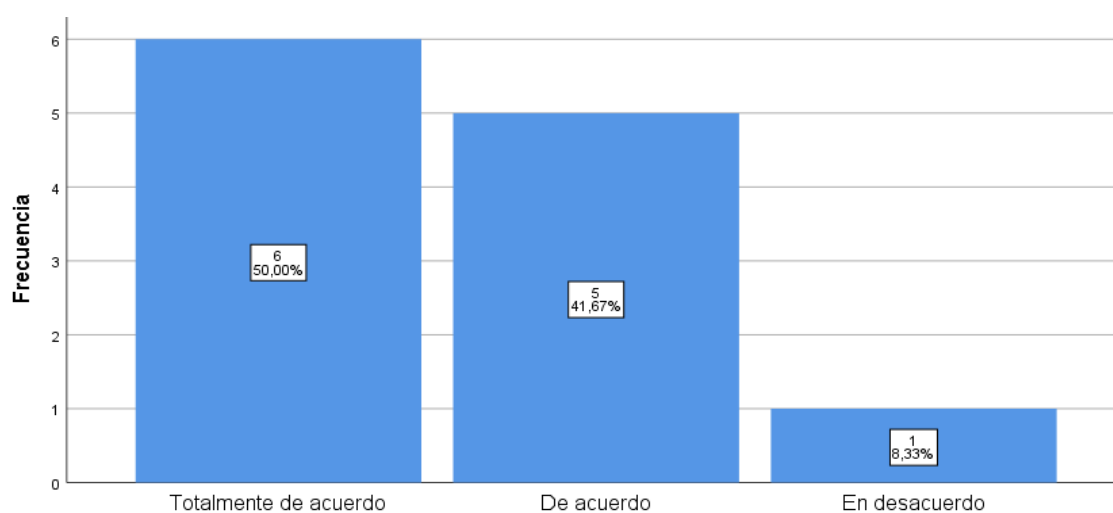
Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

Según la muestra de estudio, el 50% (6) considera que es muy “Importante” tener certificados de café para poder vender su producto en ferias internacionales, mientras que el 41,67% (5) indicó que es “Muy importante” tener certificados. En conclusión, más del 91% de la muestra indicó que es fundamental tener certificados.

- Posicionamiento.

Figura 20

1.12 Pregunta: *¿Está de acuerdo que las ferias internacionales son una herramienta de promoción internacional útil para su empresa?*

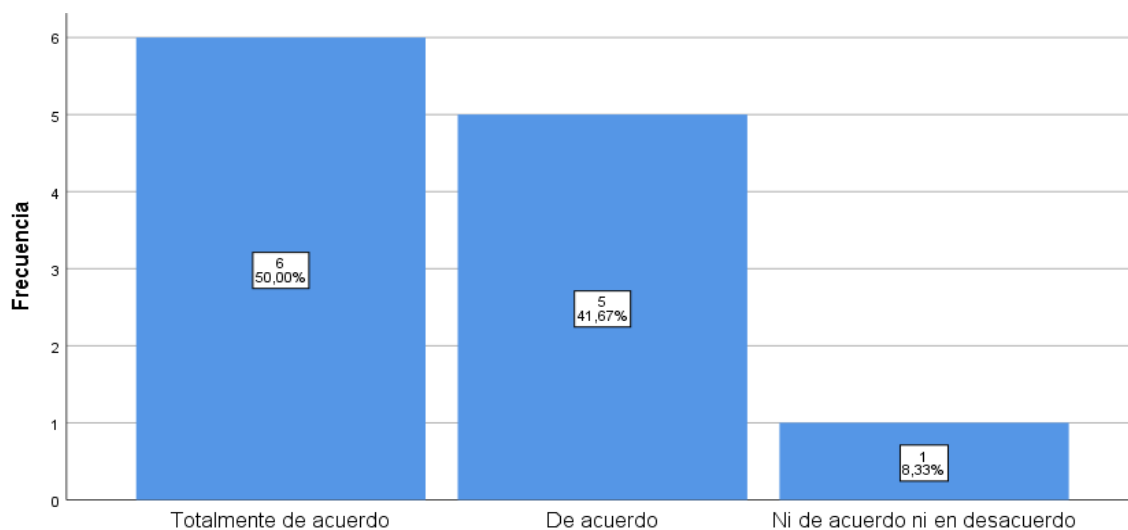


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

Según la tabla anterior, se observa que de la muestra el 50 % (6) se encuentra “Totalmente de acuerdo” que las ferias internacionales son una herramienta de promoción útil para las empresas. Por su parte, el 41 ,67% (5) de las encuestas indicaron que están “De acuerdo”. Mientras que un 8,33% (1) se sitúa en “En desacuerdo”.

Figura 21

1.13 Pregunta: ¿Está de acuerdo que participar en ferias internacionales es esencial para posicionarse internacionalmente?



Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

Según la muestra de estudio, el 50% (6) de las empresas consideran “Totalmente de acuerdo” que participar en ferias internacionales es esencial para posicionarse internacionalmente, mientras que el 41,67% (5) indicó que está “De acuerdo. En conclusión, más del 91% de la muestra indicó que las ferias internacionales ayudan a posicionarse internacionalmente.

4.3.2 Descripción de la variable dependiente

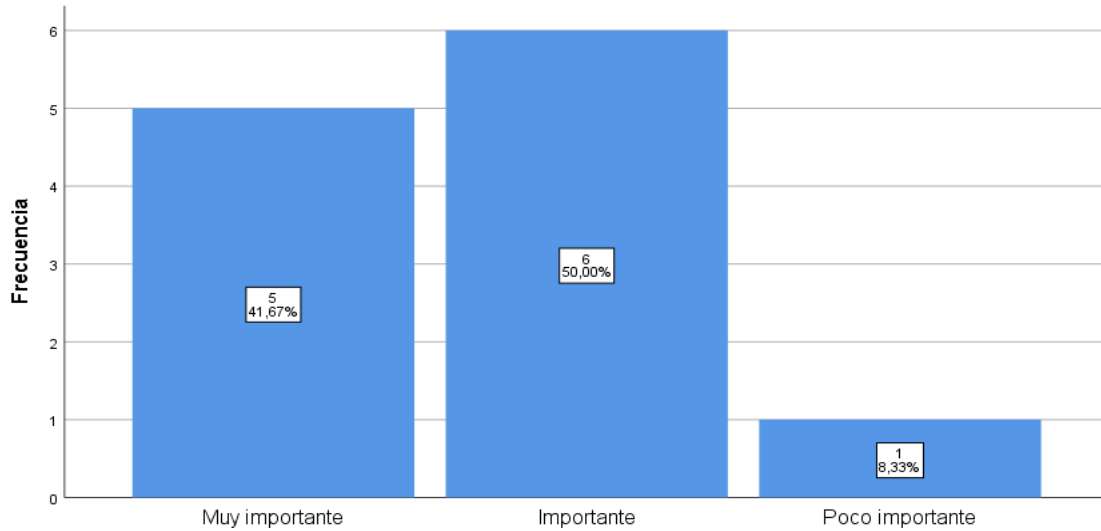
La variable dependiente, exportación de café se evaluó mediante las tres dimensiones de estudio aumento de las exportaciones, apertura de nuevos mercados de café y ampliación de clientes de las empresas cafetaleras participación de ferias, inversión en publicidad ferial y valor agregado.

Dimensión 1: Valor agregado

- Valor FOB.

Figura 22

2.1 Pregunta: *¿Considera que las ferias internacionales son importantes para el incremento de su valor FOB?*



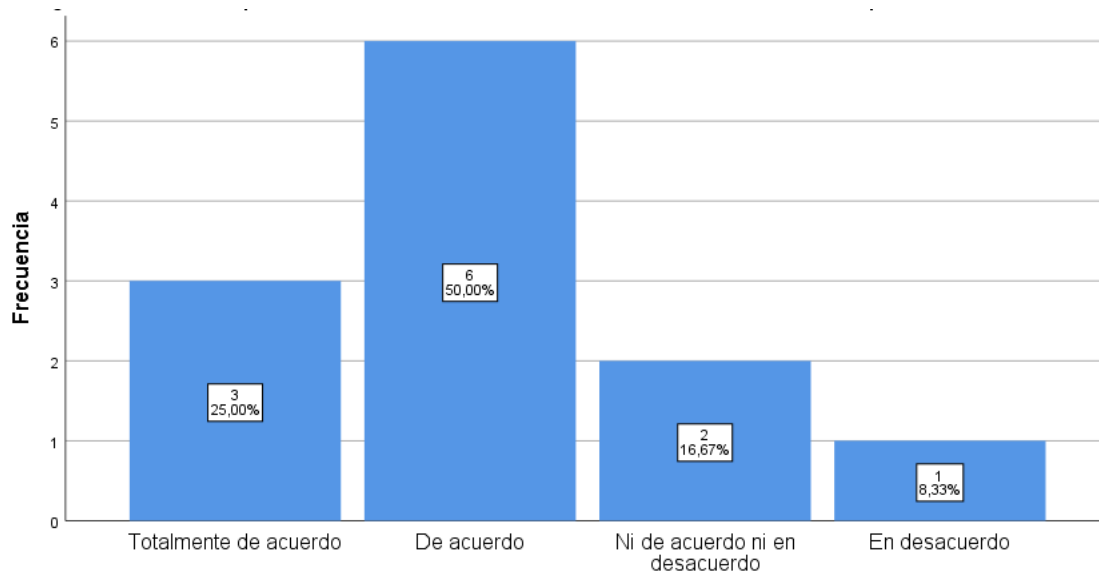
Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

En relación de la muestra de estudio, el 50 % (6) señala que es las ferias internacionales son “Importantes” para el incremento de su valor FOB, mientras que el 41,67 % (5) considera “Muy importante”. Concluyendo, que más del 91,67 % de la muestra determina que existe una relación significativa con las ferias internacionales y el valor FOB.

- Volumen de exportación.

Figura 23

2.2 Pregunta: *¿Está de acuerdo que las ferias internacionales incrementaron su volumen de exportación de café?*



Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

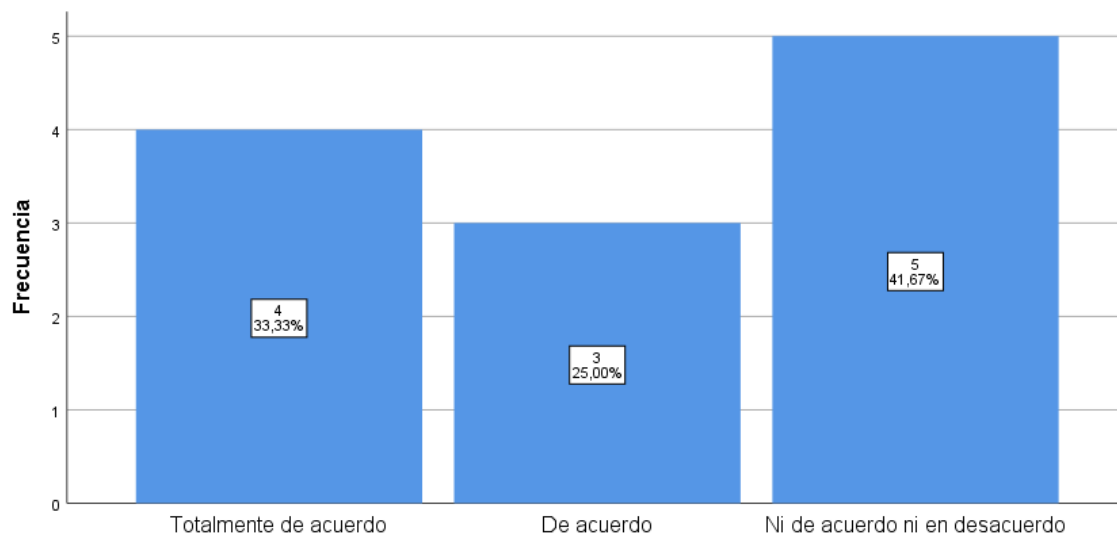
Según la tabla anterior, se observa que de la muestra el 50 % (6) se encuentra “De acuerdo” que las ferias internacionales incrementaron su volumen de exportación de café. Por su parte, el 25% (3) de los encuestados indicaron que están “Totalmente de acuerdo”. Mientras que un 16,67% (2) se sitúa en “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

Dimensión 2: Apertura de nuevos mercados de café.

- Numero de mercados nuevos.

Figura 24

2.3 Pregunta: ¿Está de acuerdo que el número de destinos a los que exporta su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?

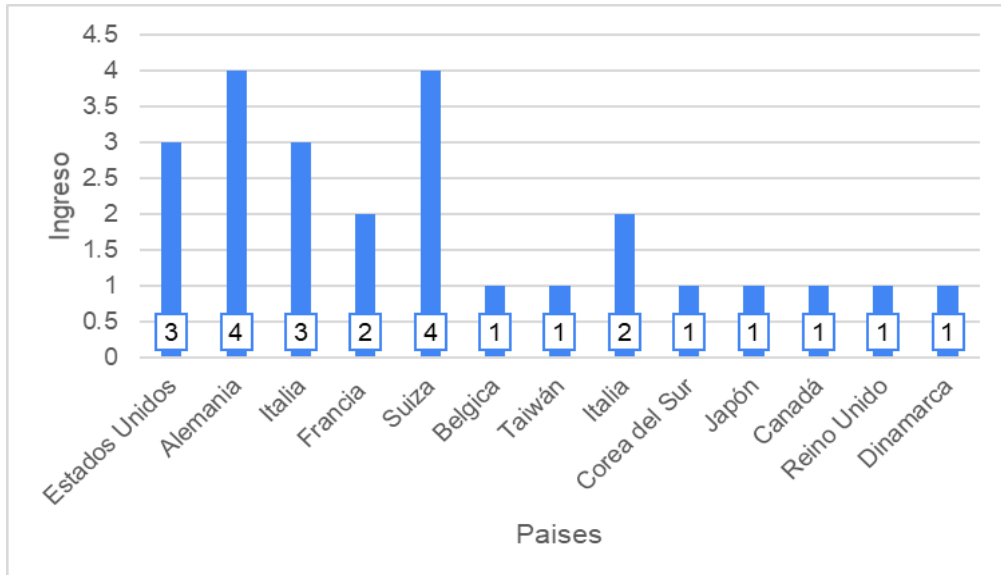


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

De la muestra de estudio el 41,67% (5) indicó que se encuentra “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que al participar en ferias internacionales aumento el número de destino de exportación. Por su parte, el 33,33% (4) esta “Totalmente de acuerdo” y el 25 % (3) se sitúan en “De acuerdo”.

Figura 25

2.4 Pregunta: ¿A qué nuevos mercados ingreso luego de participar en ferias internacionales?



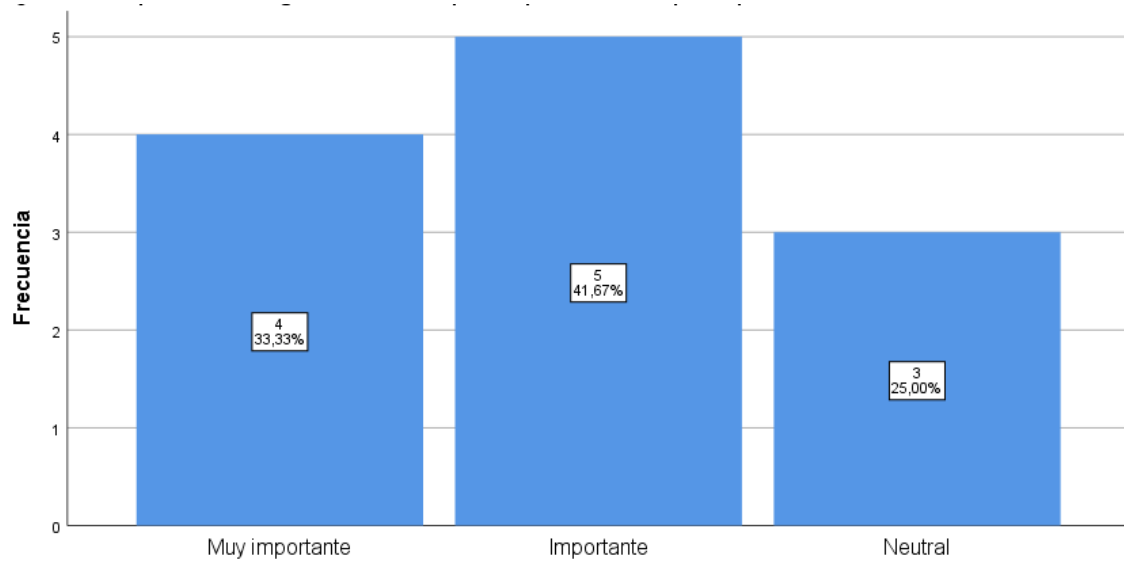
Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

Según la tabla anterior, se observa que, los mercados principales mercados que ingresaron luego de participar en ferias internacionales fueron con 4 menciones Alemania y Suiza, con 3 menciones Estados Unidos y Italia, seguido con 2 menciones Francia y Italia, finalmente, con una mención Bélgica, Taiwán, Corea del sur, Japón, Canadá, Reino Unido y Dinamarca.

- Países ingresados.

Figura 26

2.5 Pregunta: *¿Qué tan importante es ingresar a nuevos países posterior a su participación en las ferias internacionales?*



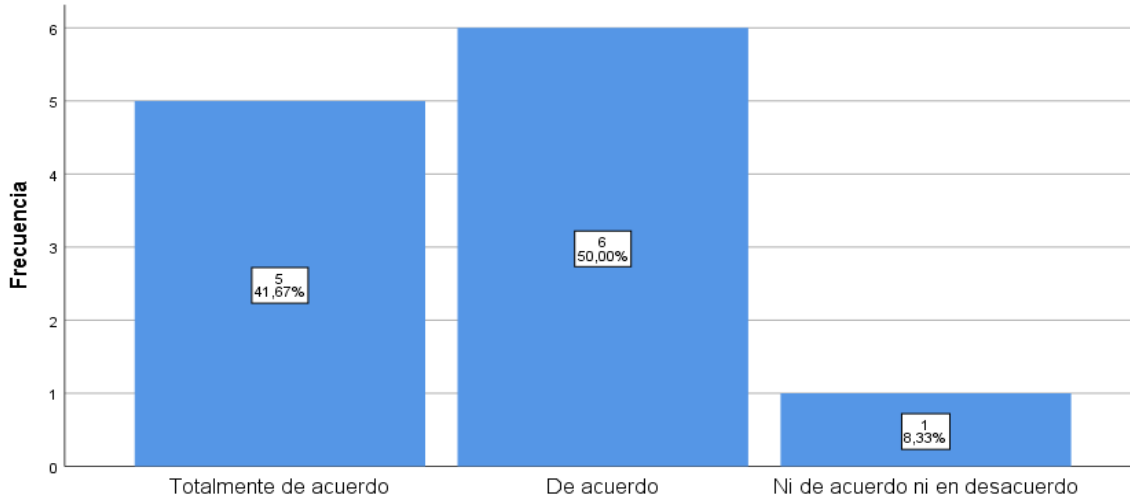
Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

En relación con la muestra de estudio, el 41,67% (5) indicó que es “Importante” participar en ferias internacionales para ingresar a nuevos países, asimismo, el 33,33 % (4) relaciona “Muy importante”. Observándose así una inclinación a que la muestra de estudio considera importante y muy importante el ingreso a nuevos países.

- Red de contacto

Figura 27

2.6 Pregunta: *¿Está de acuerdo que las ferias internacionales contribuyen en la consolidación de la red de contactos internacionales de su empresa?*



Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

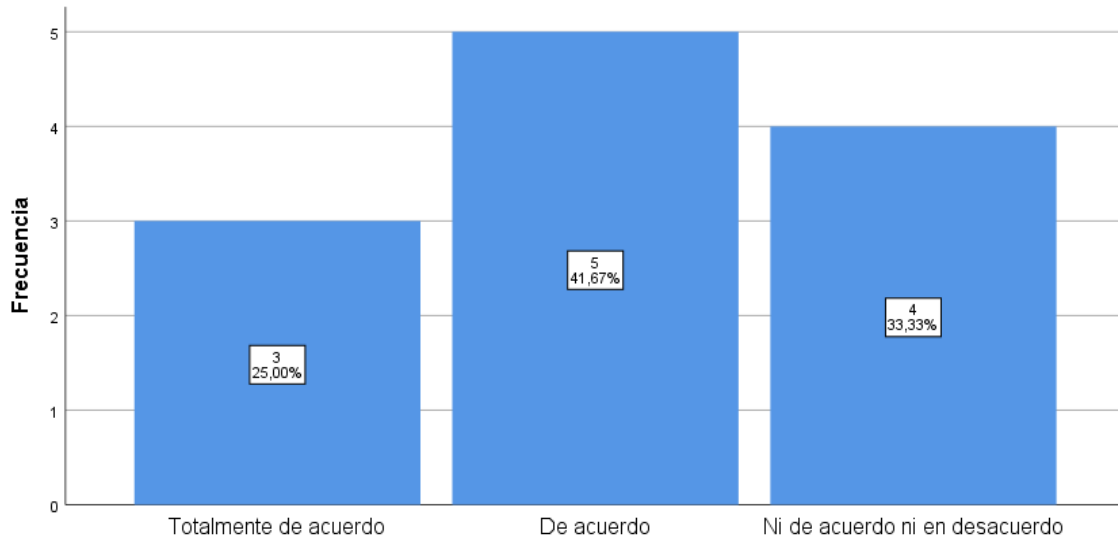
Según la tabla anterior, se observa que de la muestra el 50 % (6) se encuentra “De acuerdo” que las ferias internacionales contribuyen a la consolidación de la red de contacto. Por su parte, el 41,65% (5) de los encuestados indicaron que están “Totalmente de acuerdo”. Mientras que un 8,33% (1) se sitúa en “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

Dimensión 3: Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras

- Número de clientes nuevos

Figura 28

2.7 Pregunta: *¿Está de acuerdo que el número de clientes de su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?*

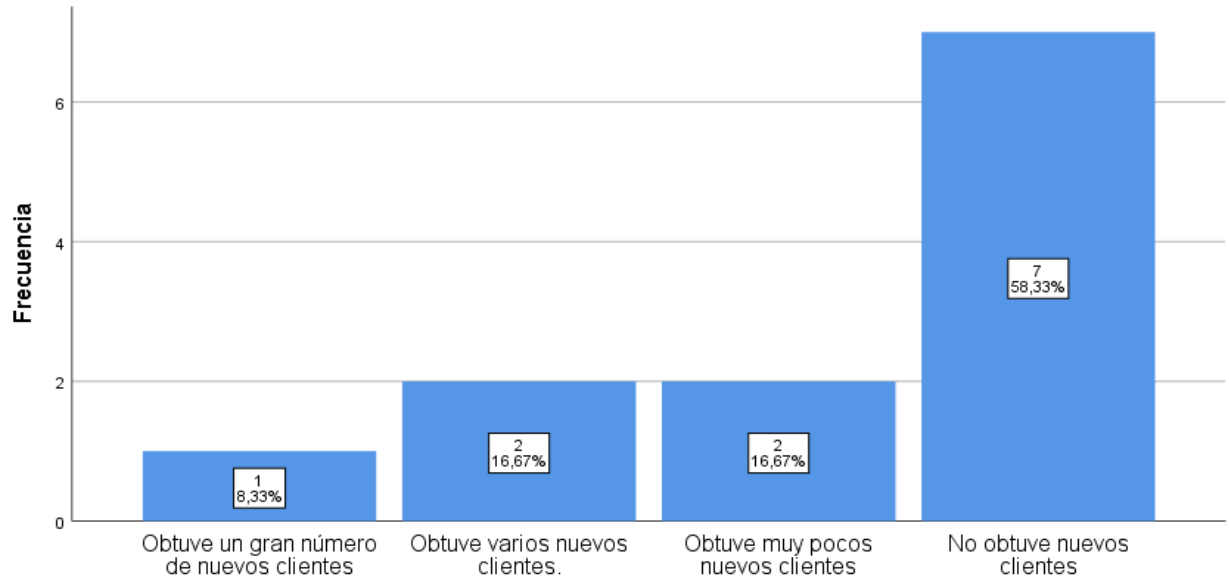


Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS.

En relación con la muestra de estudio, el 41,67% (5) indicó que está “De acuerdo” que luego de participar en ferias internacionales aumento el número de clientes, asimismo, el 33,33 % (4) relaciona “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Mientras que el 25% (3) se encuentra “Totalmente de acuerdo” a la afirmación.

Figura 29

2.8 Pregunta: ¿Cuántos clientes aumento luego de participar en ferias internacionales durante el año 2022?



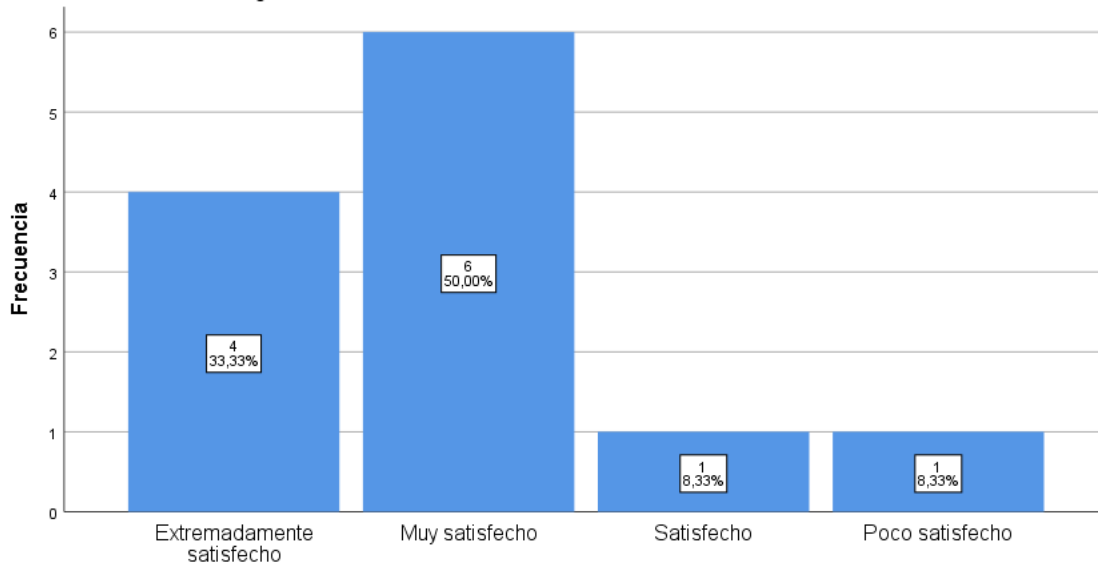
Nota: Elaboración propia obtenido de Excel.

De la muestra de estudio el 58,33% (7) “No obtuvo nuevos clientes” en un rango de 0-2 clientes luego de participar en ferias internacionales. Por su parte, el 16,67% (2) en un rango de 3 – 4 clientes “Obtuvo muy pocos nuevos clientes” y el 16,67 % (2) en un rango de 5 – 6 clientes “Obtuvo varios nuevos clientes”. Por último, el 8,33 % (1) en un rango de 7 – 8 “Obtuvo un gran número de nuevos clientes”.

- Número de clientes en negociación nuevos.

Figura 30

2.9 Pregunta: *¿Qué tan satisfecho está con tener clientes nuevos en negociación?*



Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De la muestra de estudio se determina que el 50% (6) se encuentra “Muy satisfecho” con tener nuevos clientes en negociación, seguido de 33,33% (4) “Extremadamente satisfecho” y el 8,33% (2) indicó un nivel de “Satisfecho” y “Poco satisfecho”. De modo, de que se puede deducir que la gran mayoría de los encuestados están contentos con tener nuevos clientes en negociación.

4.3 Contratación de hipótesis

4.3.1 Pruebas de normalidad

A continuación, se ha calculado las pruebas de normalidad tanto para la variable ferias internacionales y exportación de café, así como sus dimensiones de la variable dependiente.

Tabla 7*Tabla de normalidad*

Shapiro-Wilk				
	Estadístico		gl	Sig.
Ferias Internacionales	0.910		12	0.212
Exportación de café	0.946		12	0.578
Aumento de las exportaciones de café	0.866		12	0.058
Apertura de nuevos mercados de café	0.918		12	0.273
Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras	0.919		12	0.749

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Dado que, el valor Sig. de todas las variables que fueron sometidas a la prueba de normalidad fueron mayor a 0.05 se deduce que todas tienen una distribución normal de acuerdo a la prueba de Shapiro-Wilk, el cual se aplica cuando se tiene una muestra menos de 50 unidades muestrales.

4.3.2 Análisis de correlación y modelo de regresión lineal

Objetivo específico 1:

Determinar la influencia de las ferias internacionales en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022

Hipótesis específica 1

H1: Las ferias internacionales influyeron positivamente en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022.

H0: Las ferias internacionales no influyeron positivamente en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022.

Regla de decisión

- Si $P_{valor} < 0.05$, entonces se rechaza la Hipótesis Nula
- Si $P_{valor} > 0.05$, entonces se acepta la Hipótesis Nula

Tabla 8

Correlación Ferias internacionales y Aumento de las exportaciones de café

		Aumento de las exportaciones de café
	Correlación de Pearson	0,768**
Ferias Internacionales	Sig. (bilateral)	0.004
	N	12

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De la tabla anterior, el resultado de la prueba de hipótesis de correlación de Pearson resulto ser estadísticamente significativo con un a valor 0,768 ($0.004 < 0.05$). Deduciendo así que las ferias internacionales tienen una alta correlación positiva con el aumento de exportaciones.

Tabla 9

Resumen de modelo de regresión lineal aplicado

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,768 ^a	0,589	0,548	3,57373

a. Predictores: (Constante), aumento de las exportaciones de café

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De acuerdo con la tabla anterior, se tiene al R cuadrado ajustado en valor 0,548, por lo que las ferias internacionales, en esta investigación, está explicando el 54.8% de la dimensión aumento de las exportaciones de café.

Tabla 10

Prueba de ANOVA

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	183,201	1	183,201	14,344	0,004 ^b
	Residuo	127,716	10	12,772		
	Total	310,917	11			

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

b. Predictores: (Constante), Aumento de las exportaciones de café

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Con relación a la prueba de ANOVA, se tiene que la significancia fue de 0,004 por lo que la participación en las ferias internacionales está prediciendo de manera significativa de la dimensión aumento de las exportaciones de café, por lo que los resultados pueden ser válidamente aplicados.

Tabla 11

Coefficientes

Coefficientes						
Modelo		Coefficientes no estandarizados		Coefficientes estandarizados		
		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	9,363	2,644		3,541	0,005
	Aumento de las exportaciones de café	2,405	0,635	0,768	3,787	0,004

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Con respecto a la tabla de coeficientes, el nivel de significancia fue de 0,004 por lo que el modelo predice de forma significativa la participación de ferias internacionales. Asimismo, la “t” fue de 3,787 un y el Beta de 2,405, lo que revela que por cada unidad de participación en ferias internacionales se tienen 2,405 unidades de aumento de exportación de café, donde al ser positivo se entiende que entre más participación de las ferias internacionales se aumentara el volumen de exportación de café.

Objetivo específico 2:

Determinar la influencia de las ferias internacionales en la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022.

Hipótesis específica 2

H1: Las ferias internacionales influyeron positivamente en la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022.

H0: Las ferias internacionales no influyeron positivamente la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022.

Regla de decisión

- Si $P\text{valor} < 0.05$, entonces se rechaza la Hipótesis Nula
- Si $P\text{valor} > 0.05$, entonces se acepta la Hipótesis Nula

Tabla 12

Correlación Ferias internacionales y Apertura de nuevos mercados de café

		Apertura de nuevos mercados de café
Ferias Internacionales	Correlación de Pearson	0,678*
	Sig. (bilateral)	0.015
	N	12

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De la tabla 9, en la evaluación de la correlación de las variables con la prueba de hipótesis de correlación de Pearson resulto ser estadísticamente significativo con un a

valor 0,678 ($0.004 < 0.05$). Concluyendo, que las ferias internacionales tienen una alta correlación positiva con la apertura de nuevos mercados de café, es decir, que a mayores ferias internacionales se ve incrementado el número de mercados.

Tabla 13

Resumen de modelo de regresión lineal aplicado

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,678 ^a	0,460	0,406	4,09847

a. Predictores: (Constante), apertura de nuevos mercados de café

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De acuerdo con la tabla anterior, se tiene al R cuadrado ajustado en valor 0, 406. Por lo que las ferias internacionales, en esta investigación, está explicando el 40.6% de la dimensión apertura de nuevos mercados de café.

Tabla 14

Prueba de ANOVA

ANOVA^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	142,942	1	142,942	8,510	0,015 ^b
	Residuo	167,974	10	16,797		
	Total	310,917	11			

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

b. Predictores: (Constante), apertura de nuevos mercados de café

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Con relación a la prueba de ANOVA, se tiene que la significancia fue de 0,015 por lo que la participación en las ferias internacionales está prediciendo de manera

significativa de la dimensión apertura de nuevos mercados de café, por lo que los resultados pueden ser válidamente aplicados.

Tabla 15

Coefficientes

		Coefficientes				
		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados		
Modelo		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	6,730	4,232		1,590	0,143
	Apertura de nuevos mercados de café	2,092	0,717	0,678	2,917	0,015

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

Nota: Elaboración propia obtenido del SPPS

Con respecto a la tabla de coeficientes, el nivel de significancia fue de 0,015 por lo que el modelo predice de forma significativa la participación de ferias internacionales. Asimismo, la “t” fue de 2,917 un y el Beta de 2,092, lo que revela que por cada unidad de participación en ferias internacionales se tienen 2,092 unidades de apertura de nuevos mercados de café, donde al ser positivo se entiende que entre más participación de las ferias internacionales se aumentara la apertura de nuevos mercados de café.

Objetivo específico 3:

Determinar la influenciade las ferias internacionales en la ampliación de cartera de clientes de las empresascafetalaras en Villa Rica en el 2022.

Hipótesis específica 3

H1: Las ferias internacionales influyeron positivamente en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en el 2022.

H0: Las ferias internacionales no influyeron positivamente en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en el 2022.

Regla de decisión

- Si Pvalor < 0.05, entonces se rechaza la Hipótesis Nula
- Si Pvalor > 0.05, entonces se acepta la Hipótesis Nula

Tabla 16

Correlación Ferias internacionales y ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras

Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras		
	Correlación de Pearson	0,659*
Ferias Internacionales	Sig. (bilateral)	0.020
	N	12

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De la tabla anterior, en la evaluación de la correlación de las variables con la prueba de hipótesis de correlación de Pearson resulto ser estadísticamente significativo con un a valor 0,659 ($0.004 < 0.05$). Se validó que el resultado, que las ferias internacionales tienen una alta correlación positiva con la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras.

Tabla 17

Resumen de modelo de regresión lineal aplicado

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,659 ^a	0,435	0,378	4,19196

a. Predictores: (Constante), Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De acuerdo con la tabla anterior, se tiene al R cuadrado ajustado en valor 0,378. Por lo que, las ferias internacionales, en esta investigación, está explicando el 37.8% de la dimensión ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras.

Tabla 18

Prueba de ANOVA

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	135,191	1	135,191	7,693	0,020 ^b
	Residuo	175,725	10	17,573		
	Total	310,917	11			

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

b. Predictores: (Constante), ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Con relación a la prueba de ANOVA, se tiene que la significancia fue de 0,020 por lo que la participación en las ferias internacionales está prediciendo de manera significativa de la dimensión ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras, por lo que los resultados pueden ser válidamente aplicados.

Tabla 19

Coefficientes

Coefficientes						
Modelo		Coefficientes no estandarizados		Coefficientes estandarizados		
		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	4,214	5,320		0,792	0,447
	Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras	1,760	0,634	0,659	2,774	0,020

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Con respecto a la tabla de coeficientes, el nivel de significancia fue de 0,020 por lo que el modelo predice de forma significativa la participación de ferias internacionales. Asimismo, la “t” fue de 2,774 un y el Beta de 1,760, lo que revela que por cada unidad de participación en ferias internacionales se tienen 1,760 unidades de ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras, donde al ser positivo se entiende que entre más participación de las ferias internacionales se aumentara la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras.

Objetivo general

Determinar la influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

Hipótesis general

H1: Las ferias internacionales influyeron positivamente en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

H0: Las ferias internacionales no influyeron positivamente en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

Regla de decisión

- Si Pvalor < 0.05, entonces se rechaza la Hipótesis Nula
- Si Pvalor > 0.05, entonces se acepta la Hipótesis Nula

Tabla 20

Correlación Ferias internacionales y Exportación de café

		Exportación de café
	Correlación de Pearson	0,758**
Ferias Internacionales	Sig. (bilateral)	0.004
	N	12

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Finalmente, de la tabla anterior el resultado de la prueba de hipótesis de correlación de Pearson resulto ser estadísticamente significativo con un a valor 0,758 ($0.004 < 0.05$). Deduciendo así, que las ferias internacionales tienen alta correlación positiva con la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

Tabla 21

Resumen de modelo de regresión lineal aplicado

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,758a	0,575	0,532	3,63520

a. Predictores: (Constante), Exportación de café

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

De acuerdo con la tabla anterior, se tiene al R cuadrado ajustado en valor 0,532. Por lo que, las ferias internacionales, en esta investigación, está explicando el 53.2% de la variable exportación de café.

Tabla 22

Prueba de ANOVA

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	178,770	1	178,770	13,528	0,004 ^b
	Residuo	132,147	10	13,215		
	Total	310,917	11			

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

b. Predictores: (Constante), Exportación de café

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Con relación a la prueba de ANOVA, se tiene que la significancia fue de 0,004 por lo que la participación en las ferias internacionales está prediciendo de manera

significativa de la variable exportación de café, por lo que los resultados pueden ser válidamente aplicados.

Tabla 23

Coefficientes

Coefficientes^a						
Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados		
		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	5,915	3,601		1,643	0,131
	Exportación de café	1,938	0,255	0,758	3,678	0,004

a. Variable dependiente: Ferias Internacionales

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Con respecto a la tabla de coeficientes, el nivel de significancia fue de 0,004 por lo que el modelo predice de forma significativa la participación de ferias internacionales. Asimismo, la “t” fue de 3,678 un y el Beta de 1,938, lo que revela que por cada unidad de participación en ferias internacionales se tienen 1,938 unidades aumento de exportación de café, donde al ser positivo se entiende que entre más participación de las ferias internacionales se aumentara la exportación de café de la localidad de Villa Rica.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación muestran que existe una correlación directa y positiva entre las ferias internacionales y las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022; con una muestra no probabilístico de 12 empresas y cooperativas que exporten y produzcan café en el distrito de Villa Rica, los resultados que se obtuvieron se lograron gracias al trabajo de campo que se dio a través de encuestas. Finalmente, la discusión de los resultados será explicado en títulos las hipótesis específicas y la hipótesis general formulada en la investigación.

5.1 Discusión hipótesis general

Hipótesis: Las ferias internacionales influyeron positivamente en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.

Según los resultados obtenidos, se puede corroborar que las ferias internacionales y la exportación de café presenta una correlación significativa fuerte, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis planteada, ya que tiene una distribución normal. Según los datos alcanzados de la hipótesis general, la investigación realizada por (Arevalo & Latour, 2021) menciona que el objetivo principal es “Analizar la participación de las empresas en ferias internacionales y su influencia positiva en la exportación de jengibre de la Región Junín periodo 2016 – 2020”. Respecto a nuestra de 70 empresas con un enfoque cuantitativo, se concluyó que efectivamente, si existe una relación lineal entre la variable independiente y dependiente: participación en ferias internacionales y exportación de jengibre, esto debido a que el coeficiente de correlación Spearman se muestra una influencia positiva media ($\rho = 0,405$). Asimismo, al R cuadrado ajustado en valor 0,532 por lo que, la variable exportaciones de café tiene un impacto de 53.2% de

la participación de ferias internacionales. Por lo que se refiere que, (Cordero, 2017) en su investigación quien estudio las ferias internacionales y la percepción de las empresas participantes de PROECUADOR, se identificó que la feria internacional han sido un espacio de enfoque en cuanto a la promoción de exportaciones en el 2016, facilitan ando el acercamiento a los mercados internacionales. Esto respalda a las variables a que si existe una correlación con las dos variables de estudio.

5.2 Discusión de las hipótesis específicas

Hipótesis I: Las ferias internacionales influyeron positivamente en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede confirmar que las ferias internacionales y el aumento de exportación presenta una correlación significativa fuerte, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis planteada, ya que tiene una distribución normal, lo que permite deducir que a mayor participación de ferias internacionales será mayor el aumento de exportación de café en Villa Rica. Asimismo, el R cuadrado ajustado en valor 0,548 por lo que, la dimensión aumento de las exportaciones de café tiene un impacto de 54.8% de la participación de ferias internacionales.

Estos resultados concuerdan con lo que sostiene (Castillo & Cisneros, 2023) en su investigación la participación de las Pymes exportadoras de café en el programa “Sierra y Selva exportadoras” se relación con la exportación del periodo 2019-202, se obtuvo ($\rho = 0,834$) indicando una correlación positiva buena entre ambas variables. Lo cual, demuestra que hay una relación con nuestra hipótesis ya que, las participaciones de ferias internacionales a través de programas son efectivas para promover las actividades de exportación, trayendo consigo un aumento en sus ingresos por exportaciones,

fortalecimiento de clientes, el aumento de la canasta familiar para los socios y adquisición de nuevos conocimientos en la producción de café y la comercialización.

Hipótesis II: Las ferias internacionales influyeron positivamente en la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022.

Acorde a los resultados obtenidos, se asegura que las ferias internacionales y la variable apertura de nuevos mercados presentan una correlación significativa moderada, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis planteada. De modo que, se puede concluir que ha mayor frecuencia en participación en ferias internacionales se lograra tener una apertura a nuevos mercados internacionales. Asimismo, el R cuadrado ajustado en valor 0,378 por lo que, la dimensión apertura de nuevos mercados tiene un impacto de 37.8% de la participación de ferias internacionales.

En referencia a estas variables de estudio, la investigación (Hernández & Favila, 2019) menciona que el objetivo es “Analizar que la mercadotecnia favorece la competitividad internacional del café mexicano”. Respecto a estudios hecho por diferentes autores de literaturas el investigador determinar que la opción para mejor la competitividad y ampliación de ventas de café es incluir un plan estratégico a través de la participar de ferias e incorporar el uso de tecnología de esta manera el impacto será en posicionarse y mantenerse en nuevos mercados internacionales. Asimismo, el autor concluyo que, entre todos los casos de estudio, las ferias internacionales son útiles para la internacionalización y que son un excelente escenario para la apertura de nuevos mercados. Esto demuestra y respalda que las dos variables tienen una correlación positiva.

Hipótesis III: Las ferias internacionales influyeron positivamente en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en el 2022.

Finalmente, con los datos obtenidos, se puede validar que las ferias internacionales y la ampliación de cartera de clientes presentan una correlación significativa moderada, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis planteada. De manera que, se puede deducir que ha mayor frecuencia en participación en ferias internacionales se tendrá un incremento de cartera de clientes. Asimismo, el R cuadrado ajustado en valor 0,406 por lo que, la dimensión ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras tiene un impacto de 40.6% de la participación de ferias internacionales.

En relación con este tema, la investigación realizada por (Arbulú & Coayla, 2019) menciona que uno de sus objetivos específicos fue las pyme pueden percibir resultados en la primera asistencia a una feria comercial”, con una muestra del 40 empresas de prendas y complementos de vestir de punto para bebés, se determina que el 34,29% de su muestra de estudio considera que la principal ventaja luego de participar en ferias internacionales es obtener clientes potenciales. Por otro lado, el 59.5% de la muestra de estudio está convencido que logro capturar nuevos clientes debido a su participación en la feria. En ese sentido, se puede deducir y respaldar la investigación que las ferias internacionales influyen positivamente en la ampliación de cartera de clientes.

CONCLUSIONES

- Se concluye que las ferias internacionales influyeron significativamente en la exportación de café en Villa Rica en el 2022, esto debido a que hay una correlación positiva fuerte de carácter directo “ r ” = 0,758. Además, de acuerdo con el modelo de regresión lineal, el R cuadrado ajustado fue de valor 0,532 por lo que, las exportaciones de café tienen un impacto moderado de un 53.2% de la participación de ferias internacionales de las empresas y cooperativas exportadoras de café de Villa Rica. La participación de ferias internacionales se ha demostrado que a través de estudios y casos que son una herramienta para ingresar a mercados internacionales, a la vez, poder promocionar la marca de las compañías y el producto, brindando resultados económicamente positivos para las empresas.
- En conclusión, las ferias internacionales influyeron positivamente en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022, dado que hay una relación positiva alta de carácter directo “ r ” = 0,768. También, que el modelo de regresión lineal mostró que el R cuadrado ajustado fue de valor 0,548 por lo que, el aumento de las exportaciones de café tiene un impacto de 54.8% de la participación de ferias internacionales. A través de la encuesta realizada se demuestra que el 50% de las empresas de la localidad de Villa Rica, luego de participar en ferias internacionales, tiene un aumento significativo de volumen de exportación de café, por ende, un incremento en el valor FOB.
- Siguiendo los resultados del presente estudio de investigación, se concluye que las ferias internacionales incluyeron positivamente en la apertura de nuevos

mercados de café en Villa Rica en el 2022, teniendo una correlación positiva de carácter directo “ r ” = 0,678. Además, el modelo de regresión señaló que el R cuadrado ajustado fue de un valor 0,378 por lo que, la apertura de nuevos mercados tiene un impacto de 37.8% de la participación de ferias internacionales. Al poder participar en ferias internacionales directamente, los clientes están observando tu marca como empresa y el producto, estableciendo lazos comerciales e ingresando a nuevos mercados. Asimismo, el estudio indicó que los principales mercados a los que ingresaron las empresas y cooperativas de la localidad de Villa Rica fueron a Estados Unidos, Italia y Alemania.

- Además, se concluye que las ferias internacionales influyen significativamente en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en el 2022. Para poder competir en el mercado internacional de café es necesario estar en contacto con la nueva demanda y ofertas. Al participar en ferias internacionales, conoces los niveles de las exigencias de los clientes y clientes potenciales. A través de la investigación se demuestra que luego de participar en ferias, el 58% de las empresas de la localidad de Villa Rica tienen relación en 1 a 2 clientes, es por ello que hay relación positiva media de carácter directo “ r ”= 0,659. Asimismo, el modelo de regresión lineal mostró que el valor R cuadrado ajustado en valor 0,406 por lo que, la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras tiene un impacto de 40.6% de la participación de ferias internacionales.
- Por último, se concluye que los resultados obtenidos en la investigación están alineados con los antecedentes nacionales e internacionales, ya que existen

relaciones entre las 4 variables dependientes. Asimismo, la encuesta realizada a las empresas productoras y exportadoras de café de Villa Rica indicó que participar en ferias internacionales es un gran esfuerzo que se debe tener en cuenta la capacidad exportable, los gastos de ferias, las certificaciones, la competencia y la calidad del producto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que, a medida que más empresas quieren exportar su producto, puedan empezar participando en ferias internacionales. Para ello, se debe tener en cuenta un plan de inversión y estar involucradas con los temas comerciales, conocer el término de contrato, los inconterms y no enfocarse únicamente en la venta del producto, sino que aprovechar el espacio para aprender las nuevas tendencias, las competencias internacionales y las buenas prácticas.
- Las empresas productoras y exportadoras de café en la localidad de Villa Rica deben considerar más a menudo la participación de ferias internacionales de café como, por ejemplo, la feria SCA, BIOFACH, World of coffee y Expo alimentarias que son donde más clientes potenciales se encuentran.
- El Estado peruano debe invertir en el sector cafetalero de la localidad de Villa Rica y apoyar a las pequeñas empresas y cooperativas que se proyectan a exportar café de calidad, mediante la institución Sierra y Selva exportadora, brindándoles capacitaciones e innovación con las nuevas tendencias y demandas del mercado internacional.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aguirre, H. (28 de Agosto de 2017). Día del Café peruano: conoce cómo se cultiva y procesa el café de alta calidad. *Andina Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-dia-del-cafe-peruano-conoce-como-se-cultiva-y-procesa-cafe-alta-calidad-811699.aspx>
- ANUGA. (2023). *The n°1 in food & Beverages*. ANUGA. Obtenido de <https://www.anuga.com/>
- Arbulú, C., & Coayla, D. (2019). *Las Ferias Comerciales y su influencia en el crecimiento de las exportaciones de las Pymes en prendas de vestir de punto, para bebés, en algodón*. Lima: UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/627652/Arbul%C3%BAA_C.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Arevalo, M., & Latour, A. (2021). *La participación de las empresas en ferias internacionales y su influencia positiva en la exportación de jengibre de la Región Junín periodo 2016 – 2020*. Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, Lima. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657832/Arevalo_VM.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Betetta, A. (2021). *Cómo participar en ferias internacionales de turismo*. Lima: PROMPERÚ. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/publicaciones/2078/Participaci%C3%B3n%20exitosa%20en%20ferias%20de%20turismo.pdf>

- BIOFACH. (2023). *BIOFACH WORLD*. BIOFACH. Obtenido de <https://www.biofach.de/en/all-about-the-exhibition/biofach-world>
- Borja, R. (2021). *Merchandising: Teoría, práctica y estrategia*. Madrid: ESIC editorial. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tdkZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA417&dq=merchandising+que+es+&ots=a1SmDiAP-G&sig=jS6Qdsx0FBO9C-TvKUqKmwrGcrc#v=onepage&q=merchandising%20que%20es&f=false>
- Cámara Café y Cacao. (2022). *Expocafé Perú 2022: El evento cafetalero más importante del país cerró con récord de ventas en feria, récord de negociaciones comerciales, y récord de asistencia*. Cámara Café y Cacao. Obtenido de <https://camcafeperu.com.pe/ES/articulo.php?id=174>
- Carpio, A., & Villachica, E. (2021). *Estrategias de Marketing en el potencial exportador de los productores de café de Villa Rica, 2021*. Lima: Universidad Tecnología del Perú. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5748/A.Carpio_E.Villachica_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, G., & Cisneros, Y. (2023). *La participación del programa “Sierra y Selva Exportadora” y la relación con el desempeño exportador de las PYMES del sector cafetero de la Región Selva entre el periodo 2019-2021*. Lima: UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667975/Castillo_TG.pdf?sequence=5&isAllowed=y

- Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. (2013). *Control de calidad del café. Manual técnico*. Lima: Desco. Obtenido de https://www.desco.org.pe/recursos/site/files/1019/calidadcafe_VF.pdf
- Copyright Specialty Coffee Association. (2023). *World Of Coffe*. Obtenido de World Of Coffe Copenhagen: <https://www.worldofcoffee.org/press-resources>
- Cordero, C. (2017). *Ferias Internacionales y la percepción de las empresas participantes*. Santiago: Universidad de Chile. Obtenido de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/147254/Ferias_Internacionales_y_la_percepci%C3%B3n_de_las_empresas_participantes.pdf?sequence=1
- Curiel, J. (2015). *Turismo gastronómico y enológico*. España: Dykinson. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Turismo_gastron%C3%B3mico_y_enol%C3%B3gico/TGNfBwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Dilas, J., Diaz, J., Torres, J., Mendoza, J., & Tamayo, C. (2021). Producción, precios y dinámica de las exportaciones del café peruano. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica Llamkasun*, 2, 99-109.
doi:<https://doi.org/10.47797/llamkasun.v2i4.66>
- Expoalimentaria. (2023). *Expoalimentaria 2023*. Lima: ADEX. Obtenido de <https://expoalimentariaperu.com/>
- FICAFÉ. (s.f.). *FICAFÉ Ayacucho-VRAEM 2022*. Obtenido de <https://ficafe.com.pe/>
- Hernández, A., & Favila, A. (2019). La mercadotecnia en la competitividad internacional del café mexicano: revisión de literatura. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 8(22), 1-18. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6997136>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill.

- International Trade Centre. (2022). *Lista de los exportadores para el producto seleccionado. Producto: 0901 Café*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c15%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c3%7c1%7c1%7c1
- Junta Nacional de Café. (2022). *Café: Exportaciones por empresa enero/diciembre 2022*. Junta Nacional de Café. Obtenido de <https://juntadelcafe.org.pe/wp-content/uploads/2023/02/Exportacion-de-Cafe-Enero-Diciembre-2022-Por-Empresa.pdf>
- López, E., Dudkin, T., Moral, R., Simon, A., & Millet, C. (2019). *Todo sobre el Café*. Barcelona: Integral.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Análisis integral de la logística en el Perú 5 cadena de exportación producto café*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/P_Cafe.pdf
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2023). *Observatorio de Commodities Café*. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. Obtenido de https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/1406/1/Observatorio%20Commodities%20Caf%C3%A9_%20jul-set%202022.pdf
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2023). *Perfil Productivo y Competitivo de principales cultivos del sector*. Obtenido de <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNzEzNTU2MmUtY2EzZC00YjQ2LTg5YzUtYzJjODRhZjg5NGY5IiwidCI6IjdmMDg0NjI3LTdmNDAtNDg3OS04OTE3LTk0Yjg2ZmQzNWYzZiJ9>

- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (s.f.). *Situación actual del café en el país*.
Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/485-feria-scaa/10775-el-cafe-peruano>
- Ministerio de la Producción. (2017). *Expoamazonica*. Produce Transparente. Obtenido de <https://www.produce.gob.pe/index.php/myperu/expoamazonica>
- Ministerio de la Producción. (3 de Septiembre de 2018). Café Peruano: Orgullo de exportación. *Produciendo Perú*, pág. 4. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/192092/Bolet%C3%ADn_Nro_005_Setiembre_2018.pdf
- Mota, J., & Moreira, A. (2021). *Impact of Export Promotion Programs on Export Performance*. Portugal: Economies.
doi:<https://doi.org/10.3390/economies9030127>
- Murindahabi, T., Li, Q., & Nisingizwe, E. (2019). Do coffee exports have impact on long-term economic growth of countries? *Economía agrícola*, 8, págs. 385-393.
doi:<https://doi.org/10.17221/283/2018-AGRICECON>
- Organización Internacional del Café. (2023). *El diferencial Suaves Colombianos-Otros Suaves se estrecha y el promedio del I-CIP es de 170,03 centavos/Libra en marzo de 2023*. Obtenido de <https://www.icocoffee.org/documents/cy2022-23/cmr-0323-c.pdf>
- PERU XPERT. (s.f.). *Ferias Internacionales*. Obtenido de <https://peruxpert.com/aprende-exportar-servicios/ferias-internacionales>
- PROMPERÚ. (2016). *Cómo participar exitosamente en ferias internacionales*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/2653/BVE17038731e.pdf;jsessionid=D7C316CDA712C8A9F44A587F0E51B811?sequence=1>

- PROMPERÚ. (2019). *Guía de participación en ferias y workshops de turismo Parte 1: Planificación previa*. PROMPERÚ. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/publicaciones/2036/Gu%C3%ADa%20de%20participaci%C3%B3n%20en%20ferias%20y%20workshops%20de%20turismo%201.pdf>
- Quispe, P. (2020). *Incoterms 2020: Principales aspectos y casos practicos*. Promperu. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/20.500.14152/4959>
- Rubio, I. (2021). *Propuesta de mejora de la competitividad internacional del sector cafetalero mexicano en los estado de Veracruz y Chiapas: un análisis de redes neuronales artificiales*. Morelia: Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo. Obtenido de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/4006/ININEE-D-2021-0700.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú. (2011). *Certificación Sanitaria y Fitosanitaria de Productos Vegetales Destinados a la Exportación*. SENASA. Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/wp-content/uploads/2017/01/PROCEDIMIENTO-INTEGRADO-DE-EXPORTACION-VEGETAL-1.pdf>
- SIICEX. (s.f). *Glosario*. Lima. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5es.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=C&pNumPagina=4&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000
- Solano, Andrés. (2021). *Criterios para elegir un operador logístico internacional*. PromPerú. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/5156/Criteri>

os_elegir_operador_logistico_internacional_2021_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Specialty Coffe Association. (s.f). *Únase a nosotros*. Specialty Coffe Association.

Obtenido de

https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5935f94846c3c4a490724fe8/1496709480304/SCA_Join-Us_SPANISH.pdf

Specialty Coffee Expo. (s.f.). *The Specialty Coffee Expo was designed to be the coffee professional's one stop shop for everything they need to succeed in the coffee industry*. Obtenido de <https://www.coffeexpo.org/about-specialty-coffee-expo>

Tolavi, I. (2020). *Variables Relacionadas con Innovación en Ferias Internacionales en Bolivia BOLIVIA*. Bolivia: Universidad mayor, Real Y Pontificia de San Francisco Xavier Chuquisaca. doi:<https://doi.org/10.38147/invneg.v13i21.85>

Vera, R. (2020). *A business case to increase specialty coffee consumption in producing countries*. Specialty Coffee Association. Obtenido de <https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5f22985fd634f84394b826ea/1596102763860/A+Business+Case+to+Increase+Consumption+-+English+-+July+2020.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS: LA INFLUENCIA DE LAS FERIAS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN VILLA RICA EN EL 2022

AUTORA: Schuler Zamora, Jhade Amy

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿De qué manera las ferias internacionales influyeron en la exportación de café en Villa Rica en el 2022?	Determinar la influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.	Las ferias internacionales influyeron positivamente en la exportación de café en Villa Rica en el 2022.	<p>Variable Independiente: Ferias internacionales</p> <p>Variable dependiente: Exportación de café</p>	<p>D1: Participación de ferias D2: Inversión en publicidad ferial D3: Valor agregado</p> <p>D1: Aumento de las exportaciones de café D2: Apertura de nuevos mercados de café D3: Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Enfoque: Cuantitativo ● Alcance: Explicativa ● Tipo: Aplicada ● Diseño: No experimental ● Corte: Transversal ● Unidad de análisis: Una empresa productora y exportadora de café
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable / Dimensión	Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿De qué manera las ferias internacionales	Determinar la influencia de las ferias	Las ferias internacionales	VI: Ferias internacionales	- Valor FOB - Volumen de exportación	Cuestionario estructurado

				Escala de Likert
influyeron en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022?	internacionales en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022.	influyeron positivamente en el aumento de las exportaciones de café en Villa Rica en el 2022.	V2D1: Aumento de las exportaciones de café	
¿De qué manera las ferias internacionales influyeron en la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022?	Determinar la influencia de las ferias internacionales en la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022.	Las ferias internacionales influyeron positivamente en la apertura de nuevos mercados de café en Villa Rica en el 2022.	VI: Ferias internacionales	- Número de mercados nuevos
			V2D2: Apertura de nuevos mercados de café	- Países ingresados - Red de contacto
¿De qué manera las ferias internacionales influyeron en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en 2022?	Determinar la influencia de las ferias internacionales en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en el 2022.	Las ferias internacionales influyeron positivamente en la ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras en Villa Rica en el 2022.	VI: Ferias internacionales	- Número de clientes nuevos
			V2D3: Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras	- Número de clientes en negociación nuevos

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2

Matriz de Operacionalización

Variable Independiente:

Variable independiente: Ferias internacionales

Definición conceptual: Establecen nuevas alianzas comerciales y afianzar las actuales, ya que estas plataformas son una oportunidad que permite a los participantes promocionar y exhibir sus productos o servicios.

Técnica / Instrumento: Cuestionario **Unidad de Análisis:** 12 empresas productora y exportadora de café de la localidad de Villa Rica

Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento (preguntas a realizar)	Alternativas (Valores en Escala de Likert)
D1: Participación de ferias	I1: Número de participaciones en ferias	1. ¿Con que frecuencia participa usted en ferias internacionales en el 2022?	a) Muy frecuente b) Frecuente c) Ni muy ni poco frecuente d) Poco frecuente e) Muy poco frecuente
		2. ¿Está satisfecho con su participación en las ferias internacionales?	a) Extremadamente satisfecho b) Muy satisfecho c) Satisfecho d) Poco satisfecho e) No satisfecho

		3. ¿Está de acuerdo que es necesario participar en ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos?	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo
	I2: Tipos de ferias participadas	1. ¿Está de acuerdo que es necesario participar en varios tipos de ferias internacionales todos los años?	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo
D2: Inversión en publicidad ferial	I1: Gasto de publicidad	1. ¿Qué tan importante considera usted el gasto de publicidad en las ferias internacionales?	<ul style="list-style-type: none"> a) Muy importante b) Importante c) Neutral d) Poco importante e) No es importante
D3: Valor agregado	I1: Oferta exportable	1. ¿Considera importante contar con grandes volúmenes de producción para participar en ferias internacionales?	<ul style="list-style-type: none"> a) Muy importante b) Importante c) Neutral d) Poco importante e) No es importante
	I2: Cantidad de certificados	1. ¿Qué tan importante considera que es tener certificados de café?	<ul style="list-style-type: none"> a) Muy importante b) Importante c) Neutral

a) ¿Está de acuerdo que participar en ferias internacionales es esencial para posicionarse internacionalmente?

- d) Poco importante
- e) No es importante
- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Indeciso
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

I3: Posicionamiento

b) ¿Está de acuerdo que las ferias internacionales son una herramienta de promoción internacional útil para su empresa?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Indeciso
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Fuente: Elaboración Propia

Variable Dependiente:

Variable dependiente: Exportación de café			
Definición conceptual: Es la salida del territorio nacional de café en grano verde para uso en el exterior.			
Técnica / Instrumento: Cuestionario		Unidad de Análisis: 12 empresas productora y exportadora de café de la localidad de Villa Rica	
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento (preguntas a realizar)	Alternativas (Valores en Escala de Likert)
D1: Aumento de las exportaciones de café	I1: Valor FOB	1. ¿ Considera que las ferias internacionales son importantes para el incremento de su valor FOB?	a) Muy importante b) Importante c) Neutral d) Poco importante e) No es importante
	I2: Volumen de exportación	a)¿Está de acuerdo que las ferias internacionales incrementaron su volumen de exportación de café?	a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

D2: Apertura de nuevos mercados de café	I1: Número de mercados nuevos	1. ¿Está de acuerdo que el número de destinos a los que exporta su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo
	I2: Países ingresados	1. ¿Qué tan importante es ingresar a nuevos países posterior a su participación en las ferias internacionales?	<ul style="list-style-type: none"> a) Muy importante b) Importante c) Neutral d) Poco importante e) No es importante
	I3: Red de contacto	1. ¿Está de acuerdo que las ferias internacionales contribuyen en la consolidación de la red de contactos internacionales de su empresa ?	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo
D3: Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras	I1: Número de clientes nuevos	1. ¿Está de acuerdo que el número de clientes de su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

	I2: Número de clientes en negociación nuevos	1. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los nuevos clientes?	a) Extremadamente satisfecho b) Muy satisfecho c) Moderadamente satisfecho d) Poco satisfecho e) No satisfecho
--	---	--	--

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 3

Empresa exportadoras y productoras de café en la localidad de Villa Rica

N°	Empresa
1	ASOCIACION DE PRODUCTORES CAFETALEROS DE LOS MELLIZOS
2	BOLLIGER NEUMANN MARK
3	CENTRAL UNITARIA ASOCIACIONES AGRAR V R
4	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA CEPRO YANESHA
5	COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL VILLA RICA GOLDEN COFFEE LTDA.
6	COOPERATIVA ECOLOGICA DE MUJERES CAFETALERAS VILLA RICA
7	ED&F MAN VOLCAFE PERU S.A.
8	FINCA SANTA ESTELA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
9	FUNDO SAN CRISPIN S.A.C.
10	VILLA RICA HIGHLAND S.A
11	LA CHACRA D DAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
12	NEGOCIACIONES AGROINDUSTRIAL AREVALO S.A

Fuente: (Junta Nacional de Café, 2022)

Anexo 4

Formato de validación de juicio de expertos- Variable Ferias Internacionales

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Jhade Amy Schuler Zamora					
Variable 1:	Ferias internacionales					
Población:	12 empresas productora y exportadora de café de la localidad de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Participación de ferias						
Indicador Número de participaciones en ferias	¿Con que frecuencia participa usted en ferias internacionales entre los años 2018 y 2022?	4	4	4	4	
	¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022?	4	4	4	4	
	¿Está de acuerdo que es necesario participar en ferias internacionales	4	4	4	4	

Indicador	todos los años para obtener resultados positivos?					
	¿Está satisfecho con su participación en las ferias internacionales?	4	4	4	4	
Indicador Tipos de ferias participadas	¿Está de acuerdo que es necesario participar en varios tipos de ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos para la empresa?	4	4	4	4	
	¿A qué ferias asistió durante el periodo 2018-2022?	4	4	4	4	Se puede analizar de forma descriptiva pero no se puede incluir para calcular un alfa de Cronbach o ser parte un constructo.
D2: Inversión en publicidad ferial						
Indicador Gasto de publicidad	¿Qué tan importante considera usted el gasto de publicidad en las ferias internacionales?	4	4	4	4	
	¿A cuánto ascendió el gasto realizado en publicidad ferial?	4	4	4	4	Se puede analizar de forma descriptiva pero no se puede incluir para calcular un alfa de Cronbach o ser parte un constructo.
	¿Durante su participación en ferias internacionales a contado con apoyo estatal o privado?	4	4	4	4	Se puede analizar de forma descriptiva pero no se puede incluir para calcular un alfa de Cronbach o ser parte un constructo.
D3: Valor Agregado						
Indicador	¿Considera importante contar con grandes volúmenes de producción	4	4	4	4	

Oferta Exportable	para participar en ferias internacionales?					
Indicador Cantidad de certificados	¿Qué tan importante considera que es tener certificados de café?	4	4	4	4	
Indicador Posicionamiento	¿Está de acuerdo que las ferias internacionales son una herramienta de promoción internacional útil para su empresa?	4	4	4	4	
	¿Está de acuerdo que participar en ferias internacionales es esencial para posicionarse internacionalmente?	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
-----------------------------------	---

Anexo 5

Formato de validación de juicio de expertos- Variable Exportación de café

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Schuler Zamora Jhade Amy					
Variable II:	Exportación de café					
Población:	12 empresas productoras y exportadoras de café de la localidad de Villa Rica					
Dimensión / Indicador	Ítems	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Aumento de las exportaciones de café						
Indicador Valor FOB	¿Considera que las ferias internacionales son importantes para el incremento de su valor FOB?	4	4	4	4	
Indicador Volumen de exportación	¿Está de acuerdo que las ferias internacionales incrementaron su volumen de exportación de café?	4	4	4	4	

D2: Apertura de nuevos mercados de café						
Indicador Número de mercados nuevos	¿Está de acuerdo que el número de destinos a los que exporta su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?	4	4	4	4	
	¿A qué nuevos mercados ingresó luego de participar en ferias internacionales?	4	4	4	4	
Indicador Países ingresados	¿Qué tan importante es ingresar a nuevos países posterior a su participación en las ferias internacionales?	4	4	4	4	
Indicador Red de contacto	¿Está de acuerdo que las ferias internacionales contribuyen en la consolidación de la red de contactos internacionales de su empresa?	4	4	4	4	
D3: Ampliación de cartera de clientes de las empresas cafetaleras						
Indicador Número de clientes nuevos	¿Está de acuerdo que el número de clientes de su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?	4	4	4	4	
	¿Cuántos clientes aumentó luego de participar en ferias internacionales durante el año 2018-2022?	4	4	4	4	

Indicador Número de clientes en negociación nuevos	¿Qué tan satisfecho está con tener clientes nuevos en negociación?	4	4	4	4	
---	--	---	---	---	---	--

Firma de validador experto	
-----------------------------------	---

Anexo 6

Validación de juicio de experto

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	PAZPALACIOS WALTER
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	Docente Universitario
Grado académico	Licenciado ² () Maestro () Doctor (<input checked="" type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN
Cargo actual:	COORDINADOR ACADEMICO DE POST GRADO
Área de especialización	ADMINISTRACION
Nº telefónico de contacto	996370414
Correo electrónico de contacto	wpazpalacios@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (<input checked="" type="checkbox"/>)

Validado por:



Firma Validador Experto

Anexo 7

Validación de juicio de experto

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (X) Externo () [Docente USMP]			
Apellidos y nombres:	Flores Gutiérrez José Ovidio			
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()			
Profesión:	Docente Universitario			
Grado académico	Licenciado ¹ ()	Maestro ()	Doctor (X)	
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ()	De 11 a 15 ()	De 16 a 20 ()	De 21 a más (X)
	Solamente para validadores externos			
Organización donde labora:				
Cargo actual:				
Área de especialización				
Nº telefónico de contacto				
Correo electrónico de contacto				
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno.			
	Por teléfono ()		Por correo electrónico ()	

Validado por:



Firma Validador Experto

Anexo 8

Validación de juicio de experto

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	LAOS LÓPEZ JOSÉ ENRIQUE
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	CPC - ADMINISTRADOR
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro () Doctor (<input checked="" type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()

Validado por:



Firma Validador Experto

Anexo 9

Encuesta: La influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el año 2018-2022

LA INFLUENCIA DE LAS FERIAS INTERNACIONALES EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN VILLA RICA EN EL AÑO 2022

Estimados participante,

Le damos la bienvenida a esta encuesta que forma parte de un estudio de tesis que tiene como objetivo investigar, determinar la influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica. Esta investigación se lleva a cabo como parte de los requisitos para obtener el grado de título profesional en Negocios Internacionales por la Universidad San Martín de Porres.

Su participación en esta encuesta es de suma importancia, ya que sus respuestas contribuirán de manera significativa a la comprensión sobre "La influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el año 2022".

Glosario:

Las Ferias Internacionales son eventos creados principalmente para contactar a compradores y vendedores de algún o algunos productos o servicio, uno de los dos miembros debe de ser de otro país.

Agradecemos su participación en este estudio y su contribución a la investigación.

Atte. Jhade Schuler Zamora

Ferias Internacionales

1. Puesto que ocupa en la empresa

2. Antigüedad de la empresa

3. 1.1 ¿Con qué frecuencia participa usted en ferias internacionales entre los años 2018 y 2022?

Marca solo un óvalo.

- Muy Frecuente
 Frecuente
 Ni muy ni poco frecuente
 Poco frecuente
 Muy poco frecuente

4. 1.2 ¿Está de acuerdo que es necesario participar en ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

5. 1.3 ¿Está satisfecho con su participación en las ferias internacionales?

Marca solo un óvalo.

- Extremadamente satisfecho
 Muy satisfecho
 Satisfecho
 Poco satisfecho
 No satisfecho

6. 1.4 ¿A cuántas ferias asistió durante el periodo 2018-2022?

Marca solo un óvalo por fila.

	0	1	2	3	4	5 a más
Año 2018	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Año 2019	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Año 2020	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Año 2021	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Año 2022	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. 1.5 ¿Está de acuerdo que es necesario participar en varios tipos de ferias internacionales todos los años para obtener resultados positivos para la empresa?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. 1.6 ¿A qué ferias asistieron durante el periodo 2018-2022? En el caso no asistió a ninguna colocar "Ninguna".

9. 1.7¿Qué tan importante considera usted el gasto de publicidad en las ferias internacionales?

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
 Importante
 Neutral
 Poco importante
 No es importante

10. 1.8 ¿A cuánto ascendió el gasto realizado en publicidad ferial?

Marca solo un óvalo.

- 5,000 USD hasta 10,000 USD
 11,000 USD hasta 15,000 USD
 16,000 USD hasta 20,000 USD
 21,000 USD hasta 25,000 USD
 26,000 USD hasta 30,000 USD
 No tengo data

11. 1.9¿A cotando con algún apoyo para su participación en ferias internacionales?

Marca solo un óvalo.

- Privada
 Estatal
 Mixto
 Ninguno

12. 1.10 ¿Considera importante contar con grandes volúmenes de producción para participar en ferias internacionales?

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
 Importante
 Neutral
 Poco importante
 No es importante

13. 1.11 ¿Qué tan importante considera que es tener certificados de café? *

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
 Importante
 Neutral
 Poco importante
 No es importante

14. 1.12 ¿Está de acuerdo que participar en ferias internacionales es esencial para posicionarse internacionalmente?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

15. 1.13 ¿Está de acuerdo que las ferias internacionales son una herramienta de promoción internacional útil para su empresa?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

16. 2.1 ¿Considera que las ferias internacionales son importantes para el incremento de su valor FOB?

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
 Importante
 Neutral
 Poco importante
 No es importante

17. 2.2 ¿Está de acuerdo que las ferias internacionales incrementaron su volumen de exportación de café?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

18. 2.3 ¿Está de acuerdo que el número de destinos a los que exporta su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

19. 2.4 ¿A qué nuevos mercados ingreso luego de participar en ferias internacionales?

20. 2.5 ¿Qué tan importante es ingresar a nuevos países posterior a su participación en las ferias internacionales?

Marca solo un óvalo.

- Muy importante
 Importante
 Neutral
 Poco importante
 No es importante

21. 2.6 ¿Está de acuerdo que las ferias internacionales contribuyen en la consolidación de la red de contactos internacionales de su empresa?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

22. 2.7 ¿Está de acuerdo que el número de clientes de su empresa aumentó luego de participar en ferias internacionales?

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

23. 2.8 Pregunta: ¿Cuántos clientes aumento luego de participar en ferias internacionales durante el año 2018-2022?

Marca solo un óvalo.

- Obtuve un gran numero de nuevos clientes (9 a más)
 Obtuve varios nuevos clientes (7 a 8)
 Obtuve algunos nuevos clientes (5 a 6)
 Obtuve muy pocos nuevos clientes (3 a 4)
 No obtuve nuevos clientes (0 a 2)

24. 2.9 ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los nuevos clientes?

Marca solo un óvalo.

- Extremadamente satisfecho
- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- No satisfecho

Google Formularios

Anexo 10

Carta de confirmación de encuesta – Cooperativa Agraria cafetalera Cepro Yanessa

CARTA DE CONFIRMACIÓN DE ENCUESTA

Lima, Octubre 2023


Estimados:

COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA CEPRO YANESSA.

Me complace informarle que como parte de mi proyecto de tesis titulado "La influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el periodo 2018-2022", he desarrollado una encuesta que forma parte de mi investigación. Me gustaría confirmar formalmente mi solicitud de permiso para llevar a cabo esta encuesta.

La encuesta se llevará a cabo con el objetivo de determinar si las ferias internacionales tienen impacto en la exportación de café para la localidad de Villa Rica. De la misma manera, la encuesta nos ayudara en recopilar datos que serán fundamentales para el desarrollo y la conclusión de la tesis.

Al firmar este documento confirma su participación de haber realizado la encuesta de forma satisfactoria.

C.A.C. CEPRO YANESSA

Juan Santos Soto Colina
PRESIDENTE
Firma del encuestado

Anexo 11

Carta de confirmación de encuesta – Villa Rica Highland S.A.

CARTA DE CONFIRMACIÓN DE ENCUESTA

Lima, Septiembre 2023

Estimado:

Kenny Vidurritzaga Cánepa

Me complace informarle que como parte de mi proyecto de tesis titulado "La influencia de las ferias internacionales en la exportación de café en Villa Rica en el periodo 2018-2022", he desarrollado una encuesta que forma parte de mi investigación. Me gustaría confirmar formalmente mi solicitud de permiso para llevar a cabo esta encuesta.

La encuesta se llevará a cabo con el objetivo de determinar si las ferias internacionales tienen impacto en la exportación de café para la localidad de Villa Rica. De la misma manera, la encuesta nos ayudara en recopilar datos que serán fundamentales para el desarrollo y la conclusión de la tesis.

Al firmar este documento confirma su participación de haber realizado la encuesta de forma satisfactoria.



VILLA RICA HIGHLAND S.A.
RUC. 20383735491
Kenny Vidurritzaga Cánepa
GERENTE GENERAL

Firma del encuestado

Anexo 12

Base de datos SPSS

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	V1	V2	V2D1	V2D2	V2D3	V2_D3_2
2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	12,00	8,00	2,00	3,00	3,00	6,00
1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	13,00	10,00	3,00	4,00	3,00	8,00
3,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	1,00	3,00	2,00	4,00	16,00	15,00	4,00	6,00	5,00	9,00
1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	15,00	14,00	4,00	6,00	4,00	5,00
2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	19,00	14,00	4,00	6,00	4,00	8,00
4,00	2,00	5,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	3,00	4,00	5,00	25,00	18,00	4,00	7,00	7,00	12,00
4,00	1,00	2,00	2,00	3,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	22,00	12,00	5,00	5,00	2,00	7,00
1,00	2,00	3,00	1,00	4,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	1,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	18,00	15,00	5,00	6,00	4,00	7,00
4,00	1,00	3,00	1,00	1,00	5,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	19,00	7,00	2,00	3,00	2,00	7,00
5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	2,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	31,00	23,00	8,00	9,00	6,00	11,00
4,00	2,00	2,00	1,00	3,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	2,00	2,00	3,00	1,00	5,00	17,00	13,00	2,00	7,00	4,00	9,00
3,00	2,00	3,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	3,00	2,00	2,00	2,00	5,00	16,00	13,00	3,00	6,00	4,00	9,00

Nota: Elaboración propia obtenido del SPSS

Anexo 13

Valor de FOB de empresas de localidad de Villa Rica en el año 2022.

Exportador	RUC	Total registros	Total US\$ FOBTot	%	Total KG	US\$ / KG FOB	IMPORTADOR	MERCADO	CANTIDAD X	Kg Bruto
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA CEPRO YANESHA	20568071281	24	1,377,464	0.11%	286,758	4.804	TO ORDER OF ING BELGIUM	BELGICA	24	290,229.94
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL VILLA RICA GOLDEN COFFEE LTDA.	20568567731	18	1,915,313	0.16%	417,190	4.591	HAMBURG COFFEE COMPANY HACOFCO MBH	ALEMANIA	18	419,700.00
ED&F MAN VOLCAFE PERU S.A.	20109195848	242	67,592,272	5.47%	11,687,935	5.783	LUIGI LAVAZZA SPA VIA BOLOGNA 10	FRANCIA	242	11,758,422.90
FUNDO WILD MOUNTAIN VILLA RICA E.I.R.L.	20568745699	1	12,819	0.00%	3,100	4.135	BELNANO TRADING INC.	ESTADOS UNIDOS	1	3,810.00
COOPERATIVA ECOLOGICA DE MUJERES CAFETALERAS VILLA RICA	20602054480	20	502,485.14	0.04%	76,916	6.533	INTERAMERICAN COFFEE GMBH	ALEMANIA	20	78,339.91
NEGOCIACIONES AGROINDUSTRIAL AREVALO S.A	20365581569	21	1,614,482	0.13%	347,245	4.649	INTERAMERICAN COFFEE LTD	REINO UNIDO	21	349,349.96
FINCA SANTA ESTELA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	20600121686	3	120,565	0.01%	18,550	6.499	EXPRESS CAFE PRODUCTS	ESTADOS UNIDOS	3	18,550.00
FUNDO SAN CRISPIN S.A.C.	20568516827	2	200,701	0.02%	39,716	5.053	DBA - CAFE MONTE ALTO	ESTADOS UNIDOS	2	40,180.00
LA CHACRA D DAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIM	20486536854	5	296,894	0.02%	38,226	7.767	DEUTSCHE EXTRAKT KAFFEE GMBHCAFEASTRA	ALEMANIA	5	38,805.00
ASOCIACION DE PRODUCTORES CAFETALEROS DE LOS MELLIZOS	20600340001	1	102,139	0.01%	18,975	5.383	FAIRBEANS GMBH	PAISES BAJOS	1	19,240.00

Nota: Elaboración propia obtenida de la SUNAT