

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

LA INFLUENCIA DEL TIPO DE CAMBIO EN LAS
EXPORTACIONES DE CAFÉ DE LA EMPRESA
CAFENOR PERU S.A.C ENTRE EL 2021 - 2023



PRESENTADO POR
GIANCARLO LUJAN CABALLERO

ASESORA
MG. MARIA ROSARIO VELIT ROMERO

TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO 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 DEL TIPO DE CAMBIO EN LAS
EXPORTACIONES DE CAFÉ DE LA EMPRESA CAFENOR
PERU S.A.C ENTRE EL 2021-2023**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR
GIANCARLO LUJAN CABALLERO**

**ASESOR
MG. MARIA ROSARIO VELIT ROMERO**

**LIMA, PERÚ
2024**

Dedicatoria

A Dios por darme vida y salud, a mis padres por su apoyo incondicional en mi educación profesional y a mis hermanos por motivarme en los inicios de mi vida universitaria.

Agradecimiento

Agradezco a mi asesora y maestros de la USMP por hacer posible la materialización de esta tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	21
1.1 Antecedentes de la investigación.....	21
1.1.1 Nacionales	21
1.1.2 Internacionales.....	24
2.2 Bases teóricas.....	25
2.2.1 Tipo de cambio	25
2.2.2 Exportaciones de café	38
2.3 La empresa CAFENOR PERU S.A.C.....	46
2.3.1 Historia de la empresa	46
2.3.2 Visión	47
2.3.3 Misión	47
2.4 Definición de términos básicos.....	47
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	51
2.1 Formulación de hipótesis general y específicas	51
2.2 Variables y definición operacional.....	51
2.2.1 Variable Independiente: Tipo de cambio.....	51
2.2.2 Variable Dependiente: Exportaciones de café	52
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.1 Diseño metodológico	53
3.1.1 Tipo de investigación	53
3.1.2 Enfoque de investigación	53
3.1.3 Alcance de investigación	53
3.1.4 Diseño de investigación	54

3.2	Diseño muestral	54
3.3	Técnicas de recolección de datos	55
3.4	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	56
3.5	Aspectos éticos	57
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		59
4.1	Análisis de fiabilidad	59
4.2	Análisis de normalidad	60
4.3	Análisis descriptivo	63
4.4	Análisis inferencial.....	74
4.4.1	Hipótesis específicas	75
4.4.2	Hipótesis General	81
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....		84
5.1	Discusión de los resultados.....	84
CONCLUSIONES		87
RECOMENDACIONES		90
FUENTES DE INFORMACIÓN		92
ANEXOS:.....		99
I.	Matriz de consistencia.....	99
II.	Matriz operacionalización de variables.....	101
III.	Formato de validación juicio de expertos	102
IV.	Instrumento de recopilación de datos	118
V.	Constancia de aplicación del instrumento.....	122
VI.	Base de datos de los resultados del cuestionario aplicado.....	123
VII.	Principales países importadores de café peruano en 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023.....	126

VIII. Principales empresas peruanas exportadoras de café, incluyendo a CAFENOR PERU S.A.C, según exportaciones en dólares FOB, participación a nivel nacional y sus mercados destino en el 2023.....	127
--	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2019	26
Tabla 2 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2020.	27
Tabla 3 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2021.	27
Tabla 4 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2022.	28
Tabla 5 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2023.	28
Tabla 6 Distribución de las cuotas bancarias de 62,500 dólares pagadas mensualmente por parte de CAFENOR PERU S.A.C y su conversión a soles, según tipo de cambio de los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023.....	31
Tabla 7 Distribución de las exportaciones en dólares FOB, de la empresa CAFENOR PERU S.A.C de los años 2020; 2021; 2022 y 2023 y su conversión a soles de acuerdo con los tipos de cambio de los respectivos años.	32

Tabla 8 Distribución de los mercados destino de CAFENOR PERU S.A.C en el 2023, por exportaciones en dólares FOB y participación porcentual.	43
Tabla 9 Distribución de las principales empresas exportadoras de café peruano, según sus exportaciones en dólares FOB en el 2023.	44
Tabla 10 Distribución de las exportaciones en dólares FOB y en Kilogramos de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2023.	45
Tabla 11 Distribución de las ventas mensuales en dólares FOB de CAFENOR PERU S.A.C durante los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023.	47
Tabla 12 Estadísticas de fiabilidad.	59
Tabla 13 Estadísticos total-elemento	60
Tabla 14 Distribución de normalidad.	61
Tabla 15 Matriz de correlación entre el Índice de Precios al Consumidor y Precios competitivos	76
Tabla 16 Matriz de correlación entre los precios internacionales y los márgenes de ganancias	77
Tabla 17 Matriz de correlación entre comercio internacional de bienes y nuevos clientes-mercados	79
Tabla 18 Matriz de correlación entre Crecimiento económico – crecimiento de las exportaciones	80
Tabla 19 Matriz de correlación entre el tipo de cambio y las exportaciones de café	82

Tabla 20 Resultado del análisis de varianza entre el tipo de cambio y exportaciones de café	83
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución del tipo de cambio promedio del sol respecto al dólar estadounidense durante el 2021	18
Figura 2 Exportaciones de café en kilogramos de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023	29
Figura 3 Q - Q normalidad de Tipo de cambio y exportación de café.....	62
Figura 4 Considera Ud. que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café.....	63
Figura 5 Considera Ud. que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café.	64
Figura 6 Cree Ud. que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos.....	65
Figura 7 Considera Ud. que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias.	66
Figura 8 Considera Ud. que el alza del tipo de cambio durante el 2021-2023 ha sido beneficioso económicamente para la empresa.....	67
Figura 9 La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permite reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado.	68
Figura 10 La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado.....	70
Figura 11 La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores.....	71

Figura 12 El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo. 72

Figura 13 Considera Ud. que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio durante el año 2021-2023..... 73

RESUMEN

La crisis política que afectó al Perú en el 2018, contribuyó a que en el 2021 un Partido Político Comunista ganara las elecciones presidenciales y por su mala administración generó incertidumbre y especulación en la economía peruana, en consecuencia, inversores y gran parte de la población en general se refugió en el dólar contribuyendo a que ésta moneda alcance precios exuberantes en aquel año. El objetivo de la investigación fue determinar la influencia del tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en el 2021-2023, con un diseño no experimental. Se utilizó el método de recolección de datos a través de encuestas a trabajadores de la empresa con una muestra de 57 individuos. Los resultados obtenidos fueron sistematizados en la base de datos de *MS-Excel* y analizados en el Software *IBM SPSS* Versión 26. Los datos se presentaron en gráficos con tablas descriptivas, correlaciones de Spearman y Regresión lineal simple.

Palabras clave: Tipo de cambio, dólar estadounidense, divisa, sol, exportaciones, café, inflación.

ABSTRACT

The political crisis that affected Peru in 2018 contributed to a Communist Political Party won the presidential elections in 2021 and due to its poor administration, it generated uncertainty and speculation in the Peruvian economy, consequently, investors and a large part of the population in general, they took refuge in the dollar, helping this currency reach exuberant prices that year. The objective of the research was to determine the influence of the exchange rate on the coffee exports of the company CAFENOR PERU S.A.C in the 2021-2023, with a non-experimental design. The data collection method was used through surveys of workers with a sample of 57 individuals. The results obtained were systematized in the *MS-Excel* database and analyzed in *IBM SPSS* Software Version 26. The data were presented in graphs with descriptive tables, Spearman correlations and Simple Linear Regression.

Keywords: Exchange Rate, us dollar, currency, sol, exports, coffee, inflation.

RESUMEN DE REPORTE TURNITÍN

ESTUDIANTE: GIANCARLO LUJAN CABALLERO (15 ENERO, 2024)

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS FINALIZADA Giancarlo Lujan.docx

RECuento DE PALABRAS

14488 Words

RECuento DE CARACTERES

76929 Characters

RECuento DE PÁGINAS

102 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.0MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 16, 2024 11:53 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 16, 2024 11:55 AM GMT-5

● 10% de similitud general

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

- 8% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

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

Resumen

INTRODUCCIÓN

En el comercio exterior, la oferta y la demanda juegan un papel fundamental en la determinación de los precios y las cantidades de los bienes y servicios que se intercambian entre países. La oferta se refiere a la cantidad de un producto que los productores están dispuestos a vender en el mercado internacional, mientras que la demanda representa la cantidad de ese producto que los consumidores están dispuestos a comprar. Cuando la oferta y la demanda se encuentran en equilibrio, se establece un precio de mercado que refleja el valor percibido por ambas partes. Los cambios en la oferta y la demanda, ya sea por factores económicos, políticos o sociales, pueden influir en los flujos comerciales entre países y en los precios de los productos en el mercado internacional.

La fluctuación del tipo de cambio de divisas es un factor de influencia sobre el comercio internacional, dado que afecta a la capacidad de los exportadores para vender mercancías en el exterior, así como a la capacidad de los importadores para comprarlas.

Los estudios sobre el comercio han aportado alguna información sobre la “hipótesis de la disciplina de las importaciones”. Algunos estudios han analizado las reacciones de las empresas ante la liberalización del comercio en países tan distintos como Brasil, Canadá, Chile, Costa de Marfil, la India, México y Turquía. Generalmente, señalan tres resultados sistemáticos. En primer lugar, disminuyen los aumentos de precio en relación con los costos marginales de las empresas. En segundo lugar, las empresas que sobreviven a la competencia de las importaciones consiguen ser más eficientes. En tercer lugar, las empresas

competidoras tienden a reducir su tamaño. Sin embargo, hay que decir que los analistas todavía no han abordado adecuadamente la cuestión de los costos a corto y largo plazo relacionados con estos aumentos de eficiencia. A menudo, las empresas exportadoras crecen después de la reforma del comercio, pero no se observa una tendencia sistemática al aumento de la productividad. Se han observado algunos casos de empresas que aprenden a través de las exportaciones

El tipo de cambio juega un papel crucial en las exportaciones de café, ya que puede afectar directamente la competitividad de los productores en el mercado internacional. Cuando la moneda local se devalúa frente a otras monedas, los productores de café pueden beneficiarse al recibir más dinero por sus exportaciones en términos de moneda extranjera. Por otro lado, si la moneda local se aprecia, los productores pueden ver reducidos sus ingresos por las exportaciones. En resumen, un tipo de cambio favorable puede impulsar las exportaciones de café al hacer que los productos sean más atractivos en el mercado global.

Por otro lado, la inestabilidad económica en el Perú puede ser causada por diversos factores, como la incertidumbre política, fluctuaciones en los precios de los productos básicos, problemas de corrupción entre otros. Esta inestabilidad puede afectar las inversiones en el país ya que los inversionistas pueden volverse más cautelosos y reacciones a invertir en un entorno económico incierto.

Es importante que los inversionistas realicen una investigación exhaustiva y evalúen cuidadosamente los riesgos antes de realizar cualquier inversión en un entorno económico inestable como el del Perú. Por ello, es fundamental que

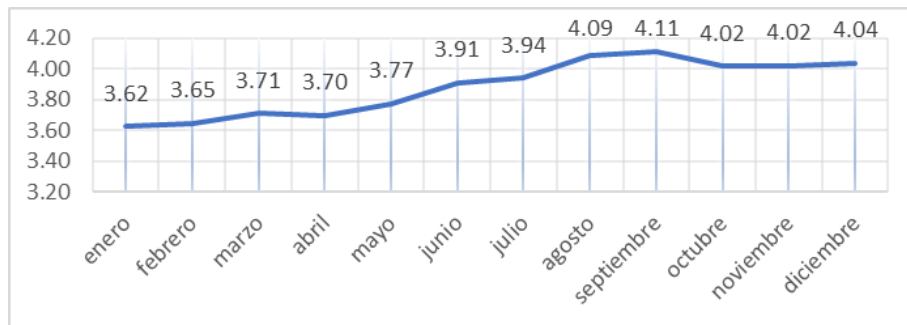
el Ministerio de Economía y Finanzas, que tiene competencias en materia de política económica y financiera, implemente políticas sólidas para promover la estabilidad y el crecimiento económico sostenible en el país.

El tipo de cambio puede influir en las exportaciones de café que realiza el Perú. Un tipo de cambio favorable puede hacer que los productos peruanos, como el café, sean más atractivos para los compradores extranjeros, ya que pueden adquirirlos a un precio más bajo en comparación con otros países. Esto puede aumentar la demanda de café peruano en el mercado internacional, por lo tanto, impulsar las exportaciones.

Por otro lado, un tipo de cambio desfavorable puede hacer que los productos peruanos sean más caros para los compradores extranjeros, lo que podría disminuir la demanda y afectar las exportaciones. En general, el tipo de cambio es uno de los muchos factores que pueden influir en las exportaciones de café de Perú, junto con la calidad del producto, la competencia en el mercado internacional y las condiciones económicas globales.

El nuevo gobierno elegido en el 2021 trajo consigo mayor inestabilidad económica y de especulación en las inversiones. Así tenemos que en setiembre del 2021 la clasificadora de riesgo *Moody's* calificó al Perú en el rating de Baa1 como negativa, indicando que el Perú es riesgoso para las inversiones privadas y para que pueda hacerle frente sus deudas con el exterior. Esto se puede ver reflejado en la evolución del *Tipo de Cambio* del sol respecto al dólar según datos del BCRP comenzó a S/. 3.62 en el mes de enero, llegando a su tope de S/. 4.11 en setiembre y cerrando a S/. 4.04 en diciembre 2021. Esto se muestra en la Figura 1, que a continuación se presenta:

Figura 1 Evolución del tipo de cambio promedio del sol respecto al dólar estadounidense durante el 2021



Nota. fuente BCRP, elaboración propia en Excel.

El aumento del tipo de cambio, es decir, cuando el valor del dólar sube frente a la moneda local (en este caso, el sol peruano), tiene diferentes efectos sobre distintos sectores de la economía. En consecuencia, existen perjudicados como lo son los deudores en dólares, los importadores y la población popular del país que ven cómo se incrementa la canasta familiar. Pero también existen los beneficiados por el incremento del precio del dólar, que vienen a ser los exportadores y los acreedores en dólares que tienen la posibilidad de intercambiar sus dólares en el mercado local por una buena cantidad de soles.

Sin embargo, se tiene a la empresa *CAFENOR PERU S.A.C* que durante el 2021 tuvo leves problemas relacionados al tipo de cambio, se incrementó el costo del crédito en dólares otorgados por los bancos y el incremento del costo de fletes terrestre debido al alza del precio de combustible.

De acuerdo con la figura 2, se puede apreciar que en los primeros tres años estudiados existe una tendencia que a partir del mes de julio la empresa realiza más exportaciones, pero en el 2021 se exportó alrededor de 600,000 kg menos que en el 2020, y aun así se percibió mayores ingresos. Lo mismo ocurre

en el 2022 con una diferencia de 167,000 kilogramos aproximadamente y se percibió mayores ingresos de alrededor de un millón de dólares en comparación al 2021.

La investigación se centró en el problema general de determinar la influencia que tiene el tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023. La hipótesis principal está directamente vinculada con este problema y pretende demostrar de manera significativa que el tipo de cambio influye en las exportaciones de café de la empresa bajo estudio.

La justificación de esta investigación permite comprender cómo el Tipo de Cambio influye en las exportaciones de la empresa, identificar los desafíos que enfrenta y evaluar el potencial de agroexportación del café peruano. El enfoque principal de este estudio se centra en la viabilidad económica, respaldado por la disponibilidad de equipos, materiales y software necesarios, así como por el acceso a la información primaria a través de encuestas realizadas a los empleados de la empresa y fuentes de información secundaria para el desarrollo de las variables. Los resultados obtenidos muestran una alta fiabilidad, con una prueba estadística Alfa de Cronbach de 0.7, lo que contribuye a su utilidad para la comunidad académica.

La investigación adopta un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y de alcance explicativo. El diseño muestral se basó en 57 individuos seleccionados de una población total de 67 trabajadores de la empresa estudiada y se utilizó un cuestionario como instrumento principal para recoger los datos.

La estructura de la investigación se divide en cinco capítulos:

Capítulo I: Marco Teórico, donde se revisan investigaciones internacionales y nacionales relevantes se presentan las bases teóricas y se definen los términos básicos.

Capitulo II: Hipótesis y Variables, que desarrolla la hipótesis general y las específicas, desglosando las variables en dimensiones e ítems.

Capitulo III: Metodología de la investigación, que describe el diseño metodológico el muestreo y el instrumento utilizado para la recopilación de información primaria.

Capitulo IV: Resultados, donde se presentan y analizan los resultados del cuestionario mediante técnicas inferenciales, utilizando tablas descriptivas, gráficos y regresión simple.

Capítulo V: Discusión, se comparan y critican las diferencias con los resultados de las investigaciones internacionales y nacionales. Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Nacionales

Llaque (2020), en su investigación de pregrado tuvo como objetivo general determinar la influencia del tipo de cambio en el nivel de las exportaciones en el Perú: periodo 2000 – 2017. El estudio se enmarca en un alcance descriptivo – correlacional, con diseño no experimental. Sus conclusiones destacan que las exportaciones peruanas mostraron un crecimiento significativo durante el periodo estudiado, con un aumento notable en los valores FOB, especialmente, en el sector minero. Se evidenció que las exportaciones tradicionales tuvieron un dinamismo superior en comparación con las no tradicionales.

Además, el estudio encontró una relación directa entre el tipo de cambio y las exportaciones, observando un incremento de 1% en el tipo de cambio real multilateral, resultando consecuentemente en un incremento del 0.75% en las exportaciones. Este hallazgo respalda la teoría de la condición de Marshall-Lerner, la cual sostiene que un aumento en el tipo de cambio conduce a un incremento en las exportaciones.

Cruz, et al. (2023), en su tesis de licenciatura en Economía tuvieron como objetivo general determinar que el desempleo, la inflación y el tipo de cambio se relacionan e influyen directamente en la morosidad del sistema financiero peruano, durante el periodo de análisis 2005-2021. Este estudio de alcance descriptivo-correlacional concluye que el desempleo influye directamente en la

morosidad del sistema financiero peruano, siendo su efecto significativo a partir del cuarto rezago, donde un aumento del 1% en la tasa de desempleo provoca un incremento del 0.93% en la morosidad. En el noveno rezago significativo, la morosidad aumenta en un 0.59%, y pasado dicho periodo, su efecto se diluye.

En cuanto a la inflación, se concluyó que influye directamente en la morosidad del sistema financiero peruano. Su efecto es significativo desde el séptimo rezago, donde un aumento del 1% en la tasa de inflación provoca un incremento del 0.49% en la morosidad. Este efecto alcanza un 1.03% en el doceavo rezago y se mantiene por doce rezagos adicionales.

Por último, el tipo de cambio es la variable menos significativa para explicar la morosidad del sistema financiero peruano. Debido a su volatilidad, el tipo de cambio muestra alternancia entre periodos de significancia y no significancia en su efecto sobre la morosidad.

Conde (2022), en su tesis de pregrado, tuvo como objetivo general determinar cómo el tipo de cambio nominal influye en las importaciones de bienes intermedios en Perú en el periodo del 2016 al 2020. Este estudio es de tipo explicativo no experimental y concluye que el tipo de cambio real influye en las importaciones de bienes intermedios en el periodo estudiado, dado que las variaciones en las importaciones de estos bienes son explicadas en un 15% por la variable independiente. El análisis de la prueba *t-statistic* muestra que las variables explicativas consideradas en el modelo econométrico son, de manera individual, estadísticamente significativas para explicar el comportamiento de la variable endógena, que es la importación de bienes intermedios, con un nivel de significancia del 5%. Por lo tanto, los coeficientes son diferentes de cero.

Esto implica que los precios de la canasta familiar en Perú, en comparación con los precios de la canasta familiar de otros países, representan índices que permiten a los importadores de bienes intermedios decidir la cantidad a importar. Así, ante un tipo de cambio real mayor, la decisión será importar una menor cantidad de bienes intermedios; mientras que, si el tipo de cambio real es menor, la importación será mayor. Sin embargo, dado que el tipo de cambio real tiene una influencia relativamente baja (15%) sobre las importaciones de bienes intermedios, es necesario considerar otras variables intervinientes que permitan a las empresas importadoras tomar decisiones más informadas.

En tal sentido, siendo el tipo de cambio nominal el precio de la moneda nacional con respecto a la moneda extranjera, una baja del tipo de cambio nominal se entiende como una pérdida del valor de la moneda extranjera con respecto a la moneda nacional, lo cual favorece las importaciones. Esto se debe a que los importadores obtendrán más dólares por soles, permitiéndoles comprar más bienes de consumo importados. Por el contrario, cuando el tipo de cambio sube, desfavorece las importaciones, ya que los importadores comprarán menos dólares por soles, disminuyendo su capacidad adquisitiva. Es decir, la moneda nacional pierde valor, considerando que en el mercado extranjero generalmente se comercia en dólares americanos.

Asimismo, debe resaltarse que el aumento o disminución de las importaciones para el consumo depende solo en un 19% de la variación del tipo de cambio nominal, siendo otros factores más determinantes que el tipo de cambio nominal.

1.1.2 Internacionales

Tamayo (2020), desarrolló una tesis de grado en comercio internacional con el objetivo general de determinar la incidencia que producen las variaciones del tipo de cambio en las exportaciones de las empresas del Sector Agrícola del Municipio de Palmira en el período comprendido entre el 2014-2018. La muestra consistió en 12 empresas del sector agrícola excluyendo a las azucareras del municipio. El estudio empleó una metodología descriptiva, correlacional y explicativa. Los hallazgos indican una relación significativa entre el tipo de cambio y el valor de las exportaciones durante el periodo analizado, cuando el tipo de cambio aumentaba, también lo hacía el valor de las exportaciones de las empresas agrícolas y viceversa.

Gonzales, et al. (2018), en su tesis de pregrado se propusieron identificar la influencia de la tasa de cambio en las exportaciones agrícolas colombianas hacia los países miembros de la Alianza del Pacífico, durante el periodo 2006-2016. Utilizaron un enfoque cuantitativo con un alcance correlacional en su metodología de investigación. Sus conclusiones señalaron que el tipo de cambio real no tiene una influencia determinante en las exportaciones agrícolas hacia México y Perú. Observaron que, durante periodos de revaluación del peso colombiano, las exportaciones aumentaron, mientras que, durante periodos de devaluación, disminuyeron. Esto condujo a la conclusión de que la tasa de cambio no es el único factor determinante de las exportaciones agrícolas.

Gómez y Palacio (2020) realizaron un estudio con el objetivo general de analizar el impacto de la tasa de cambio sobre las exportaciones de café en Colombia durante el periodo 2009 - 2019, utilizando análisis de regresión lineal. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo y de alcance correlacional. Los

hallazgos del estudio indican que el modelo econométrico utilizado confirmó la influencia que tiene la tasa de cambio en las exportaciones de café en Colombia, lo cual tiene repercusiones positivas en el crecimiento económico, respaldando los pequeños incrementos observados en el PIB. El coeficiente de correlación entre las exportaciones y la tasa de cambio subraya la relación significativa entre ambas variables. Además, se concluyó que la depreciación de la moneda nacional frente al dólar genera un aumento en las exportaciones de café.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Tipo de cambio

2.2.1.1 Definición

A continuación, se desarrollan las generalidades de la variable independiente “tipo de cambio”. El doctor Kozikowski (2013) lo define como: “el precio de la moneda de un país en términos de la moneda de otro” (p.21). Los autores Tamayo, Casanova y Zuaznábar (2019): “el precio de una unidad monetaria extranjera expresado en términos de la moneda nacional y el precio de la moneda local en otras monedas” (p.68). Por su parte, el autor Solano (2018): “el precio de las divisas”, o “la cantidad de una moneda que debe darse por otra.” (p.36). Para entender aún más este concepto se puede decir que el tipo de cambio es la equivalencia de una moneda nacional frente a una divisa, ya que una divisa es una moneda convertible y utilizada en transacciones internacionales.

Al respecto, cuando el tipo de cambio sube, existen perjudicados, como los deudores en dólares, los importadores y la población en general, que ve cómo

se incrementa el costo de su canasta familiar. Sin embargo, también hay beneficiados por el incremento del precio del dólar, como los exportadores y los acreedores en dólares quienes pueden intercambiar sus dólares en el mercado local por una mayor cantidad de soles.

No obstante, la empresa *CAFENOR PERU S.A.C* experimentó algunos problemas relacionados con el tipo de cambio durante el 2021. Se incrementaron los costos del crédito en dólares otorgados por los bancos y aumentaron los gastos en fletes terrestres debido al alza del precio de combustible.

Las siguientes tablas muestran la evolución de las exportaciones definitivas del café, los kilogramos exportados, la deuda bancaria en dólares, los gastos en fletes terrestres y las deudas con proveedores en soles de la empresa en los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023.

Tabla 1 *Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2019*

Meses	Exportaciones (dólares FOB)	Kilogramos exportados	Flete terrestre (soles)	Deuda bancaria (dólares)	Deuda proveedores (soles)
ENERO	\$ 718,248	218,610	S/ 3,801	\$ 62,500	S/ 764
FEBRERO	\$ 896,847	295,435	S/ 5,136	\$ 62,500	S/ 1,032
MARZO	\$ 691,597	275,535	S/ 4,790	\$ 62,500	S/ 962
ABRIL	\$ 507,356	130,755	S/ 2,273	\$ 62,500	S/ 457
MAYO	\$ 1,075,118	280,830	S/ 4,883	\$ 62,500	S/ 981
JUNIO	\$ 1,046,574	282,545	S/ 4,912	\$ 62,500	S/ 987
JULIO	\$ 996,179	317,655	S/ 5,523	\$ 62,500	S/ 1,110
AGOSTO	\$ 1,490,689	503,660	S/ 8,757	\$ 62,500	S/ 1,759
SETIEMBRE	\$ 1,282,432	409,740	S/ 7,124	\$ 62,500	S/ 1,431
OCTUBRE	\$ 1,456,208	421,550	S/ 7,329	\$ 62,500	S/ 1,472
NOVIEMBRE	\$ 2,756,653	678,316	S/ 11,793	\$ 62,500	S/ 2,369
DICIEMBRE	\$ 1,687,030	479,895	S/ 8,343	\$ 62,500	S/ 1,676
TOTAL	\$ 14,604,931	4,294,526	S/ 74,665	\$ 750,000	S/ 15,000

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

Tabla 2 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2020.

Meses	Exportaciones (dólares FOB)	kilogramos exportados	Flete terrestre (soles)	Deuda bancaria (dólares)	Deuda proveedores (soles)
ENERO	\$ 1,355,355	441,600	S/ 7,576	\$ 62,500	S/ 1,645
FEBRERO	\$ 1,418,853	416,050	S/ 7,137	\$ 62,500	S/ 1,550
MARZO	\$ 603,508	150,252	S/ 2,578	\$ 62,500	S/ 560
ABRIL	\$ 857,357	219,765	S/ 3,770	\$ 62,500	S/ 819
MAYO	\$ 1,849,136	554,970	S/ 9,520	\$ 62,500	S/ 2,068
JUNIO	\$ 1,289,204	540,105	S/ 9,265	\$ 62,500	S/ 2,012
JULIO	\$ 2,532,001	798,410	S/ 13,697	\$ 62,500	S/ 2,975
AGOSTO	\$ 2,612,288	839,412	S/ 14,400	\$ 62,500	S/ 3,128
SETIEMBRE	\$ 2,239,811	766,800	S/ 13,154	\$ 62,500	S/ 2,857
OCTUBRE	\$ 1,285,504	407,985	S/ 6,999	\$ 62,500	S/ 1,520
NOVIEMBRE	\$ 2,332,616	775,880	S/ 13,310	\$ 62,500	S/ 2,891
DICIEMBRE	\$ 1,220,243	530,105	S/ 9,094	\$ 62,500	S/ 1,975
TOTAL	\$ 19,595,876	6,441,334	S/ 110,500	\$ 750,000	S/ 24,000

Nota. Elaboración propia basado en la información concedida por la empresa

Tabla 3 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2021.

Meses	Exportaciones (dólares FOB)	kilogramos exportados	Flete terrestre (soles)	Deuda bancaria (dólares)	Deuda proveedores (soles)
ENERO	\$ 1,448,831	388,075	S/ 7,696	\$ 62,500	S/ 864
FEBRERO	\$ 1,567,312	440,840	S/ 8,742	\$ 62,500	S/ 982
MARZO	\$ 999,102	295,300	S/ 5,856	\$ 62,500	S/ 658
ABRIL	\$ 1,020,476	248,045	S/ 4,919	\$ 62,500	S/ 553
MAYO	\$ 670,046	172,805	S/ 3,427	\$ 62,500	S/ 385
JUNIO	\$ 1,199,599	293,700	S/ 5,824	\$ 62,500	S/ 654
JULIO	\$ 2,400,706	574,550	S/ 11,394	\$ 62,500	S/ 1,280
AGOSTO	\$ 2,260,241	534,470	S/ 10,599	\$ 62,500	S/ 1,191
SETIEMBRE	\$ 2,246,183	512,897	S/ 10,171	\$ 62,500	S/ 1,143
OCTUBRE	\$ 3,015,259	660,813	S/ 13,105	\$ 62,500	S/ 1,472
NOVIEMBRE	\$ 3,507,281	801,990	S/ 15,905	\$ 62,500	S/ 1,787
DICIEMBRE	\$ 3,895,600	912,380	S/ 18,094	\$ 62,500	S/ 2,032
TOTAL	\$ 24,230,636	5,835,865	S/ 115,733	\$ 750,000	S/ 13,000

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

Tabla 4 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2022.

Meses	Exportaciones (dólares FOB)	Kilogramos exportados	Flete terrestre (soles)	Deuda bancaria (dólares)	Deuda proveedores (soles)
ENERO	\$ 2,325,105	543,170	S/ 10,874	\$ 62,500	S/ 1,437
FEBRERO	\$ 3,211,750	746,910	S/ 14,953	\$ 62,500	S/ 1,976
MARZO	\$ 1,259,565	332,950	S/ 6,666	\$ 62,500	S/ 881
ABRIL	\$ 1,815,194	398,320	S/ 7,974	\$ 62,500	S/ 1,054
MAYO	\$ 2,026,050	418,420	S/ 8,377	\$ 62,500	S/ 1,107
JUNIO	\$ 1,974,379	388,040	S/ 7,769	\$ 62,500	S/ 1,027
JULIO	\$ 3,373,928	637,040	S/ 12,753	\$ 62,500	S/ 1,686
AGOSTO	\$ 2,567,001	495,310	S/ 9,916	\$ 62,500	S/ 1,311
SETIEMBRE	\$ 2,995,067	642,990	S/ 12,873	\$ 62,500	S/ 1,701
OCTUBRE	\$ 1,372,200	320,840	S/ 6,423	\$ 62,500	S/ 849
NOVIEMBRE	\$ 1,475,638	470,650	S/ 9,422	\$ 62,500	S/ 1,245
DICIEMBRE	\$ 948,258	274,060	S/ 5,487	\$ 62,500	S/ 725
TOTAL	\$ 25,344,135	5,668,700	S/ 113,487	\$ 750,000	S/ 15,000

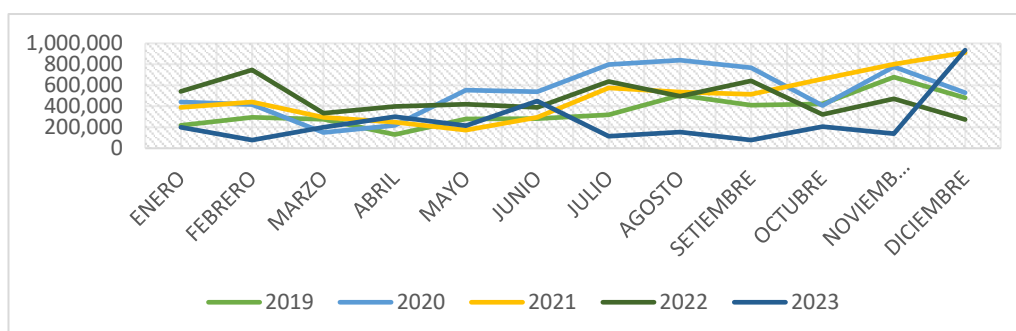
Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

Tabla 5 Distribución de las exportaciones de café en grano verde en valor FOB dólares, kilogramos exportados, flete terrestre, deudas bancarias y deudas con proveedores de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2023.

Meses	Exportaciones (dólares FOB)	Kilogramos exportados	Flete terrestre (soles)	Deuda bancaria (dólares)	Deuda proveedores (soles)
ENERO	\$ 749,774	200,760	S/ 3,204	\$ 62,500	S/ 718
FEBRERO	\$ 306,585	78,990	S/ 1,260	\$ 62,500	S/ 283
MARZO	\$ 750,870	200,535	S/ 3,200	\$ 62,500	S/ 717
ABRIL	\$ 1,266,675	301,000	S/ 4,803	\$ 62,500	S/ 1,077
MAYO	\$ 825,689	214,650	S/ 3,425	\$ 62,500	S/ 768
JUNIO	\$ 1,774,132	451,354	S/ 7,203	\$ 62,500	S/ 1,615
JULIO	\$ 485,939	115,810	S/ 1,848	\$ 62,500	S/ 414
AGOSTO	\$ 853,782	153,110	S/ 2,443	\$ 62,500	S/ 548
SETIEMBRE	\$ 306,578	78,290	S/ 1,249	\$ 62,500	S/ 280
OCTUBRE	\$ 764,714	204,980	S/ 3,271	\$ 62,500	S/ 733
NOVIEMBRE	\$ 478,375	140,310	S/ 2,239	\$ 62,500	S/ 502
DICIEMBRE	\$ 678,764	934,924	S/ 14,919	\$ 62,500	S/ 3,345
TOTAL	\$ 9,241,877	3,074,713	S/ 49,065	\$ 750,000	S/ 11,000

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

Figura 2 Exportaciones de café en kilogramos de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023



Nota. Elaboración propia en Excel

De acuerdo con las tablas y la figura 2, se puede apreciar que en los primeros tres años estudiados existe una tendencia en la que, a partir del mes de julio la empresa realiza más exportaciones. Sin embargo, en 2021 se exportaron alrededor de 600,000 kg menos que en 2020, y aun así se percibieron mayores ingresos. Lo mismo ocurrió en 2022, con una diferencia de aproximadamente 167,000 kilogramos menos exportados, pero con ingresos superiores en alrededor de un millón de dólares en comparación con 2021. Se puede inferir a que el tipo de cambio tuvo participación en el valor monetario de las exportaciones del café de la empresa en estudio.

2.2.1.2 Clasificación del tipo de cambio

Tipo de cambio nominal

El “tipo de cambio nominal” está definido por los precios relativos de las monedas de dos países, cuando la moneda nacional se aprecia significa fortalecimiento y cuando se deprecia es, a su vez, debilitamiento frente a la moneda extranjera. (Mankiw, 2020, p.244).

Por ejemplo, si el sol se deprecia frente al dólar, las exportaciones aumentarán porque los exportadores recibirán una mayor cantidad de soles por sus dólares en el mercado cambiario. Por otro lado, si la moneda nacional se aprecia frente al dólar, las importaciones aumentarán, ya que se necesitará una menor cantidad de soles para comprar dólares.

El tipo de cambio nominal puede ser al contado(*spot*) o a plazos(*forward*), según los días que medien entre la contratación y la liquidación del cambio. (Rodríguez, 2020, p.65). Esta caracterización sugiere que el tipo de cambio puede variar para quienes negocian con divisas, ya que existen fluctuaciones a lo largo del tiempo, y determinan el precio final en una negociación.

El ejemplo de la empresa CAFENOR, que tiene una deuda bancaria en dólares pagada mensualmente, muestra cómo la variación constante del tipo de cambio incrementa la deuda (ver tabla 6). Esta situación perjudica a la empresa, ya que su deuda aumenta debido a la diferencia en el cambio respecto a la moneda nacional. Para intercambiar sus dólares por soles en el sistema bancario nacional, la empresa debe analizar si el precio de compra ofrecido por los bancos es conveniente.

Tabla 6 Distribución de las cuotas bancarias de 62,500 dólares pagadas mensualmente por parte de CAFENOR PERU S.A.C y su conversión a soles, según tipo de cambio de los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023.

Meses	T/C 2019	cuotas convertido a soles (2019)	T/C 2020	cuotas convertido a soles (2020)	T/C 2021	cuotas convertido a soles (2021)	T/C 2022	cuotas convertido a soles (2022)	T/C 2023	cuotas convertido a soles (2023)
ENERO	3.34	S/ 208,991.48	3.33	S/ 207,960.23	3.62	S/ 226,535.94	3.89	S/ 243,080.36	3.83	S/ 239,549.11
FEBRERO	3.32	S/ 207,592.19	3.39	S/ 211,896.88	3.65	S/ 227,829.69	3.79	S/ 236,925.00	3.84	S/ 240,054.69
MARZO	3.30	S/ 206,543.15	3.49	S/ 218,210.23	3.71	S/ 231,759.51	3.74	S/ 233,673.91	3.78	S/ 236,225.54
ABRIL	3.30	S/ 206,489.06	3.40	S/ 212,343.75	3.70	S/ 231,215.63	3.74	S/ 233,733.55	3.77	S/ 235,350.69
MAYO	3.33	S/ 208,272.73	3.42	S/ 213,821.88	3.77	S/ 235,846.73	3.76	S/ 234,846.59	3.69	S/ 230,544.03
JUNIO	3.33	S/ 207,853.13	3.47	S/ 216,885.42	3.91	S/ 244,394.35	3.75	S/ 234,196.43	3.65	S/ 228,190.48
JULIO	3.29	S/ 205,638.39	3.52	S/ 219,785.51	3.94	S/ 246,253.13	3.90	S/ 243,886.51	3.60	S/ 225,081.25
AGOSTO	3.38	S/ 211,097.50	3.56	S/ 222,745.54	4.09	S/ 255,386.90	3.87	S/ 242,112.22	3.70	S/ 231,021.31
SETIEMBRE	3.36	S/ 209,834.82	3.55	S/ 222,181.82	4.11	S/ 256,717.33	3.90	S/ 243,606.53	3.73	S/ 233,104.17
OCTUBRE	3.36	S/ 209,985.12	3.60	S/ 224,725.85	4.02	S/ 250,940.63	3.98	S/ 248,669.64	3.84	S/ 240,275.57
NOVIEMBRE	3.37	S/ 210,731.25	3.61	S/ 225,485.12	4.02	S/ 251,224.70	3.88	S/ 242,331.85	3.76	S/ 235,000.00
DICIEMBRE	3.36	S/ 209,699.40	3.60	S/ 225,163.69	4.04	S/ 252,311.08	3.83	S/ 239,323.44	3.73	S/ 233,125.00
TOTAL		S/ 2,502,728.22		S/ 2,621,205.90		S/ 2,910,415.60		S/ 2,876,386.03		S/ 2,807,521.83

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

Como se puede apreciar, a partir del mes de agosto de 2021, el costo de las cuotas en dólares convertidas a soles se incrementó en un 14.4% respecto al mismo mes en 2020 y en un 20% respecto a 2019. En el 2022, el costo de la deuda se mantuvo elevado debido a las fluctuaciones del tipo de cambio por encima del S/. 3.70. En lo que va del 2023, las fluctuaciones han estado entre el S/. 3.60 y un máximo de S/.3.85 en algunos meses.

Como se puede apreciar, a partir del mes de agosto de 2021, el costo de las cuotas en dólares convertidas a soles se incrementó en un 14.4% respecto al mismo mes en 2020 y en un 20% respecto a 2019. En el 2022, el costo de la deuda se mantuvo elevado debido a las fluctuaciones del tipo de cambio por encima del S/. 3.70. En lo que va del 2023, las fluctuaciones han estado entre el S/. 3.60 y un máximo de S/.3.85 en algunos meses.

Tabla 7 Distribución de las exportaciones en dólares FOB, de la empresa CAFENOR PERU S.A.C de los años 2020; 2021; 2022 y 2023 y su conversión a soles de acuerdo con los tipos de cambio de los respectivos años.

Meses	Exportaciones 2020 (dólares FOB)	T/C 2020	Exportaciones 2020 (convertido a soles)	Exportaciones 2021 (dólares FOB)	T/C 2021	Exportaciones 2021 (convertido a soles)	Exportaciones 2022 (dólares FOB)	T/C 2022	Exportaciones 2022 (convertido a soles)	Exportaciones 2023 (dólares FOB)	T/C 2023	Exportaciones 2023 (convertido a soles)
ENERO	\$ 1,355,355	3.33	S/ 4,509,759	\$ 1,448,831	3.62	S/ 5,251,397	\$ 2,325,105	3.89	S/ 9,042,998	\$ 749,774	3.83	S/ 2,873,723
FEBRERO	\$ 1,418,853	3.39	S/ 4,810,408	\$ 1,567,312	3.65	S/ 5,713,283	\$ 3,211,750	3.79	S/ 12,175,102	\$ 306,585	3.84	S/ 1,177,555
MARZO	\$ 603,508	3.49	S/ 2,107,066	\$ 999,102	3.71	S/ 3,704,822	\$ 1,259,565	3.74	S/ 4,709,240	\$ 750,870	3.78	S/ 2,837,995
ABRIL	\$ 857,357	3.40	S/ 2,912,870	\$ 1,020,476	3.70	S/ 3,775,200	\$ 1,815,194	3.74	S/ 6,788,348	\$ 1,266,675	3.77	S/ 4,769,805
MAYO	\$ 1,849,136	3.42	S/ 6,326,172	\$ 670,046	3.77	S/ 2,528,450	\$ 2,026,050	3.76	S/ 7,612,975	\$ 825,689	3.69	S/ 3,045,723
JUNIO	\$ 1,289,204	3.47	S/ 4,473,753	\$ 1,199,599	3.91	S/ 4,690,803	\$ 1,974,379	3.75	S/ 7,398,280	\$ 1,774,132	3.65	S/ 6,477,440
JULIO	\$ 2,532,001	3.52	S/ 8,903,954	\$ 2,400,706	3.94	S/ 9,458,902	\$ 3,373,928	3.90	S/ 13,165,689	\$ 485,939	3.60	S/ 1,750,012
AGOSTO	\$ 2,612,288	3.56	S/ 9,310,008	\$ 2,260,241	4.09	S/ 9,235,775	\$ 2,567,001	3.87	S/ 9,944,037	\$ 853,782	3.70	S/ 3,155,869
SETIEMBRE	\$ 2,239,811	3.55	S/ 7,962,324	\$ 2,246,183	4.11	S/ 9,226,146	\$ 2,995,067	3.90	S/ 11,673,886	\$ 306,578	3.73	S/ 1,143,434
OCTUBRE	\$ 1,285,504	3.60	S/ 4,622,176	\$ 3,015,259	4.02	S/ 12,106,416	\$ 1,372,200	3.98	S/ 5,459,592	\$ 764,714	3.84	S/ 2,939,873
NOVIEMBRE	\$ 2,332,616	3.61	S/ 8,415,523	\$ 3,507,281	4.02	S/ 14,097,850	\$ 1,475,638	3.88	S/ 5,721,505	\$ 478,375	3.76	S/ 1,798,690
DICIEMBRE	\$ 1,220,243	3.60	S/ 4,396,071	\$ 3,895,600	4.04	S/ 15,726,449	\$ 948,258	3.83	S/ 3,631,046	\$ 678,764	3.73	S/ 2,531,790
TOTAL	\$ 19,595,876		S/ 68,750,084	\$ 24,230,636		S/ 95,515,493	\$ 25,344,135		S/ 97,322,697	\$ 9,241,877		S/ 34,501,910

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

En el 2021 y 2022, la empresa CAFENOR PERÚ S.A.C. experimentó un aumento en sus ingresos por exportaciones en dólares, lo cual estuvo vinculado tanto a un incremento en el precio de su producto como a la variación favorable del tipo de cambio que se mantuvo por encima de S/. 3.70 durante todo el año.

Tipo de cambio real

El “tipo de cambio real”, está definido por el producto entre el tipo de cambio Nominal y el cociente de los precios relativos de los bienes entre dos países, específicamente, el índice general de precios. (Mankiw, 2020, p.244.). Está expresado por la siguiente formula:

$$T.C \text{ real} = T.C \text{ nominal} \times \frac{IPC \text{ nacional}}{IPC \text{ país extranjero}}$$

Si los bienes y servicios nacionales están caros, el tipo de cambio real subirá, lo que incrementará la importación de bienes o servicios extranjeros por ser más baratos, lo que resultará en un déficit en la balanza comercial. Por otro lado, el tipo de cambio real disminuirá si el IPC extranjero es alto, lo que hará que la exportación de bienes y servicios nacionales aumente por ser más baratos generando un superávit en la balanza comercial. (Mankiw, 2020, p.245).

2.2.1.3 Enfoques teóricos

La ley del precio único

De acuerdo con Paul R. Krugman y Obstfeld (2006), la ley del precio único se basa en que los mercados competitivos donde no se toma en cuenta los costes de transporte ni las barreras al comercio, como lo son los aranceles, los precios de productos idénticos deben ser los mismos cuando es expresado en una misma moneda. (p.398)

Un ejemplo hipotético de los pantalones *jeans*, si en Estados Unidos el precio unitario del *jean* es USD 20, en Perú se vende equivalente al tipo de cambio sol/dólar (3.7 soles por dólar) que resulta 74 soles, igual al precio en los Estados Unidos. Si el tipo de cambio sol/dólar descendiese a 3.50 soles por dólar y aún se mantiene el precio de 74 soles por pantalón en el mercado nacional, resultaría más factible importar pantalones *jeans* de Estados Unidos porque un pantalón de 20 dólares está 70 soles. Esta situación incentivaría a los importadores peruanos comprar pantalones *jeans* estadounidenses, mientras que los exportadores estadounidenses incrementarían el precio de sus unidades por aumento de demanda y de esa forma se equilibraría el precio del bien en ambos países.

Paridad del Poder Adquisitivo

Krugman y Obstfeld (2006) explican que el tipo de cambio entre dos países es igual a sus niveles de precios generales al consumidor de bienes y servicios. La PPA decreta que si la moneda nacional disminuye en su capacidad adquisitiva (incremento de la canasta básica nacional) esta asociada a la depreciación de la moneda nacional en el mercado de divisas y si aumenta la capacidad adquisitiva de ésta ocurre su apreciación. (p.399)

La ecuación del PPA para el tipo de cambio (sol/dólar) es:

$$T.C \left(\frac{SOL}{DÓLAR} \right) = \frac{PRECIO EN SOLES DE LA CANASTA BÁSICA PERUANA}{PRECIO EN DÓLARES DE LA CANASTA BÁSICA DE EE.UU}$$

Sin embargo, Solano (2018), refuta esta teoría a que no es posible su aplicación debido a que los mercados de divisas no se encuentran enlazados a entre si a tiempo real, por ejemplo las bolsas de valores EE.UU o de Europa

respecto a las bolsas de valores latinoamericanas, por la diferencia de los precios generales de cada país, sistemas de flotación cambiaria flexible o libre en la mayoría de países y porque una intervención del sistema cambiario por parte del Estado solamente camuflaría los defectos de algunos productos y para el beneficio de otros para ser más competitivos.

Enfoque monetario del tipo de cambio

El enfoque monetario del tipo de cambio es una de las teorías que Paul R. Krugman y Obstfeld (2006) explican cómo los tipos de cambio a largo plazo están determinados fundamentalmente por la oferta y demanda de dinero en diferentes países. Señala que esta teoría se basa en la idea de que el tipo de cambio, que representa el precio relativo de dos monedas, está completamente determinado a largo plazo por las ofertas relativas de esas monedas y sus demandas reales relativas. (p.402).

Según el enfoque monetario, el tipo de cambio a largo plazo depende del equilibrio entre la oferta y demanda de dinero en cada país. Si suponemos que las funciones de demanda de dinero en Estados Unidos y Europa son iguales, el tipo de cambio se ajustará para equilibrar las cantidades de dinero demandadas y ofrecidas en cada economía. Si hay un aumento en la oferta monetaria en un país, la teoría predice que su moneda se depreciará en términos relativos frente a otras monedas. Esto ocurre porque con más moneda en circulación, su valor disminuye.

Factores externos a la oferta y demanda de divisas

Solano (2018) describe los principales factores externos que pueden influir a la variación del tipo de cambio:

Los factores naturales. Terremotos, sequías o lluvias prolongadas pueden influir en el tipo de cambio de una moneda, ya que estos eventos pueden reducir la inversión extranjera, disminuir el turismo y afectar la producción nacional, lo que impacta negativamente el comercio exterior.

Los factores políticos, guerras, una crisis política, un cambio en la constitución y leyes que modifique drásticamente el rendimiento de las inversiones como nuevos impuestos, expropiaciones arbitrarias, control de cambios, restricciones a las transferencias, pueden ocasionar efectos contraproducentes en los tipos de cambio.

Factores sistémicos. La quiebra de instituciones globalistas importantes puede provocar quiebras en cadena, finalmente, un colapso total del sistema financiero, con indudables consecuencias en el tipo de cambio.

Factores Soberanos. La incertidumbre de un país para poder pagar la deuda externa, por lo cual las clasificadoras de riesgo otorgan el grado de inversión.

Factores Económicos. Consiste en la aplicación de políticas económicas de un País frente a variables extranjeras y nacionales, que tienen efecto en la inflación, la producción nacional, en la tasa de desempleo, tasas de interés y que finalmente afectan al tipo de cambio.

2.2.1.4 Evaluación de la variable

La variable “tipo de cambio” es sometido a examinación por operacionalización que comprende dos dimensiones: inflación y divisas.

Inflación

La Inflación es el incremento generalizado en los precios de bienes o servicios de toda una economía durante un periodo de tiempo (Sevilla, 2021) y Rodríguez (2023) lo define como: “el aumento generalizado de los precios a lo largo del tiempo.” (p.66). Rivera (2017) define a la inflación como: “crecimiento generalizado y muchas veces desordenado de los precios, que tiene consecuencias negativas para el normal funcionamiento de los mercados, pues distorsiona los precios, en último término afecta la producción y el empleo.” (p.39).

Rivera (2017) agrega que: “existe relación entre la Inflación y el tipo de cambio” (p.209), y sucede que cuando la inflación aumenta en un país extranjero y es mayor que la del Perú, se incrementarán las exportaciones de productos nacionales y como consecuencia se ofertarán divisas en el territorio nacional producto de las transacciones internacionales; y si la inflación aumenta en el Perú con respecto a otro país extranjero, sucederá que se importaran productos extranjeros que están más baratos y se demandará de divisas para poder pagarlos.

Se puede decir que la inflación es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios de un país, donde los demandantes se ven obligados a desembolsar mayor cantidad de dinero para poder adquirirlos; y que el tipo de cambio real (sol/dólar) depende de la inflación en los Estados Unidos y de la inflación en el Perú.

Los indicadores de la dimensión son: “Índice de Precios al Consumidor” e “incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos”.

Divisas

Se denomina divisas a las monedas extranjeras, es decir, a cualquier moneda oficial que no sea la moneda legal del país en cuestión. A las cuales los países recurren para el comercio internacional. (Bloomberg, 2023), Solano (2018) lo define como “la unidad monetaria que identifica un país extranjero y que no debe confundirse con moneda, que se refiere a la unidad monetaria que identifica un país local” (p.11). Llevándolo a un ejemplo peruano, la moneda nacional es el “sol” mientras que las divisas son el “dólar estadounidense”, el “euro”, las “libras esterlinas” o el “yuan”; porque son monedas extranjeras utilizadas constantemente en transacciones con el exterior. El mismo autor agrega que: “Aunque los términos moneda y divisa son diferentes, en esencia son iguales, pues representa una unidad monetaria de un país, indistintamente donde esté ubicado quien haga la referencia” (p.11).

Los indicadores de la dimensión son: “comercio internacional de bienes” y “crecimiento económico del Perú”.

2.2.2 Exportaciones de café

2.2.2.1 Definición

En este apartado se desarrolla la definición de la variable dependiente “exportaciones de café”. Los autores Urrosolo y Martínez (2022) definen a la “exportación” como: “la salida de mercancías de un país con destino a otro” (p.4); Es un régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales para el consumo definitivo en el exterior y que, a diferencia de las importaciones, están exentas de pagar tributos. Los únicos costos que incurre el vendedor son el traslado de la mercancía dentro del país, el transporte internacional y el seguro

de la carga, los cuales dependerán del INCOTERM elegido por las partes. (SUNAT).

La variable dependiente “exportaciones de café” se define como la salida de café peruano hacia los mercados internacionales, para su consumo definitivo, sin pagar tributos con el fin de fomentar las exportaciones y beneficiar la economía peruana.

2.2.2.2 Enfoques teóricos

Teoría de la ventaja absoluta

Adam Smith en 1776 defendía que la especialización es la vía para la ventaja absoluta en la fabricación de un bien, su premisa era: “Es la máxima de todo jefe de familia prudente nunca intentar tratar de producir en casa lo que le costaría más producir que comprar”. Se fundamenta en la división global del trabajo, la especialización, la disponibilidad de recursos productivos, la teoría del valor basado en el trabajo, la competencia perfecta y los rendimientos crecientes a escala. La teoría del valor basado en el trabajo sostiene que el valor de un producto se determina por la cantidad de trabajo involucrado y que mediante la especialización se logra una reducción de los costos de producción. Además, la disponibilidad de recursos naturales y avances tecnológicos contribuyen a aumentar la productividad. (Páez, Jiménez y Buitrago, 2021, p.122)

Teoría de la ventaja comparativa

Krugman y Obstfeld (2006), describen al modelo Ricardiano como el referente para explicar el origen del comercio internacional y su efecto en el bienestar nacional. El economista David Ricardo defendía que el trabajo es el único factor de la producción, los países exportarán aquellos bienes donde tienen

una productividad alta y que implican un menor coste relativo e importarán aquellos bienes donde no tienen relativa eficiencia. El modelo es criticado porque ignora las economías de escala de las empresas, la distribución de rentas y la diferencia de recursos entre países. (p.14). Además, Ricardo no tomó en cuenta la dotación de los factores capital y preferencias de los consumidores; centrándose en la diferenciación del trabajo gracias a la tecnología. (Alonso, 2021, p.85-86).

Teoría de proporciones relativas de factores

Los economistas suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin defendían en su teoría que los factores capital y trabajo son los principales responsables de las diferencias en los costos relativos entre dos países que intercambian bienes y se asume que la asignación de tecnologías y preferencias de consumidores son iguales. El modelo de la teoría consiste en que un país X es fuerte en capital y el país Y es fuerte en trabajo, pero ambos están dotados de los mismos factores. La ventaja comparativa consiste que la producción del bien utilice intensamente aquel factor que le es abundante y que represente costos competitivos. (Alonso, 2021, p.86) y (Páez, Jiménez y Buitrago, 2021, p.125). Un ejemplo es China, que tiene una ventaja en trabajo respecto a otros países debido a una superioridad en cantidad de mano de obra y adicionalmente es rentable.

2.2.2.3 Especies de café

Existen 124 especies de café, dos de ellas son más cultivadas a nivel mundial por su adaptación, resistencia, buen sabor o popularidad internacional, y se distinguen en: Arábica o Arábica (*coffea arabica*) y Robusta (*coffea robusta*). (Del Castillo e Iriondo, 2022, p.20).

Café Arábica: Representa el 75% de la producción mundial de café, es el más popular por su buen sabor y aroma, se cultiva a entre los 900 a 2500 metros sobre el nivel del mar, con ambientes templados o húmedos de 20° C y vientos moderados. Contempla sabores frutales dulces, ácidos y contiene 1% de cafeína, es el más vulnerable ante plagas o variabilidades climáticas. (Del Castillo e Iriondo, 2022, p.20).

Café Robusta: Contempla el 25% restante de la producción mundial, es popular por su alto contenido de cafeína (2% a 3%), resistencia a plagas y sabor amargo. Se cultiva a altitudes menores a los 800 metros sobre el nivel del mar, con temperatura cálidas mayores a lo 24°C y es menos exigente al régimen de lluvias que puedan afectar la cosecha. Es empleado para la elaboración del café soluble por ser barato y de menor calidad gustativa. (Del Castillo e Iriondo, 2022, p.20).

2.2.2.4 Estacionalidad del café

La cosecha y producción de los granos del café en Perú comienza en el mes de marzo y alcanza niveles máximos en mayo hasta junio, y termina por descender en el mes de septiembre, con niveles muy ínfimos para el resto del año. (MINAGRI, 2020, p.14).

2.2.2.5 Cadena logística de la exportación del café peruano

En base a (MINCETUR, 2016, p.18), se describe las fases de la cadena logística para la exportación del café:

La primera etapa, es realizada por agricultores que cosechan manualmente los frutos del café, para ser despulpado, lavado y secado en parcelas; quienes después ensacan los granos de café secos para ser

transportados en vehículos particulares hacia los centros de acopio para su venta.

La segunda etapa es realizada por los centros de acopio que se dedican a la selección y clasificación de los granos del café según su calidad, tamaño, humedad y rendimiento. Las unidades que pasan los estándares de calidad y salubridad son comprados a los agricultores. Después pasan a ser trillados para obtener el grano verde; se almacena temporalmente, se ensaca y el centro de acopio solicita un certificado fitosanitario del SENASA de su producción. Se contrata transporte de carga para el traslado de la mercancía hacia las empresas exportadoras.

La tercera etapa se encargan las empresas exportadoras, en sus plantas de procesamiento realizan la limpieza final, envasado y rotulado de la carga acorde a las exigencias del importador, el exportador solicita certificado fitosanitario al SENASA por procesamiento-rotulado y certificado de productos procesados de origen vegetal. Se traslada la mercancía por parte de operadores logísticos hacia los almacenes temporales en los puertos del Callao o Paita.

La cuarta etapa se lleva cabo en los depósitos temporales donde la agencia de aduana, contratada por el exportador, se encarga de la representación ante la SUNAT en la revisión aduanera. Posterior a la aprobación de la carga por parte de SUNAT, el operador logístico se pone en contacto con navieras para reserva de espacio y así consolidar la carga.

La quinta etapa es el traslado de la mercancía por parte del operador logístico hacia el puerto del Callao o de Paita para la recepción, preembarque y estiba en las embarcaciones de las líneas navieras.

2.2.2.6 Mercados destino del café peruano

Los países más representativos como importadores de café peruano en los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023 son: Estados Unidos de América, Alemania, Bélgica, Canadá, Suecia, Países Bajos, Italia y Francia. (ver anexo VII).

En 2023, los principales mercados de CAFENOR PERU S.A.C fueron Estados Unidos, con una participación del 31.02%; Bélgica con un 22.60%; Alemania con un 14.64% y Canadá, con 12.30%. (ver tabla 8).

Tabla 8 *Distribución de los mercados destino de CAFENOR PERU S.A.C en el 2023, por exportaciones en dólares FOB y participación porcentual.*

PAISES DESTINO	VALOR USD FOB EXPORTADO	PARTICIPACION
Estados Unidos	\$ 2,867,221	31.02%
Bélgica	\$ 1,995,901	21.60%
Alemania	\$ 1,352,834	14.64%
Canadá	\$ 1,136,617	12.30%
España	\$ 701,656	7.59%
Suecia	\$ 435,782	4.72%
Países Bajos	\$ 298,486	3.23%
Australia	\$ 218,529	2.36%
Italia	\$ 124,711	1.35%
México	\$ 110,140	1.19%
Total	\$ 9,241,877	100%

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

2.2.2.7 Principales exportadoras de café peruano

El Perú cuenta con cientos de empresas dedicadas al comercio internacional de café en todas sus variedades, destacando el café en grano verde. Las principales empresas exportadoras en 2023 fueron: OLAM AGRO PERU S.A.C, con una participación del 13.56%; PERALES HUANCARUNA S.A.C con un 12.51% y COMERCIO AMAZONIA S.A, con un 10.38%, (ver tabla

9). Estas tres empresas tienen la mayor participación en cantidades exportadas durante ese año. Por su parte, CAFENOR PERU S.A.C. tuvo una participación del 1.88% a nivel nacional. (ver anexo VIII).

Tabla 9 *Distribución de las principales empresas exportadoras de café peruano, según sus exportaciones en dólares FOB en el 2023.*

MESES	PERALES HUANCARUNA S.A.C	OLAM AGRO PERU S.A.C	ED.F MAN VOLCAFE PERU S.A	COMERCIO AMAZONIA S.A	HVC EXPORTACION ES S.A.C	COMPAÑÍA INTERNACIONAL DEL CAFÉ S.A.C
ENERO	\$ 13,607,134	\$ 3,230,212	\$ 3,028,870	\$ 4,077,390	\$ 929,485	\$ 4,000,705
FEBRERO	\$ 4,598,146	\$ 572,914	\$ 493,910	\$ 1,062,210	\$ 100,778	\$ 466,373
MARZO	\$ 1,387,247	\$ 706,041	\$ 845,662	\$ 472,802	\$ 544,402	
ABRIL	\$ 640,499	\$ 139,624	\$ 105,988	\$ 974,499	\$ 76,075	
MAYO	\$ 949,259	\$ 2,258,449	\$ 74,134	\$ 334,098	\$ 1,240,065	
JUNIO	\$ 1,023,569	\$ 1,550,081	\$ 228,450	\$ 777,734	\$ 2,297,942	\$ 1,765,859
JULIO	\$ 9,795,675	\$ 3,347,371	\$ 573,695	\$ 2,101,527	\$ 3,572,448	\$ 2,410,394
AGOSTO	\$ 14,986,535	\$ 9,475,907	\$ 7,370,872	\$ 4,956,543	\$ 5,511,670	\$ 3,369,198
SETIEMBRE		\$ 7,789,070	\$ 7,803,070	\$ 8,950,411	\$ 5,832,611	\$ 5,231,542
OCTUBRE		\$ 14,082,783	\$ 8,699,262	\$ 11,507,798	\$ 5,145,920	\$ 7,966,808
NOVIEMBRE	\$ 1,179,784	\$ 6,660,593	\$ 2,219,734	\$ 3,553,558	\$ 3,799,181	\$ 456,728
DICIEMBRE	\$ 13,472,054	\$ 16,967,846	\$ 2,092,147	\$ 12,357,568	\$ 7,589,295	\$ 6,491,200
TOTAL	\$ 61,639,902	\$ 66,780,891	\$ 33,535,794	\$ 51,126,138	\$ 36,639,872	\$ 32,158,807

Nota. Fuente SUNAT, elaboración propia en Excel.

Con base en la evidencia recopilada de la SUNAT sobre las exportaciones de las principales exportadoras de café en Perú, incluida CAFENOR PERÚ S.A.C., se puede observar una tendencia en la que los ingresos por exportaciones tienden a aumentar a partir del mes de junio. (ver tabla 10)

Tabla 10 *Distribución de las exportaciones en dólares FOB y en Kilogramos de la empresa CAFENOR PERU S.A.C durante el 2023.*

PAISES DESTINO	VALOR USD FOB EXPORTADO	KILOGRAMOS EXPORTADOS
Enero	\$ 749,774	200,760
febrero	\$ 306,585	78,990
Marzo	\$ 750,870	200,535
Abril	\$ 1,266,675	301,000
Mayo	\$ 825,689	214,650
Junio	\$ 1,774,132	451,354
Julio	\$ 485,939	115,810
Agosto	\$ 853,782	153,110
setiembre	\$ 306,578	78,290
octubre	\$ 764,714	204,980
noviembre	\$ 478,375	140,310
diciembre	\$ 678,764	934,924
total	\$ 9,241,877	3,074,713

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

2.2.2.8 Evaluación de la variable

Las “exportaciones de café”, es sometido a examinación por operacionalización que comprende dos dimensiones: los costos estratégicos y la diversificación de ventas.

Costos Estratégicos

El autor Torres (2020) expone: Para que una empresa pueda ser competitiva en sus precios y no desaparecer del mercado, puede aplicar la estrategia de liderazgo en costos globales que consiste en, implementar instalaciones de producción que permita tener economías de escala, reducción de costos basados en la experiencia, gestión adecuada de los costos y clasificarlas según si son fijos o variables, evitar clientes pequeños y finalmente reducir costos en investigación-desarrollo, publicidad o ventas. (p.60). Sintetizando la teoría, la implementación de costos estratégicos en las

exportaciones de café, se basaría en satisfacer clientes que compren toneladas de café constantemente, tener un centro de acopio y máquinas eficientes que generen economías de escala.

Los indicadores de la dimensión son: “competitividad de precios” y “márgenes de ganancia”.

Diversificación de las ventas

Bayón (2019) define a la diversificación de las ventas como una estrategia empresarial para diferenciar los productos de la empresa con respecto a los de la competencia, ya sea mejorando la calidad, la imagen de marca o acorde a los gustos del cliente (p.15). La empresa CAFENOR si quiere diversificar sus ventas tiene que ofrecer una variedad de presentaciones o tipos de café que requiere el mercado internacional y enmarcándose a los estándares de calidad que exigen.

Los indicadores de la dimensión son: “nuevos clientes y mercados” y “crecimiento de exportaciones”.

2.3 La empresa CAFENOR PERU S.A.C

2.3.1 Historia de la empresa

La empresa CAFENOR PERU S.A.C. fue fundada en 2010 con capitales peruanos y está ubicada en la ciudad de Moyobamba, en el departamento de San Martín. Se dedica al acopio y exportación de café, contando con ventajas específicas por ser un producto originario. La empresa se beneficia de los Tratados de Libre Comercio, ya que, en sus principales mercados de destino, como la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y Australia, el café sin tostar y sin descafeinar de la subpartida 0901 11 00 está libre de aranceles. A pesar de

la grave crisis mundial causada por la COVID-19, se puede observar el crecimiento de las exportaciones de la empresa. (ver tabla 11).

Tabla 11 *Distribución de las ventas mensuales en dólares FOB de CAFENOR PERU S.A.C durante los años 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023.*

Meses	Exportaciones 2019 (dólares FOB)	Exportaciones 2020 (dólares FOB)	Exportaciones 2021 (dólares FOB)	Exportaciones 2022 (dólares FOB)	Exportaciones 2023 (dólares FOB)
ENERO	\$ 718,248	\$ 1,355,355	\$ 1,448,831	\$ 2,325,105	\$ 749,774
FEBRERO	\$ 896,847	\$ 1,418,853	\$ 1,567,312	\$ 3,211,750	\$ 306,585
MARZO	\$ 691,597	\$ 603,508	\$ 999,102	\$ 1,259,565	\$ 750,870
ABRIL	\$ 507,356	\$ 857,357	\$ 1,020,476	\$ 1,815,194	\$ 1,266,675
MAYO	\$ 1,075,118	\$ 1,849,136	\$ 670,046	\$ 2,026,050	\$ 825,689
JUNIO	\$ 1,046,574	\$ 1,289,204	\$ 1,199,599	\$ 1,974,379	\$ 1,774,132
JULIO	\$ 996,179	\$ 2,532,001	\$ 2,400,706	\$ 3,373,928	\$ 485,939
AGOSTO	\$ 1,490,689	\$ 2,612,288	\$ 2,260,241	\$ 2,567,001	\$ 853,782
SEPTIEMBRE	\$ 1,282,432	\$ 2,239,811	\$ 2,246,183	\$ 2,995,067	\$ 306,578
OCTUBRE	\$ 1,456,208	\$ 1,285,504	\$ 3,015,259	\$ 1,372,200	\$ 764,714
NOVIEMBRE	\$ 2,756,653	\$ 2,332,616	\$ 3,507,281	\$ 1,475,638	\$ 478,375
DICIEMBRE	\$ 1,687,030	\$ 1,220,243	\$ 3,895,600	\$ 948,258	\$ 678,764
TOTAL	\$ 14,604,931	\$ 19,595,876	\$ 24,230,636	\$ 25,344,135	\$ 9,241,877

Nota. Elaboración propia basado en información concedida por la empresa

2.3.2 Visión

“Ser la principal empresa peruana exportadora de café orgánico para el 2030”.

2.3.3 Misión

Trabajar con dinamismo el acopiamiento de café cumpliendo las acreditaciones internacionales y ofrecer el mejor precio a nuestros clientes internacionales.

2.4 Definición de términos básicos

Apreciación: es el incremento de valor o demanda de la moneda nacional frente a otras divisas (López, 2019), explica que esto sucede cuando la moneda extranjera se vuelve más barata, es decir, cuando se necesitan menos unidades

de la moneda local para adquirirla. En otras palabras, el tipo de cambio se ha apreciado o la moneda local ha aumentado su valor.

Desde el punto de vista económico, la apreciación se refiere a la valoración que tiene un bien concreto, también implica la tasación del costo de un bien específico.

Aversión al riesgo: cierto nivel de rechazo al riesgo por parte de una persona que invierte en los mercados financieros. (Sánchez, 2020). También se puede definir como la preferencia que tiene un inversor para evitar (rechazar) el riesgo en su inversión ante la posibilidad de sufrir pérdidas.

Café: Es el producto principal que exporta la empresa CAFENOR PERÚ S.A.C. y se considera palabra clave y fundamental en esta investigación. De las 124 especies conocidas, cuenta con dos principales especies que se consumen y comercializan: *Coffea arabica* y *Coffea robusta*. (Del Castillo e Iriondo, 2022).

Crisis política: Marín (2021) lo define como una situación adversa y repentina que pone en juego la estabilidad del gobierno y a las instituciones que la conforman, añade que las crisis políticas pueden ser crisis económicas, sanitarias, de gobernabilidad, desastres naturales e influencia extranjera; debido a que, la ciudadanía requerirá de las instituciones públicas para dar solución a los problemas que las aquejan.

Cuasidinero: constituido por los depósitos de ahorro, depósitos a plazo, cédulas hipotecarias, letras hipotecarias, bonos emitidos por las instituciones financieras y otros valores. Son considerados como sustitutos cercanos del dinero, y que

además por innovación financiera pueden cumplir varias de las funciones del dinero. (BCRP)

Depreciación: es la pérdida de valor o demanda de la moneda nacional frente a otras divisas. (López, 2019)

Dinero: Activo financiero que cumple las funciones de medio de pago, reserva de valor y unidad de cuenta. En sentido estricto, se refiere al circulante y los depósitos a la vista. (BCRP)

Índice de precios al consumidor: Es un índice económico que mide los precios de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares del país conocido como canasta. De igual forma el IPC es una investigación estadística que permite medir la variación porcentual promedio de los precios al por menor de un conjunto de bienes y servicios de consumo final que demandan los consumidores. (DANE, 2023)

Liquidez monetaria: Pasivos financieros u obligaciones monetarias de las instituciones financieras con el sector privado de la economía. La liquidez puede estar constituida en moneda nacional o moneda extranjera. La liquidez en moneda nacional se divide en Dinero y Cuasidinero. (BCRP)

Mercado de divisas: Está constituido por oferentes y demandantes de divisas e intermediarios autorizados. Los oferentes son: personas provenientes del extranjero que venden sus divisas, los compatriotas que envían remesas al Perú, el Banco Central de Reserva cuando vende divisas en el país, exportadores y las empresas de capital extranjero. Los demandantes son: importadores, nacionales que envían remesas al extranjero, el BCR comprando divisas, empresas nacionales invirtiendo en el extranjero y los deudores en moneda

extranjera. Los intermediarios son: las sociedades agentes de bolsa, las casas de cambio y sociedades financieras. (Solano, 2018, pp.14-15).

Subproductos del Café: Desecho, coproducto útil y comercializable del café. Destaca la cascara de café y sirve como fertilizante natural, base de harinas libre de gluten e infusiones. (Del Castillo e Iriondo, 2022).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis general y específicas

Hipótesis general

El tipo de cambio influye significativamente en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023.

Hipótesis específicas

- El índice de precios al consumidor del Perú afecta significativamente a la competitividad de los precios de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C en los mercados internacionales, entre el 2021-2023.
- El incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos afecta significativamente en los márgenes de ganancia de CAFENOR PERU S.A.C, entre el 2021-2023.
- El comercio internacional de bienes favorece significativamente a CAFENOR PERU S.A.C en conseguir nuevos clientes y mercados, entre el 2021-2023.
- El crecimiento económico del Perú influye significativamente en el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C, entre el 2021-2023.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1 Variable Independiente: Tipo de cambio

“el precio de la moneda de un país en términos de la moneda de otro.”
(Kozikowski, 2013, p.21).

Dimensiones e indicadores

X1: Inflación

Indicadores:

1.1 Índice de Precios al Consumidor – IPC.

1.2 Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos.

X2 : Divisas

Indicadores:

2.1 Comercio internacional de bienes.

2.2 Crecimiento económico del Perú.

2.2.2 Variable Dependiente: Exportaciones de café

“salida de mercancías nacionales para el consumo definitivo en el exterior y que, a diferencia de las importaciones, están exentas de pagar tributos.”
(SUNAT)

Dimensiones e indicadores

Y1: Costos estratégicos

Indicadores:

1.1 Competitividad de precios

1.2 Márgenes de ganancia

Y2: Diversificación de las ventas

Indicadores:

2.1 Nuevos clientes y mercados

2.2 Crecimiento de exportaciones

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es del tipo aplicado, ya que el método científico de las ciencias administrativas busca contribuir con la solución a problemas de la comunidad empresarial y sociedad. (Gutiérrez, López y Quintero, 2020, p.38.)

3.1.2 Enfoque de investigación

La investigación tiene el enfoque cuantitativo, se define así porque busca aprobar o rechazar una hipótesis y utiliza métodos estadísticos para analizar objetivamente los datos recopilados sobre variables estudiadas. (Carhuancho y Nolazco, 2019, p.12.).

3.1.3 Alcance de investigación

Conforme a los propósitos del estudio, la investigación se centró en el alcance explicativo debido a que se quiere determinar la influencia del tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en el 2021-2023. Es el estudio más completo dado que responde a preguntas sobre relaciones de causalidad, ya que no solamente se centran en las variables y sus relaciones sino también en sus vínculos internos. (Gutiérrez, López y Quintero, 2020, p.85.).

3.1.4 Diseño de investigación

Según la naturaleza de la investigación, ésta tiene un diseño no experimental, donde las variables no se manipulan deliberadamente porque ya han ocurrido (Gutiérrez, López y Quintero, 2020, p.109). Por tanto, se toma una muestra en la cual se observan y analizan las variables tal como se presentan:

$$M = O_x r O_y$$

Dónde:

M = Muestra.

O = Observación.

x = Tipo de cambio

y = Exportaciones de café.

r = Relación de variables

3.2 Diseño muestral

Población: Son los individuos o elementos sobre los que se tiene interés de estudio y tienen la característica de ser demasiado grandes como para ser abarcados en su totalidad (Bofill, López y Palmeiro, 2019, p.13), la población está conformada por 67 empleados de la empresa CAFENOR PERU S.A.C, y constituyen a jefes de área, socios corporativos, asistentes administrativos/contables, personal de control de calidad y operarios.

Muestra: Es el subconjunto de la población a estudiar, es representativa de la misma, al que se tiene acceso objetivamente y sobre la cual se hace las observaciones (Bofill, López y Palmeiro, 2019, p.13); 57 empleados de la población

total de CAFENOR PERU S.A.C conforman las unidades de análisis de investigación. El muestreo utilizado es probabilístico, y consiste en que los individuos o datos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos (Proaño, 2020, p.19). Se aplicó la fórmula para una población finita:

Población $N = 67$

Desviación estándar $Z = 1.96$

Margen de error $E = 5\%$

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(67)}{(0.05)^2(67 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = 57$$

Muestra $n = 57$

3.3 Técnicas de recolección de datos

Se elaboró un cuestionario estructurado para la obtención de datos acorde a las variables y objetivos del estudio. El instrumento fue validado mediante el juicio de expertos de la universidad, específicamente, docentes especialistas en economía y comercio internacional.

Técnicas

La técnica de recolección de datos empleada en esta investigación es la encuesta basándose en el cuestionario estructurado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra. (Ronquillo, Castro y Castro, 2024, p.57). Se aplicó a 57 trabajadores pertenecientes a CAFENOR PERU S.A.C. Esta técnica es fundamental para la obtención de

información detallada sobre las variables de interés y sus interrelaciones, así como para determinar el grado de causalidad entre ellas.

Instrumentos

El cuestionario es un instrumento básico de las observaciones, entrevistas y encuestas que permite observar los hechos a través de la valoración del encuestado o entrevistado (Ronquillo, Castro y Castro, 2024, p.57). El cuestionario está compuesto por un conjunto de preguntas predefinidas que se aplican de manera uniforme a todos los participantes, mediante la confrontación entre variables principales e indicadores de cada dimensión.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Los datos obtenidos en las encuestas se procesaron en la hoja de cálculo de *MS-Excel* y se realizó análisis de confiabilidad por el índice *Alpha de Cronbach*, esta prueba es la más popular entre las tesis y se concentra en el número de ítems, indicadores o preguntas de un cuestionario y el promedio de correlación entre los mismos. (Mejia,2023, p.170), las interpretaciones son las siguientes:

0.90 y más, excelente confiabilidad

0.70 a 0.90, alta confiabilidad

0.50 a 0.70, moderada confiabilidad

0.50 o menor, baja confiabilidad

Se empleó el análisis de normalidad por *Kolmogorov – Smirnova* debido a que la muestra es mayor a 50 individuos. Los datos no tienen una distribución

normal, se utilizó la prueba no paramétrica de Correlación de *Spearman* que es menos sensible a datos dispersos para determinar el grado de asociación entre los ítems de las dimensiones (Mejía, 2023, p.182).

La estadística descriptiva sirve para organizar, resumir y presentar los datos de manera informativa ya sea a través de diagramas pastel, de barras, pictogramas, histogramas, etc. (Proaño, 2020, p.17). En la investigación se utilizó diagramas pastel y de barras mediante la aplicación de *SPSS* versión 26.

Finalmente, se empleó la regresión lineal simple para determinar la influencia del tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023. Esta técnica estadística sirve para explorar y cuantificar la relación de interdependencia entre una variable cuantitativa (y) que es la variable dependiente en respuesta a una variable (x_1) llamada predictora o explicativa. (Contento, 2019, p.385) y (Diaz, 2022, p.290).

3.5 Aspectos éticos

El desarrollo de la presente investigación se realizó tomando como base los principios establecidos en el código de ética de la Universidad San Martín de Porres (2015). Los datos, respuestas y evidencias son verídicos con el consentimiento informado de los representantes de la empresa CAFENOR PERU S.A.C. En esta investigación se citaron autores nacionales e internacionales y se aplicó la técnica del parafraseo según las normas APA VII edición.

Se destaca la confidencialidad de los datos y la privacidad de los participantes, manteniendo la integridad científica en todas las etapas del desarrollo

de la investigación. Esto incluye la recopilación, análisis e interpretación de los datos, evitando el plagio, garantizando de que todas las citas sean utilizadas de forma adecuada, se evitó cualquier tipo de sesgos y se aseguró la objetividad de los resultados. La autenticidad de esta investigación ha sido validada mediante el software *Turnitin*.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Análisis de fiabilidad

El análisis de fiabilidad es una técnica utilizada en la investigación para evaluar la consistencia y estabilidad de una medida o escala. Su objetivo principal es determinar si las preguntas o ítems de una escala miden de manera consistente una variable o constructo específico. Este análisis asegura que los resultados obtenidos sean reproducibles y precisos, reflejando adecuadamente el fenómeno que se pretende estudiar.

Tabla 12 *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,795	10

La fiabilidad medida por el Alfa de Cronbach debe ser mayor a 0,7; según (Mejía, 2023, p. 170), para que el instrumento tenga una adecuada consistencia interna. En este caso se obtuvo 0.795 lo que constituye un valor adecuado. Los resultados a los que lleguemos podrán ser generalizados.

Tabla 13 Estadísticos total-elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
INDICE PRECIOS CONSUMIDOR	34.04	36.142	0.311	0.793
PRECIOS INTERNACIONALES COMBUSTIBLES ALIMENTOS	34.07	36.674	0.180	0.809
COMERCIO INTERNACIONAL	33.30	33.106	0.606	0.764
CRECIMIENTO ECONOMICO PERU	33.54	35.145	0.359	0.788
TIPO DE CAMBIO	32.77	31.751	0.614	0.759
PRECIOS COMPETITIVOS	32.53	31.289	0.704	0.750
MARGENES GANANCIAS	32.96	32.784	0.550	0.767
NUEVOS CLIENTES MERCADOS	33.16	31.457	0.555	0.765
CRECIMIENTO EXPORTACIONES	32.84	31.850	0.804	0.746
EXPORTACIONES CAFÉ	33.32	32.506	0.275	0.819

Nota: reporte del SPSS v26 para el estudio

En la tabla estadístico-elemento se muestra los nuevos Alfa de Cronbach si se quitara alguna de las preguntas, buscando un mayor valor. Solo se observó un mayor valor si se eliminara la pregunta 7 con un Alfa de Cronbach de 0.819, pero el aumento no es relevante, por lo tanto, no se consideró pertinente anular la pregunta: “Exportaciones de café”.

4.2 Análisis de normalidad

A. Formulación de hipótesis

Ho: Los datos de la muestra tienen una distribución normal.

Ha: Los datos de la muestra no tienen una distribución normal.

B. Nivel de significación

$\alpha = 0.05$

C. Prueba estadística

Prueba de Kolmogorov- Smirnov pues la muestra es mayor a 50.

D. Cálculos

Tabla 14 *Distribución de normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1_TIPO DE CAMBIO	0,211	57	0,000	0,785	57	0,000
V2_EXPORTACIONES	0,161	57	0,001	0,850	57	0,000

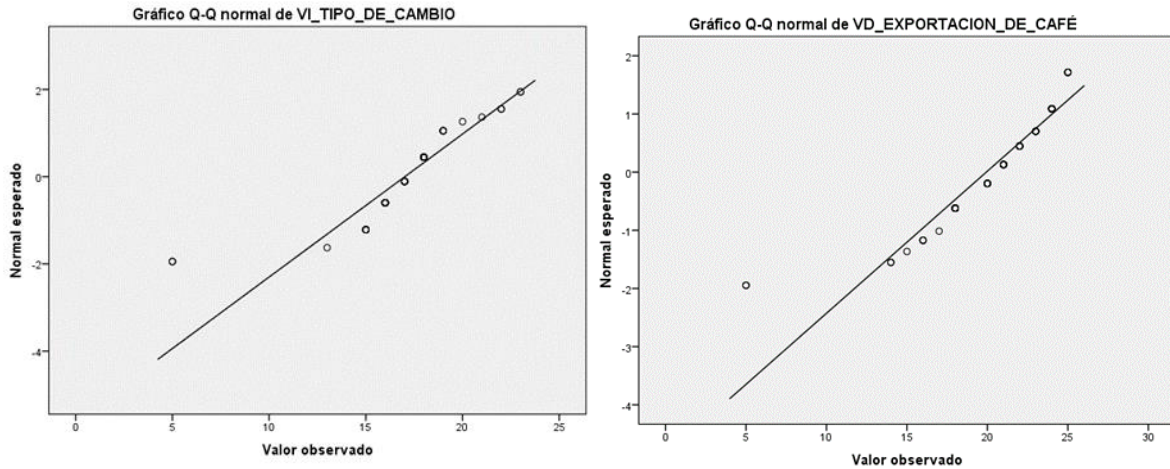
a Corrección de significación de Lilliefors

El Resultado del análisis de normalidad de los datos de la muestra se constata que la Significancia (Sig.) es menor a 0.05, por lo tanto, la muestra tiene una distribución no normal. (Mejía, 2023, p.140).

Para la variable independiente “Tipo de Cambio”, el p-valor obtenido fue 0,000 menor al nivel de significación, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de normalidad y se concluye que los datos de la variable no se ajustan a una distribución normal. En consecuencia, se utilizaron técnicas de estadística no paramétrica para comprobar las hipótesis.

Para la variable “Exportación de café” el p-valor obtenido fue 0,001 menor al nivel de significación. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de normalidad y se concluye que los datos de la variable no se ajustan a una distribución normal. En consecuencia, se utilizaron técnicas de estadística no paramétrica para comprobar las hipótesis.

Figura 3 Q - Q normalidad de Tipo de cambio y exportación de café



Nota. Reporte SPSS v26 para el estudio

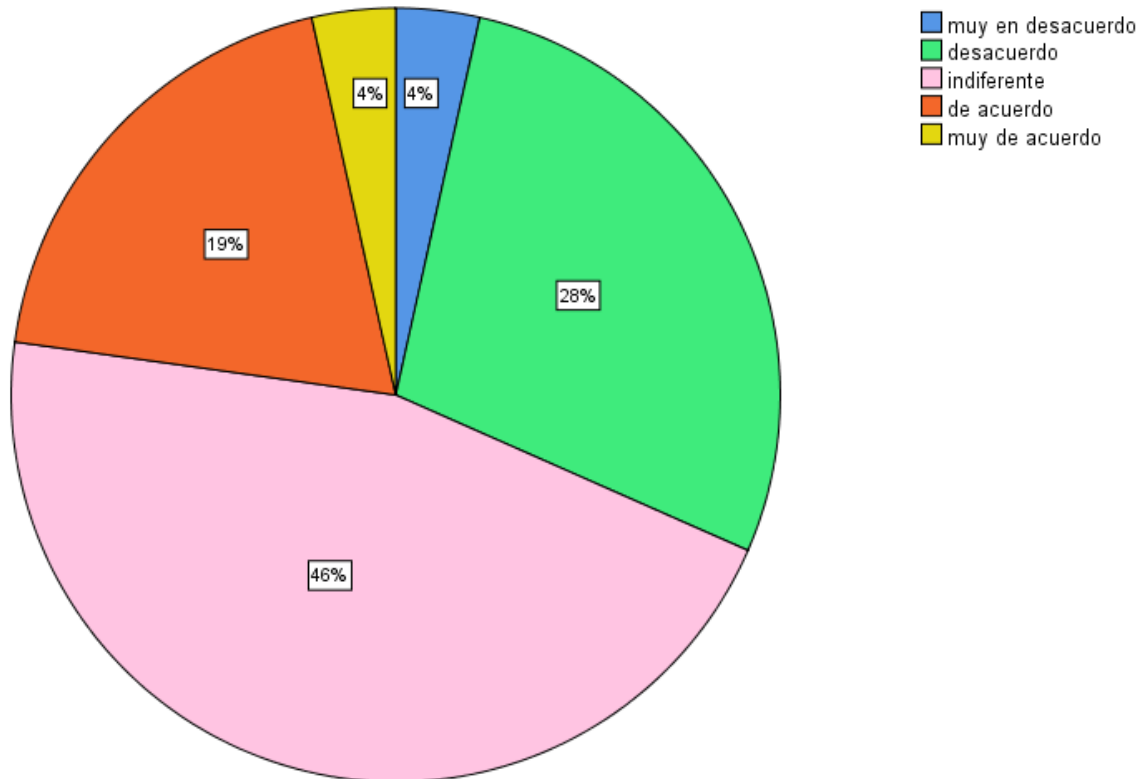
La figura Q-Q normal es una herramienta muy útil para evaluar si una muestra de datos sigue una distribución normal. La bisectriz en el gráfico Q-Q normal representa la distribución normal teórica, mientras que los puntos en el gráfico representan los cuantiles de la muestra que se están evaluando.

Si los puntos en el gráfico están aproximadamente en línea con la bisectriz, esto sugiere que la muestra sigue una distribución normal. Sin embargo, si los puntos se desvían significativamente de la bisectriz, esto sugiere que la muestra no sigue una distribución normal.

En particular, si los puntos están por encima de la bisectriz en la parte superior del gráfico y por debajo de la bisectriz en la parte inferior del gráfico, esto sugiere que la muestra tiene colas más pesadas de lo que se esperaría en una distribución normal. Esto podría indicar que hay valores extremos en la muestra que están causando esta desviación.

4.3 Análisis descriptivo

Figura 4 *Considera Ud. que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café.*



Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

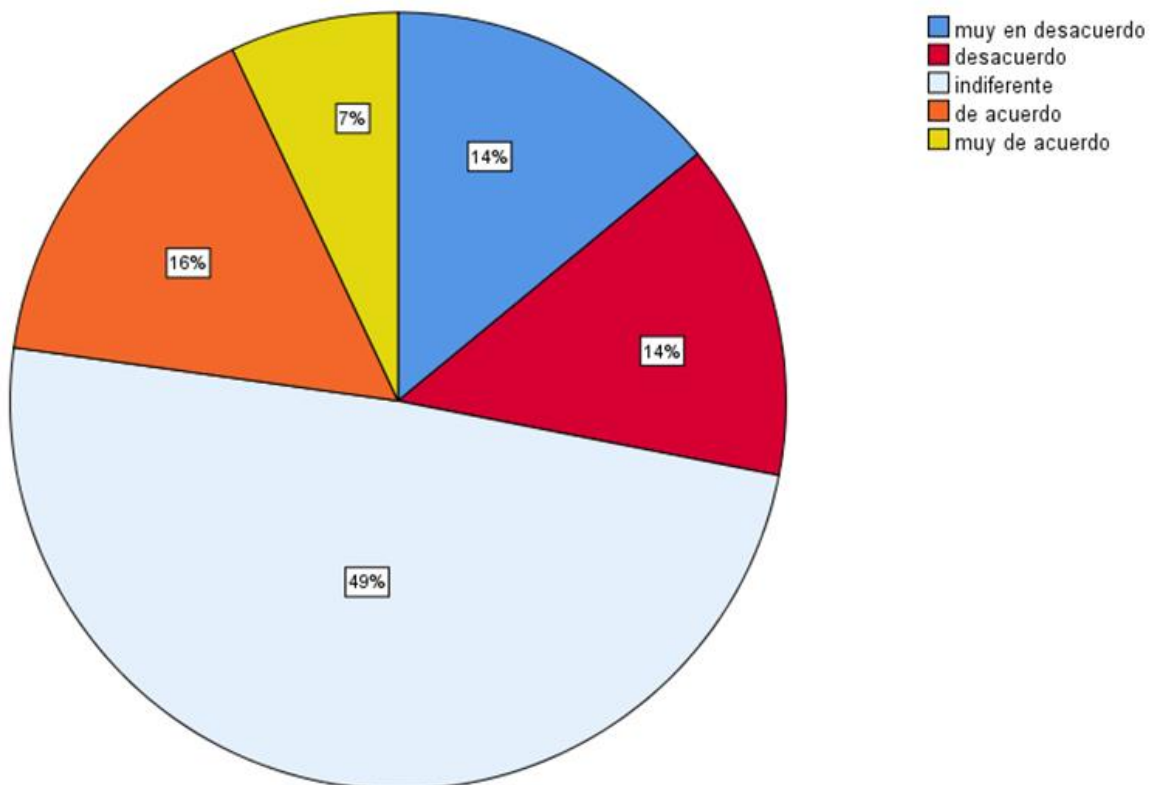
Interpretación:

Conforme a los datos obtenidos de la encuesta, se evidencia que la mayoría de los encuestados eligieron la opción indiferente con un 46%, seguida de en desacuerdo con un 28%, de acuerdo con un 19%, muy de acuerdo con un 4%, y muy en desacuerdo también con un 4%, sumando así el 100% de las respuestas.

Por lo tanto, la información proporcionada indica que la mayoría de los encuestados consideran que un aumento significativo del índice de precios al

consumidor no afecta a las operaciones ni a los costos de exportación de la empresa.

Figura 5 *Considera Ud. que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café.*



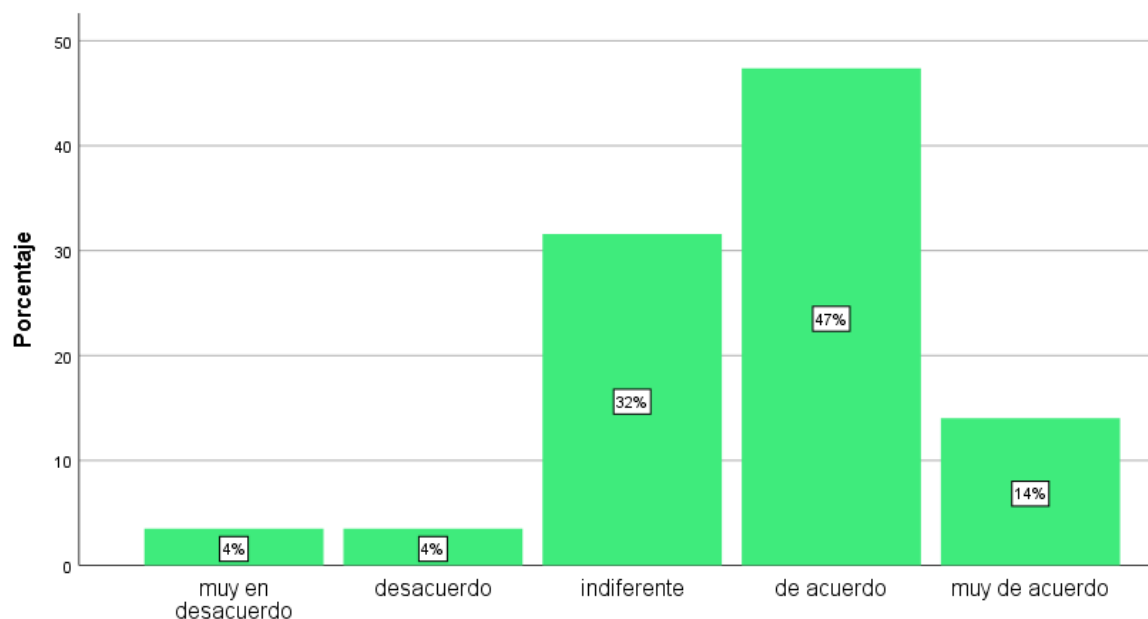
Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

Interpretación:

Los datos obtenidos revelan que el 14% de los encuestados en la empresa están muy en desacuerdo con la afirmación de que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café. Otro 14% está en desacuerdo, mientras que el 49% se muestra indiferente. Por otro lado, el 16% está de acuerdo y el 7% muy de acuerdo, sumando así el 100% de las respuestas.

De acuerdo con estos datos, se puede concluir que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos no tiene un impacto significativo en el precio de compra del café por parte de la empresa a sus proveedores.

Figura 6 Cree Ud. que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos.



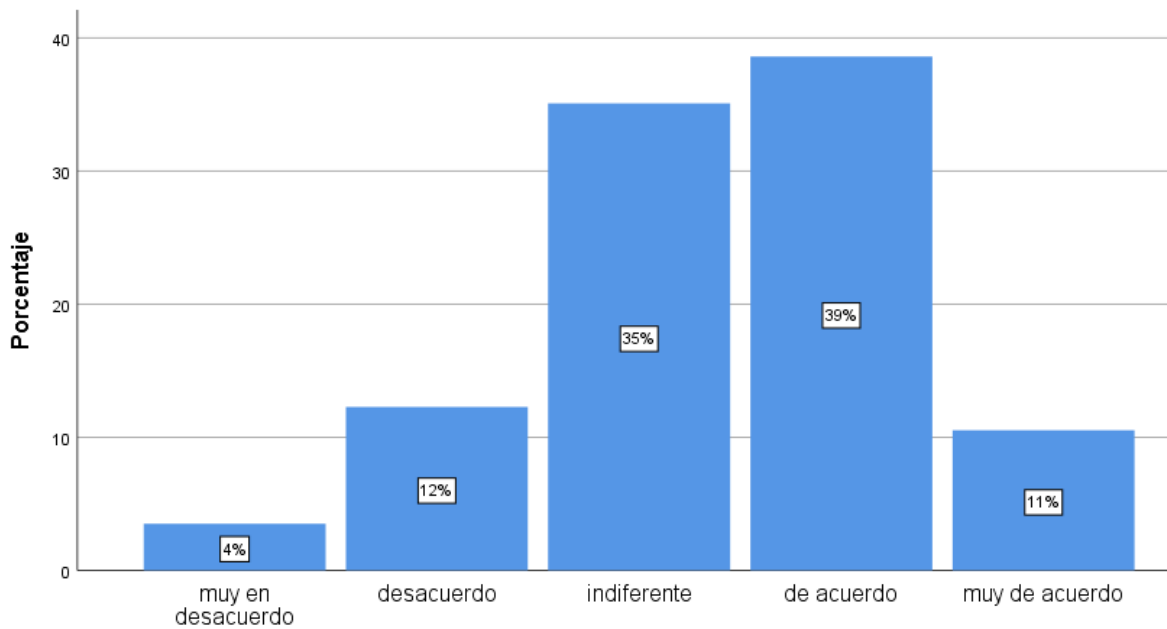
Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

Interpretación:

Según los datos compilados en la encuesta, el 4% de los encuestados se muestran muy en desacuerdo con la afirmación de que el comercio internacional representa una oportunidad de diversificación y crecimiento de los ingresos. Otro 4% está en desacuerdo, mientras que el 32% se muestra indiferente. Por otro lado, el 47% de los participantes está de acuerdo y el 14% está muy de acuerdo, sumando así el 100% de las respuestas.

Definitivamente, los datos de la empresa muestran un incremento anual en sus ingresos por exportaciones. El comercio exterior puede facilitar que la empresa se expanda hacia nuevos negocios, aprovechando, tanto el mercado internacional como el nacional.

Figura 7 *Considera Ud. que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias.*



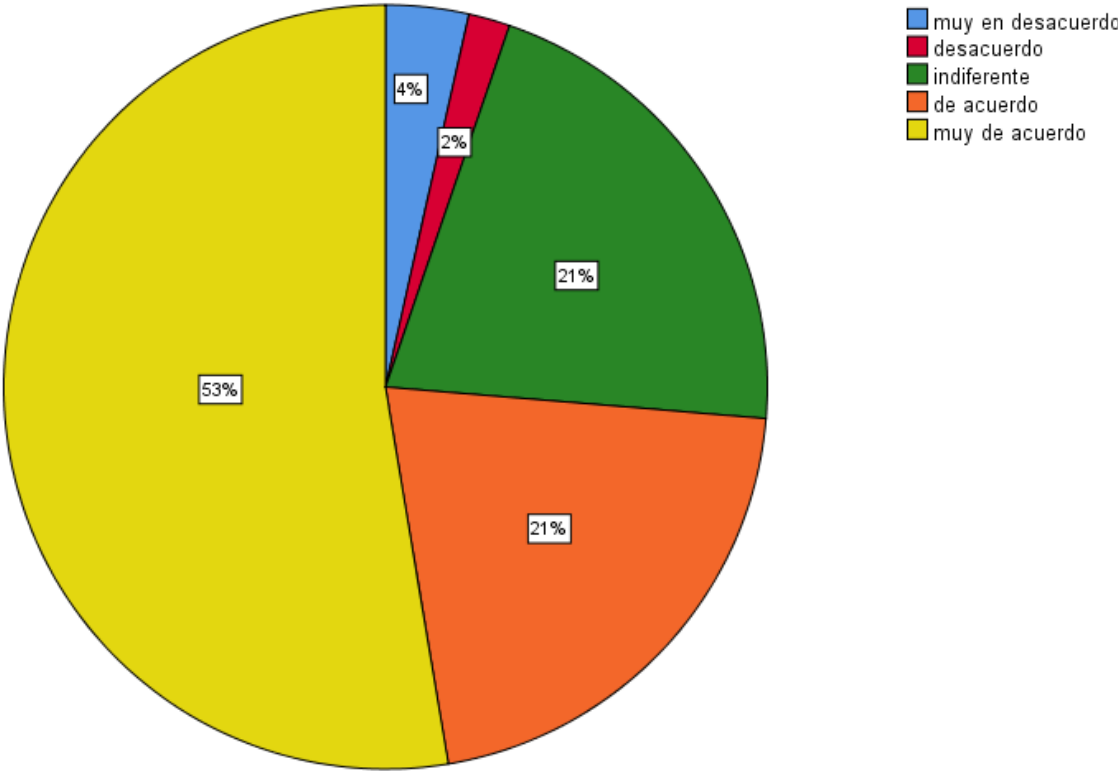
Nota. Reporte del SPSS V26 para el estudio

Interpretación:

Según los datos recopilados en la encuesta, el 4% de los encuestados está muy en desacuerdo con la afirmación de que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias. Un 12% está en desacuerdo, el 35% se muestra indiferente, el 39% está de acuerdo y el 11% está muy de acuerdo, sumando así el 100% de las respuestas.

Aunque la minería sigue siendo la principal industria que sostiene la economía del Perú, los resultados de la encuesta indican que el sector agroexportador también desempeña un papel decisivo al generar más puestos de trabajo a lo largo de su cadena de valor. Gracias a este sector, muchas familias dedicadas a la agricultura pueden mejorar su calidad de vida y contribuir al desarrollo de sus comunidades.

Figura 8 *Considera Ud. que el alza del tipo de cambio durante el 2021-2023 ha sido beneficioso económicamente para la empresa.*



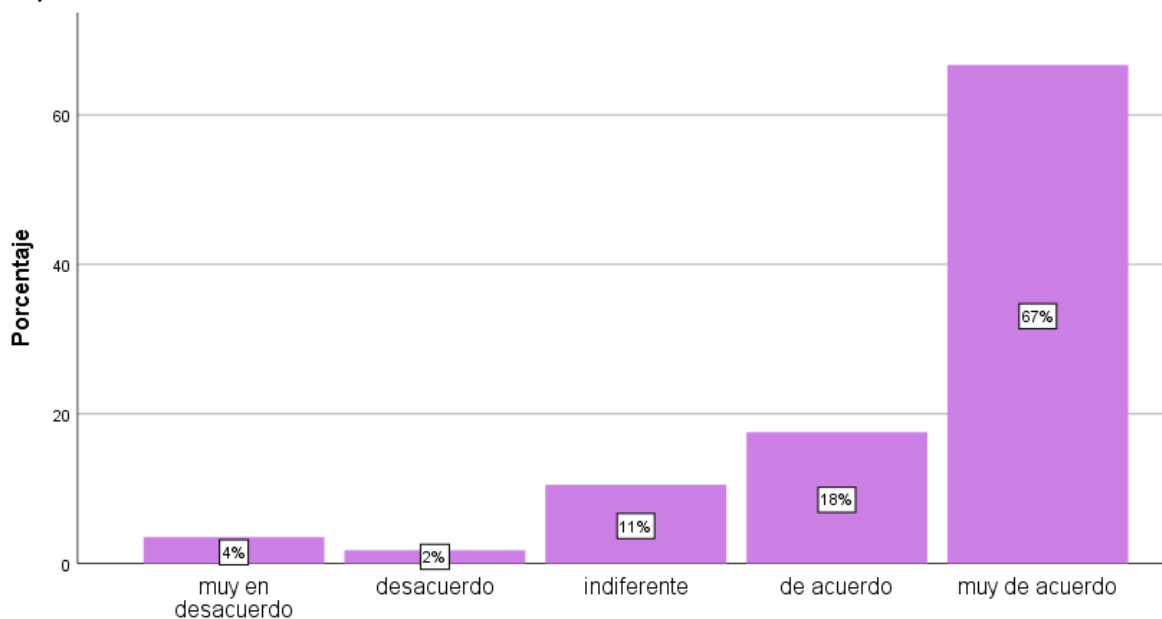
Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

Interpretación:

Según los datos de la encuesta, el 4% de los miembros encuestados están muy en desacuerdo con la afirmación de que el tipo de cambio benefició económicamente a la empresa; el 2% está en desacuerdo; el 21 % se muestra indiferente; otro 21 % está de acuerdo y el 53% muy de acuerdo; sumando así el 100% de las respuestas.

En línea con lo mencionado en el párrafo anterior, se puede constatar que la empresa logró percibir mayores ingresos por kilogramo exportado, lo que les permitió reducir su deuda con los proveedores en el periodo 2021-2023.

Figura 9 La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permite reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado.



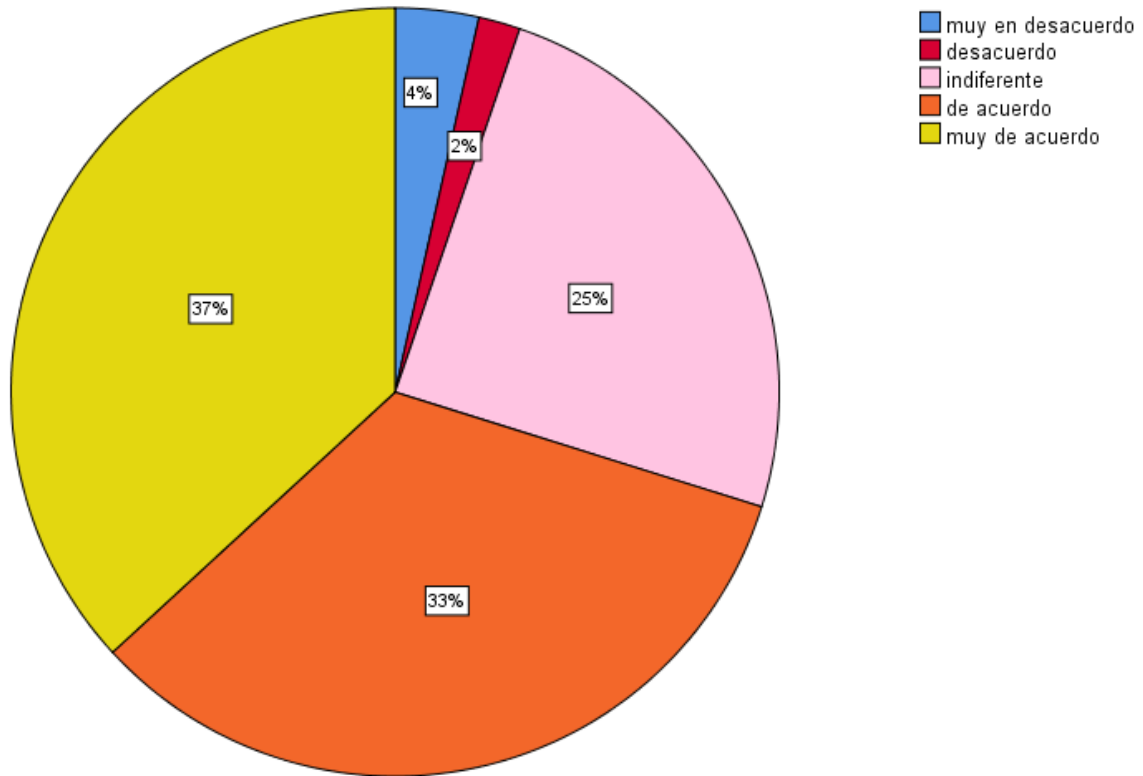
Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

Interpretación:

Según los datos de la encuesta, el 4% de los encuestados están muy en desacuerdo con la afirmación de que las instalaciones y maquinarias permiten reducir costos y ofrecer precios competitivos; el 2% está en desacuerdo; el 11% se muestra indiferente; mientras que el 18% está de acuerdo y el 67% está muy de acuerdo; sumando así el 100% de las respuestas.

A partir de estos resultados, se puede concluir que quienes están de acuerdo con la afirmación entienden que contar con instalaciones y maquinarias adecuadas es fundamental para lograr costos competitivos. Esto, a su vez, permite producir en masa con calidad, ofreciendo al cliente productos a un buen precio.

Figura 10 *La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado.*



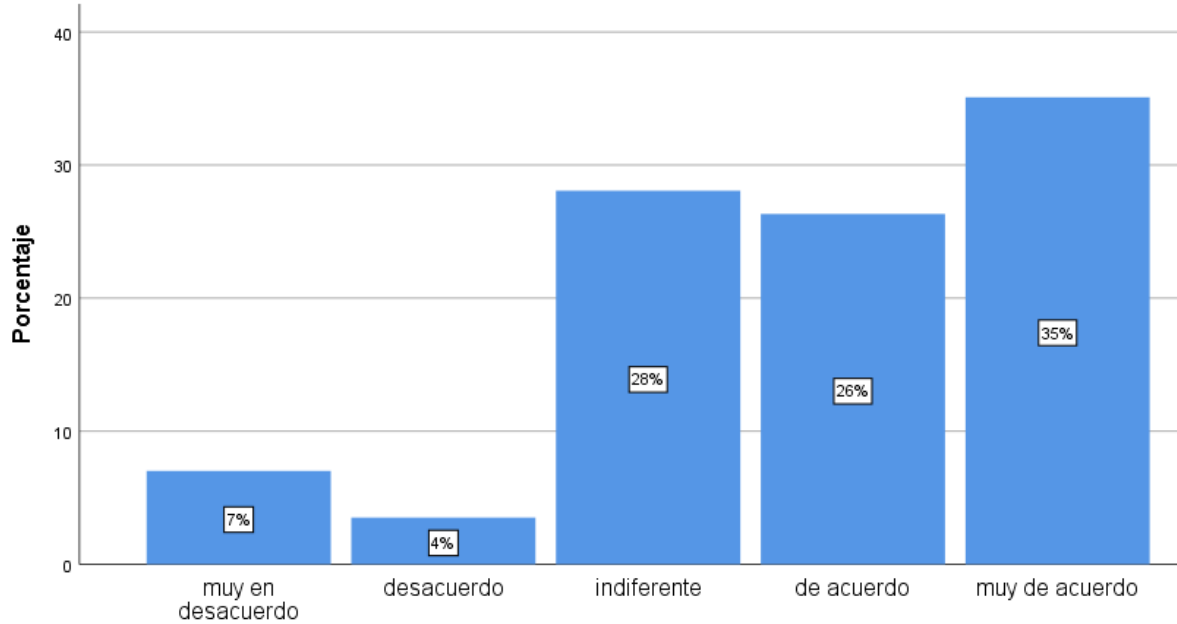
Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

Interpretación:

Conforme a los datos presentados, se observa que el 4% de la muestra están muy en desacuerdo ante la afirmación con que la empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancia por cada lote exportado; el 2% está desacuerdo; mientras que el 25% es indiferente; el 33% está de acuerdo y el 37% restante están muy de acuerdo, completando así el 100%.

Rescatando del resultado, se deduce que la empresa tiene planificado sus costos y márgenes para sus envíos; o que llegan en buen estado y están acorde a lo que solicita el cliente.

Figura 11 *La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores*



Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

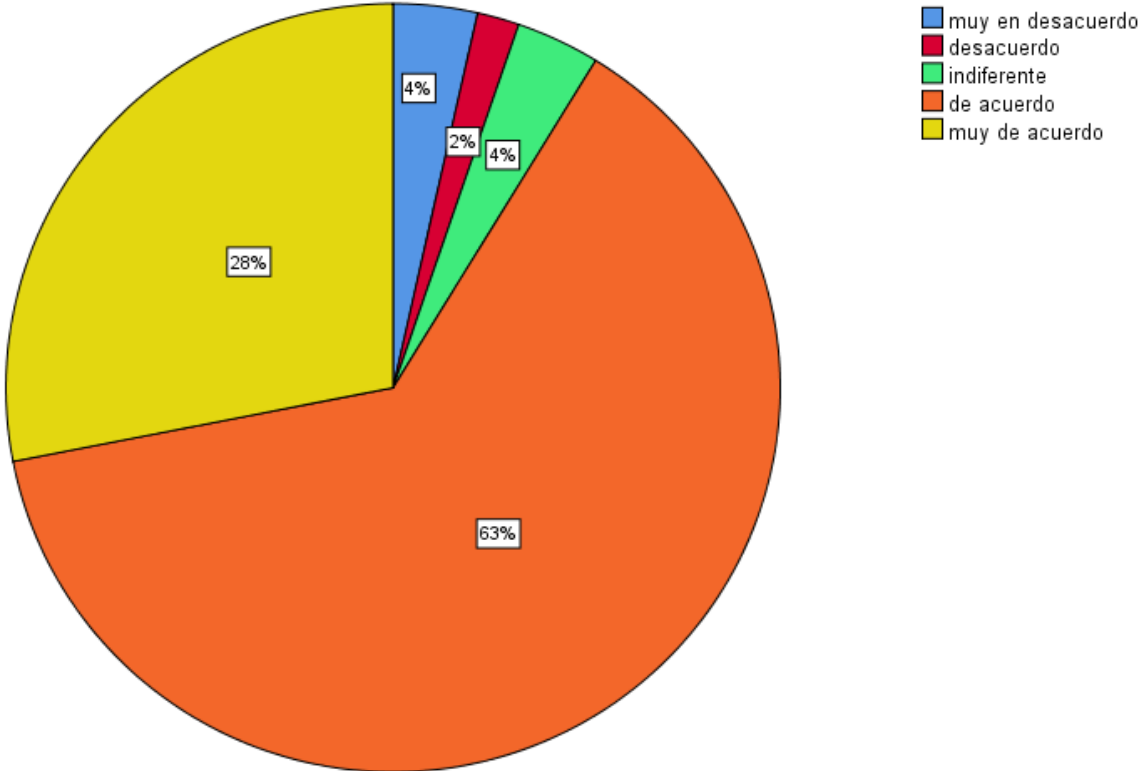
Interpretación:

Según los datos correspondientes a la pregunta, se observa que el 7% de los encuestados están muy en desacuerdo con que la empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados; el 5% está en desacuerdo; el 28% se muestra indiferente; el 26% está de acuerdo y el 35% está muy de acuerdo; sumando así el 100% de las respuestas.

Contrastando con lo expuesto en el párrafo anterior, se puede concluir que la empresa está efectivamente ampliando su cartera de clientes, lo cual podría estar

ocurriendo a través de su participación en ferias internacionales, el establecimiento de alianzas estratégicas o el fortalecimiento de sus modelos de negocio B2B o B2C.

Figura 12 *El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo.*



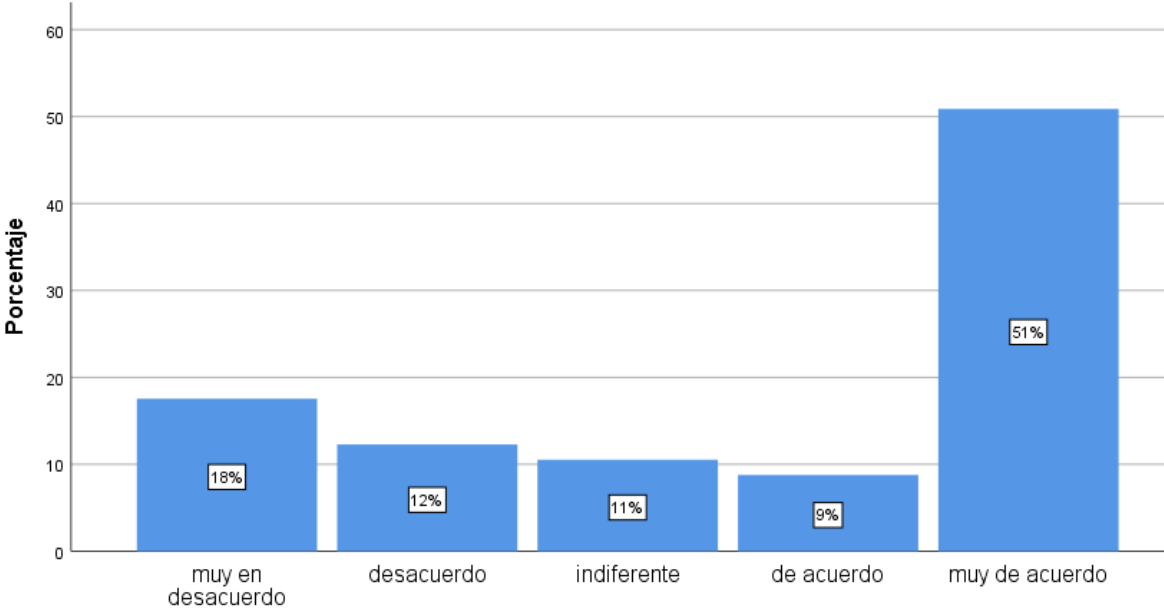
Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

Interpretación:

Según los datos, el 4% de los encuestados están muy en desacuerdo con que el crecimiento de las exportaciones de la empresa se deba a la variedad de café de exportación y a los subproductos derivados del mismo; el 2% está en desacuerdo; el 4% se muestra indiferente; mientras que un 63 % está de acuerdo y el 28 % muy de acuerdo, sumando así el 100% de las respuestas.

En conclusión, los encuestados que están de acuerdo y muy de acuerdo reconocen la importancia de la diversificación de ventas que aplica la empresa. Valoran la oferta de una gran variedad de cafés y sus derivados como una estrategia para aprovechar cada nicho de mercado al que se dirigen.

Figura 13 *Considera Ud. que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio durante el 2021-2023.*



Nota. Reporte del SPSS v26 para el estudio

Interpretación:

La información que refleja la encuesta sobre la percepción del impacto del tipo de cambio en las exportaciones de café, de acuerdo con los resultados se observa, un 69% de los encuestados (51% muy de acuerdo y 9% de acuerdo) creen que las exportaciones se incrementaron debido al ascenso del tipo de cambio en el

periodo 2021-2023, mientras que un 30% (18% muy en desacuerdo, 12% en desacuerdo) no lo consideran así, y un 11% se muestra indiferente.

No obstante, la información oficial de CAFENOR PERU S.A.C. revela que, aunque las exportaciones en términos de valor FOB (*Free on Board*) en dólares efectivamente aumentaron durante el periodo 2021-2023, este incremento no se reflejó en un aumento en la cantidad exportada en toneladas. Esto sugiere que el aumento en el valor exportado podría estar más relacionado con el aumento del precio del producto o la influencia del tipo de cambio, más que con un incremento en el volumen de exportación.

Este escenario es un claro ejemplo de cómo las percepciones pueden variar entre los encuestados y la realidad económica de una empresa. Mientras la mayoría percibe un crecimiento en las exportaciones, la realidad muestra que dicho crecimiento se dio en términos monetarios, no en volumen, lo que puede deberse a factores como el tipo de cambio o cambios en los precios internacionales del producto exportado.

4.4 Análisis inferencial

El análisis inferencial comprende una serie de técnicas estadísticas que se aplican para comprobar las hipótesis planteadas. Estas técnicas se dividen en estadística paramétrica (cuando los datos se ajustan a una distribución normal) y estadística no paramétrica (en situaciones en que los datos no se ajustan a una distribución normal). Como los datos recolectados no se ajustan a una distribución normal debemos aplicar una técnica no paramétrica, (López, 2021, p.210).

Las hipótesis específicas han sido planteadas como regresiones, pero previamente se debe realizar el análisis de correlación. Si el resultado permite detectar correlación significativa, entonces se procede a realizar el análisis de regresión. Pero si el análisis no identifica una correlación, no se debe realizar la regresión.

4.4.1 Hipótesis específicas

Hipótesis 1: Índice de precios al consumidor – competitividad de los precios de las exportaciones

Análisis de correlación

A. Planteamiento de hipótesis

Ho: El Índice de Precios al Consumidor del Perú no afecta significativamente a la competitividad de los precios de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C en los mercados internacionales, entre el 2021-2023.

H1: El Índice de Precios al Consumidor del Perú afecta significativamente a la competitividad de los precios de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C en los mercados internacionales, entre el 2021-2023.

B. Nivel de significación: $\alpha = 0.050$

C. Prueba estadística: Rho de Spearman

D. Cálculo

Tabla 15 *Matriz de correlación entre el Índice de Precios al Consumidor y Precios competitivos*

			INDICE PRECIOS CONSUMIDOR	PRECIOS COMPETITIVOS
Rho de Spearman	INDICE PRECIOS CONSUMIDOR	Coeficiente de correlación	1,000	0,259
		Sig. (bilateral)	.	0,052
		N	57	57
	PRECIOS COMPETITIVOS	Coeficiente de correlación	0,259	1,000
		Sig. (bilateral)	0,052	.
		N	57	57

Nota. Encuesta a trabajadores de CAFENOR PERU S.A.C.

E. Conclusiones

1. El p-valor 0.052 es mayor al nivel de significación establecido 0,050, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, los datos de la muestra no permiten identificar que existe evidencia de una correlación significativa entre el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y los precios competitivos de café exportado.
2. Rho de Spearman es una medida no paramétrica de la correlación. Los valores posibles van de -1 a 1. Los datos de la muestra han permitido determinar una correlación de 0.259, es decir, una correlación positiva, pero demasiado baja para ser significativa.

Análisis de regresión

No procede, pues no existe evidencia de correlación significativa

Hipótesis 2: Precios internacionales – márgenes de ganancia

Análisis de correlación

A. Planteamiento de hipótesis

Ho: El incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos no afecta significativamente en los márgenes de ganancia de CAFENOR PERU S.A.C, entre el 2021-2023.

H1: El incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos afecta significativamente en los márgenes de ganancia de CAFENOR PERU S.A.C, entre el 2021-2023.

B. Nivel de significación: $\alpha = 0.050$

C. Prueba estadística: Rho de Spearman

D. Cálculo

Tabla 16 Matriz de correlación entre los precios internacionales y los márgenes de ganancias

			PRECIOS INTERNACIONALES COMBUSTIBLES ALIMENTOS	MARGENES GANANCIAS
Rho de Spearman	PRECIOS INTERNACIONALES	Coeficiente de correlación	1,000	-0,085
	COMBUSTIBLES	Sig. (bilateral)	.	0,528
	ALIMENTOS	N	57	57
	MARGENES GANANCIAS	Coeficiente de correlación	-0,085	1,000
		Sig. (bilateral)	0,528	.
		N	57	57

Nota. Encuesta a trabajadores de CAFENOR PERU S.A.C.

E. Conclusiones

1. El *p-valor* 0.528 es mayor al nivel de significación establecido 0,050, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, los datos de la muestra no permiten identificar que existe evidencia de una correlación significativa entre los precios

internacionales de combustibles y alimentos y los márgenes de ganancias de CAFENOR PERU S.A.C.

2. Rho de Spearman es una medida no paramétrica de la correlación. Los valores posibles van de -1 a 1. Los datos de la muestra han permitido determinar una correlación de -0.085, es decir, una correlación negativa, pero demasiado baja para ser significativa.

Análisis de regresión

No procede, pues no existe evidencia de correlación significativa.

Hipótesis 3: Comercio internacional de bienes – nuevos clientes y mercados

Análisis de correlación

A. Planteamiento de hipótesis

H₀: El comercio internacional de bienes no favorece significativamente a CAFENOR PERU S.A.C en conseguir nuevos clientes y mercados, entre el 2021-2023.

H₁: El comercio internacional de bienes favorece significativamente a CAFENOR PERU S.A.C en conseguir nuevos clientes y mercados, entre el 2021-2023.

B. Nivel de significación: $\alpha = 0.050$

C. Prueba estadística: Rho de Spearman

D. Cálculo

Tabla 17 *Matriz de correlación entre comercio internacional de bienes y nuevos clientes-mercados*

			COMERCIO INTERNACIONAL	NUEVOS CLIENTES MERCADOS
Rho de Spearman	COMERCIO INTERNACIONAL	Coefficiente de correlación	1.000	-0.015
		Sig. (bilateral)		0.914
		N	57	57
	NUEVOS CLIENTES MERCADOS	Coefficiente de correlación	-0.015	1.000
		Sig. (bilateral)	0.914	
		N	57	57

Nota. Encuesta a trabajadores de CAFENOR PERU S.A.C.

E. Conclusiones

1. El *p-valor* 0.914 es mayor al nivel de significación establecido 0,050, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula, los datos de la muestra no permiten identificar que existe evidencia de una correlación significativa entre el comercio internacional de bienes y la obtención de nuevos clientes y mercados por parte de CAFENOR PERU S.A.C.

2. Rho de Spearman es una medida no paramétrica de la correlación. Los valores posibles van de -1 a 1. Los datos de la muestra han permitido determinar una correlación de -0.015, es decir, una correlación negativa, pero demasiado baja para ser significativa.

Análisis de regresión

No procede, pues no existe evidencia de correlación significativa.

Hipótesis 4: Crecimiento económico – crecimiento de las exportaciones

Análisis de correlación

A. Planteamiento de hipótesis

Ho: El crecimiento económico del Perú no influye significativamente en el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C, entre el 2021-2023.

H1: El crecimiento económico del Perú influye significativamente en el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C, entre el 2021-2023.

B. Nivel de significación: $\alpha = 0.050$

C. Prueba estadística: Rho de Spearman

D. Cálculo

Tabla 18 Matriz de correlación entre Crecimiento económico – crecimiento de las exportaciones

		CRECIMIENTO ECONOMICO PERU	CRECIMIENTO EXPORTACIONES
	CRECIMIENTO ECONOMICO PERU	1.000	0.200
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)		0.136
Rho de Spearman	N	57	57
	CRECIMIENTO EXPORTACIONES	0.200	1.000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	0.136	
	N	57	57

Nota. Encuesta trabajadores de CAFENOR PERU S.A.C.

E. Conclusiones

1. El *p*-valor 0.136 es mayor al nivel de significación establecido 0.050, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula, los datos de la muestra no permiten identificar que existe evidencia de una correlación significativa entre el crecimiento económico del Perú y el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C.
2. Rho de Spearman es una medida no paramétrica de la correlación. Los valores posibles van de -1 a 1. Los datos de la muestra han permitido determinar una correlación de 0.200, es decir, una correlación positiva, pero demasiado baja para ser significativa.

Análisis de regresión

No procede pues no existe evidencia de correlación significativa.

4.4.2 Hipótesis General

A. Planteamiento de hipótesis

H₀: El tipo de cambio no influye significativamente en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en entre el 2021-2023.

H₁: El tipo de cambio influye significativamente en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023.

B. Nivel de significación: $\alpha = 0.050$

C. Prueba estadística: Rho de Spearman

D. Cálculo

Tabla 19 Matriz de correlación entre el tipo de cambio y las exportaciones de café

		TIPO DE CAMBIO	EXPORTACIONES CAFE
	TIPO DE CAMBIO	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0,433**
Rho de Spearman		N	57
	EXPORTACIONES CAFE	Coeficiente de correlación	0,433**
		Sig. (bilateral)	0.001
		N	57

Nota. Encuesta a trabajadores de CAFENOR PERU S.A.C.

E. Conclusiones

1. El p-valor 0.001 es menor al nivel de significación establecido 0,050, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, los datos de la muestra permiten identificar que existe evidencia de una correlación significativa entre el tipo de cambio y las exportaciones de café de CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023.
2. Rho de Spearman es una medida no paramétrica de la correlación. Los valores posibles van de -1 a 1. Los datos de la muestra han permitido determinar una correlación de 0.433, es decir, una correlación positiva, lo que significa que una disminución o incremento del tipo de cambio se asocia con las exportaciones de café de CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023.

Análisis de regresión

A. Planteamiento de hipótesis

Ho: El tipo de cambio no influye significativamente en las exportaciones de café de CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023.

H1: El tipo de cambio influye significativamente en las exportaciones de café de CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023.

$$B_1 = 0$$

$$B_1 \neq 0$$

B. Nivel de significación: $\alpha = 0.050$

C. Prueba estadística: ANOVA

D. Cálculos

Tabla 20 Resultado del análisis de varianza entre el tipo de cambio y exportaciones de café

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado-correcta	Error típ. de la estimación
1	0,354 ^a	0,125	0,110	1,520

a. Variables predictoras: (Constante), TIPO_DE_CAMBIO

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1					
Regresión	18,228	1	18,228	7,892	0,007 ^b
Residual	127,035	55	2,310		
Total	145,263	56			

a. Variable dependiente: EXPORTACIONES_CAFE

b. Variables predictoras: (Constante), TIPO_DE_CAMBIO

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
1					
(Constante)	1,372	0,829		1,655	0,104
TIPO_DE_CAMBIO	0,541	0,193	0,354	2,809	0,007

a. Variable dependiente: EXPORTACIONES_CAFE

E. Conclusiones

1. En el ANOVA se observa un *p-valor* de 0,007 menor al nivel de significación ($p < 0,05$), por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula. Los datos de la muestra evidencia que el tipo de cambio influye significativamente en las exportaciones de café de CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023.
2. El modelo de regresión $Y = 1.372 + 0.541 X_1 + \varepsilon$

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión de los resultados

Los resultados que se obtuvieron han sido producto del cuestionario aplicado al personal de la empresa CAFENOR PERÚ S.A.C, instrumento cuyo grado de confiabilidad fue de 0.795, valor adecuado que permitió contrastar las hipótesis de la manera más eficaz. Los resultados de las hipótesis específicas planteadas coincidieron con las respuestas obtenidas de los participantes de la muestra materia de la investigación.

Además, empleando la prueba Rho de Spearman se comprobó que existe una correlación positiva de 0.433; lo que significa que una disminución o aumento del tipo de cambio se asocia con las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C entre el 2021-2023. En esa misma línea, la comparación analizada con el ANOVA se demuestra una correlación aceptable entre las dos variables. Por lo que se concluye que el tipo de cambio influye significativamente en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en el periodo estudiado.

Estos resultados coinciden con lo señalado por Llaque (2020) en su tesis, donde se establece una relación directa entre el tipo de cambio y las exportaciones en Perú. Llaque sostiene que un aumento del 1% en el tipo de cambio multilateral provoca un incremento del 0.75% en las exportaciones, cumpliendo así la condición de Marshall-Lerner: "si el tipo de cambio aumenta, las exportaciones también aumentan". De manera similar, los resultados de la investigación muestran que las

exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C. aumentan o disminuyen en función de las variaciones del tipo de cambio.

Por otro lado, los autores Cruz, Fernández y Torres (2023) contemplan que el tipo de cambio no influye significativamente en la morosidad del sistema financiero peruano por su característica de volatilidad. Pero en dicha investigación no se contempla cuantos deudores tienen crédito en moneda extranjera, contrastando con los resultados se puede inferir que el tipo de cambio sí afecta a los individuos que emplean divisas ya sea como deuda, ahorro o en el comercio internacional.

Con respecto a la conclusión que plantea Conde (2022) en su investigación, si el tipo de cambio baja respecto al dólar se incrementan las importaciones; contrastando con la investigación ocurre lo contrario, si el tipo de cambio sol respecto al dólar estadounidense se incrementa, las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C. también se incrementan.

De igual manera, los resultados de las hipótesis planteadas se contrastan con lo mencionado por Tamayo (2020), el cual indica si el tipo de cambio ascendía también ascendía el valor de las exportaciones del sector agrícola, coincidiendo con lo que ocurre con las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C.

También existe cierta similitud con lo señalado por los autores González, Henao y Rodríguez (2018) cuando concluyen que no existe una influencia determinante del tipo de cambio real en las exportaciones agrícolas hacia México y Perú, debido a que en la época de revaluación del peso colombiano respecto al

dólar estadounidense las exportaciones aumentaron y que en el periodo de devaluación del peso colombiano las exportaciones disminuyeron; y que las exportaciones hacia estos países dependen de otras variables. Además, añaden que las cantidades de productos agrícolas no se transan en el momento exacto en que se presentan las volatilidades del tipo de cambio. Pero se puede refutar esa afirmación ya que los exportadores pueden especular a que la moneda nacional continuará devaluándose respecto al dólar basándose en la coyuntura política o si se repite el mismo patrón por lo menos en dos meses consecutivos, por lo tanto, incrementarán sus exportaciones en cantidades y en precios.

Del mismo modo, el resultado del tipo de cambio que influye significativamente en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERÚ S.A.C, mantiene similitud con lo que señalan Gómez y Palacios (2020), quienes concluyen que la depreciación de la moneda nacional frente al dólar estadounidense genera un incremento en las exportaciones del café; por lo tanto, se apoya la teoría de que el incremento del tipo de cambio aumenta las exportaciones.

CONCLUSIONES

A partir del análisis de la investigación se concluye:

1. La correlación de 0.259 entre el Índice de precios al consumidor y la competitividad de los precios de las exportaciones sugiere una relación positiva, pero bastante baja. En el análisis económico, la correlación de este nivel indica que, aunque existe cierta relación entre las variables, no es lo suficientemente alto como para considerarse significativa o determinante. Este resultado guarda relación con la condición de Marshall-Lerner, que establece que un aumento en el tipo de cambio debería llevar a un incremento en las exportaciones, siempre y cuando la suma de las elasticidades precio de la demanda de exportaciones e importaciones sea mayor que uno. Sin embargo, la baja correlación observada en este caso podría indicar que otros factores, además, del tipo de cambio y el Índice de precios al consumidor, están influyendo en la competitividad de los precios y en el volumen de las exportaciones.
2. La correlación calculada de -0.085 indica una relación negativa entre las variables, lo que significa que, en teoría, a medida que los precios internacionales de combustibles y alimentos aumentan, los márgenes de ganancias de CAFENOR PERU S.A.C. tienden a disminuir ligeramente. Sin embargo, el valor de esta correlación es tan baja que estadísticamente no es significativa. Lo que implica que otros factores no relacionados con los precios de combustibles y alimentos podrían estar influyendo en los márgenes de ganancias de la empresa.

3. La correlación calculada de -0.015 indica una relación negativa extremadamente débil, prácticamente inexistente, entre el comercio internacional de bienes y la captación de nuevos clientes y mercados por parte de la empresa. Este valor es tan bajo que no se considera significativo en términos estadísticos, lo que implica que la variación en el comercio internacional de bienes no está relacionada de manera relevante con la capacidad de CAFENOR PERU S.A.C. para adquirir nuevos clientes y acceder a nuevos mercados.

Este resultado sugiere que otros factores, más allá del simple volumen o valor del comercio internacional, podrían estar desempeñando un papel más importante en la expansión de la base de clientes y mercados de la empresa, estos factores podrían incluir la calidad del producto, la estrategia de marketing, la red de distribución, o incluso las relaciones comerciales establecidas.

4. La correlación calculada de 0.200 sugiere una relación positiva débil entre el crecimiento económico del país y el crecimiento de las exportaciones de la empresa. Sin embargo, este valor es demasiado bajo para considerarse estadísticamente significativo, lo que implica que el crecimiento económico general del Perú no tiene una influencia fuerte o directa en el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C.

Este resultado sugiere que, aunque el crecimiento económico de un país puede tener cierto impacto en las exportaciones, otros factores específicos de la empresa o del sector, como la competitividad internacional, la demanda en mercados extranjeros, las políticas comerciales o la capacidad de

producción, pueden ser más determinantes en el crecimiento de las exportaciones.

5. La correlación calculada de 0.433 indica una relación positiva moderada, lo que sugiere que los cambios en el tipo de cambio están asociados con las variaciones en las exportaciones de café. Es decir, cuando el tipo de cambio aumenta o disminuye, las exportaciones de café de la empresa tienden a cambiar en la misma dirección. Además, al observar el p-valor obtenido en el ANOVA del análisis de regresión, que es de 0.007, se encuentra que este valor es menor al nivel de significación comúnmente aceptado (generalmente, 0.05). Esto indica que, la evidencia es lo suficientemente fuerte para afirmar con total confianza que el tipo de cambio influye de manera determinante en las exportaciones de café de CAFENOR PERU S.A.C ente el 2021-2023.

Asimismo, el modelo de regresión lineal presentado, $Y=1.372+0.541X_1+\epsilon$ sugiere que por cada unidad de cambio en el tipo de cambio (X_1), se espera que las exportaciones de café (Y) aumenten en 0.541 unidades, manteniendo constantes otros factores. El término ϵ (*épsilon*) representa el error o la variabilidad en las exportaciones que no se explica por el tipo de cambio. Este análisis subraya la importancia del tipo de cambio como uno de los factores que puede influir en las exportaciones, aunque es posible que otros factores también jueguen un papel relevante.

RECOMENDACIONES

1. La ausencia de una correlación significativa entre el índice de precios al consumidor (IPC) y los precios competitivos del café exportado sugiere que los cambios en el IPC no están influyendo de manera notable en la capacidad de CAFENOR PERU S.A.C. para mantener precios competitivos en el mercado internacional. Esto significa que la empresa puede mantener sus precios competitivos sin tener que preocuparse excesivamente por las fluctuaciones en el IPC.
2. Aunque no hay una correlación significativa entre los precios internacionales de combustibles y alimentos y los márgenes de ganancias de CAFENOR PERU S.A.C, la empresa debe seguir monitoreando los precios internacionales de cerca para asegurarse de que no estén afectando negativamente sus márgenes de ganancia.
3. Si bien no se ha encontrado una correlación significativa entre el comercio internacional de bienes y la obtención de nuevos clientes y mercados por parte de CAFENOR PERU S.A.C, es decisivo que la empresa debe seguir explorando y expandiéndose en nuevos mercados y captando nuevos clientes para aumentar sus oportunidades de exportación a nivel internacional.
4. Aunque no hay una correlación significativa entre el crecimiento económico del Perú y el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C,

la empresa debe seguir trabajando en su estrategia de crecimiento para aumentar sus exportaciones y expandirse en nuevos mercados.

5. El análisis muestra que hay una correlación significativa entre el tipo de cambio y las exportaciones de café de CAFENOR PERU S.A.C. Por lo tanto, la empresa debe considerar la posibilidad de ajustar sus estrategias de precios en función del tipo de cambio para aprovechar las fluctuaciones del mercado y maximizar sus oportunidades de exportación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alonso, V. (septiembre de 2021). El comercio internacional de armamento y las ventajas comparativas. *Revista de Estudios en Seguridad Internacional*. Vol. 7. N°2. (pp 83-104). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8306039>
- Bayón, J. (2019). *Fundamentos de estrategia*. E-learning. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W3bIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=fundamentos+de+estrategia+empresarial&ots=BTChA-1ymR&sig=cGrFxeZRxeWbXdfLvmEi2E44s4#v=onepage&q=fundamentos%20de%20estrategia%20empresarial&f=false>
- BCRP. *Evolución tipo de cambio*. Recuperado de: <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/tipo-de-cambio-promedio-del-periodo>
- BCRP. *Glosario de términos económicos*. Recuperado de: <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/l.html>
- Bloomberg (2023). *Divisas: qué son, cuáles son las más comunes o importantes y algunos ejemplos*. Recuperado de: <https://www.bloomberglinea.com/2023/05/12/que-son-las-divisas-y-como-funciona-su-mercado/>
- Bofill, A; López, R; Palmeiro, D. (2019). *Estadística descriptiva con un enfoque de desarrollo local sostenible*. Editorial Universo Sur. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/120842>
- Carhuacho, I; Nolazco, F. (2019). *Metodología de la Investigación Científica*. Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/131261>

Conde, R. (2022). *Tipo de cambio y su influencia en las importaciones para el consumo en Perú, 2016-2020*. Tesis de pregrado. Universidad Privada de Tacna. Recuperado de: <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2440/Conde-Condori-Russbel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Contento, M. (2019). *Estadística con aplicaciones en R*. Editorial Utadeo. Recuperado del portal de E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/220926>

Cruz, J; Fernández, M; Torres, C; (2023). “*Efecto del desempleo, inflación y tipo de cambio en la morosidad del sistema financiero peruano, 2005-2021*”. Tesis de licenciatura en Economía. Universidad Nacional del Callo. Recuperado de: <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/7749/TESIS-Cruz-Fern%c3%a1ndez%20-Torres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Del Castillo, M; Iriondo, A. (2022). *¿Qué sabemos de? El café*. Editorial: CSIC. Madrid. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/233339>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia. (2023). *Índice de Precios al Consumidor*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc#:~:text=%C3%8Dndice%20de%20Precios%20al%20Consumidor%20%2D%20IPC>

Díaz, M. (2022). *Estadística inferencial aplicada. (2da. ed.)*. Universidad del Norte. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/221614>

Gómez, A; Palacio, E. (2020). *La relación de la tasa de cambio en las exportaciones de café en Colombia (2009 - 2019)*. Universidad Antonio Mariño. Colombia. Recuperado de:

<http://186.28.225.13/bitstream/123456789/2816/1/La%20relaci%c3%b3n%20de%20la%20tasa%20de%20cambio%20en%20las%20exportaciones%20de%20caf%c3%a9%20en%20Colombia%20%282009%20-%202019%29%20%282%29.pdf>

Gonzales, P; Henao, M; Rodríguez, Y. (2018). *Influencia de la tasa de cambio en las exportaciones agrícolas colombianas hacia los países miembros de la Alianza del Pacífico*. Universidad Agustiniana. Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/609/HenaoFlorez-MonicaAlexandra-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gutiérrez, F; López, G; Quintero, J. (2020). *Metodología de la investigación científica en las ciencias económicas y administrativas: indicaciones para el estudio, sistema de tareas y casos de estudio*. Editorial Universo Sur. Recuperado del portal de E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/171676>

International Trade Center. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú Producto: 0901 Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción. TRADEMAP. Recuperado de: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Kozikowski, Z. (2013). *Finanzas internacionales*. (3era ed.). México. Editorial McGraw Hill.

Krugman, P; Obstfeld, M. (2006). *ECONOMIA INTERNACIONAL. TEORIA Y POLITICA*. 7ma. Ed. Madrid. Pearson Education.

Llaque, L. (2020). *Influencia del tipo de cambio en las exportaciones en el Perú: periodo 2000 – 2017*. Universidad Nacional de Cajamarca. Recuperado de: <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/4109/TESIS%20INFLUENCIA%20DEL%20TIPO%20DE%20CAMBIO%20EN%20LAS%20EXPOR>

TACIONES%20EN%20EL%20PERU%20PERIODO%202000%20-%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, P. (2019). *¿Qué es el tipo de cambio y cómo evitar que afecte a las finanzas?* BBVA. Recuperado de : <https://www.bbva.com/es/pe/que-es-el-tipo-de-cambio-y-como-evitar-que-afecte-las-finanzas/>

López, W. (2021). *Estadística práctica: aplicación y análisis para la toma de decisiones en las empresas.* (2da edición). Universidad de Puerto Rico. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/181309>

Mankiw, G. (2020). *Macroeconomía* (10ma edición). Antony Bosch Editor, Barcelona. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/173781?page=179>

Marín, A. (2021). definición: crisis política. *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/crisis-politica.html>

Mejía, J. (2023). *Estadística multivariante: técnicas dependientes con SPSS en las ciencias sociales.* Tomo I. Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación (AMIDI). Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/228575>

Ministerio de Agricultura y Riego (enero-marzo del 2020). *Café. Observatorio de commodities.* Dirección General de Políticas Agrarias. Recuperado de: https://www.inia.gob.pe/wp-content/uploads/2020/04/Reporte_Obs_Commodities_Cafe.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas. *Política Económica y Social.* Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100694&view=article&catid=23&id=62&lang=es-ES

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *ANÁLISIS INTEGRAL DE LA LOGÍSTICA EN EL PERÚ 5 CADENAS DE EXPORTACIÓN.* Recuperado de:

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/403319/P_Metodologia.pdf?v=1572021861

Organización Mundial del Comercio
https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr08-0d_s.pdf

Páez, R. Jiménez, W. Buitrago, J. (julio de 2021). Las teorías de la competitividad: una síntesis. *Revista Republicana* N° 31, pp. 119-144. Recuperado de: <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>

PROMPERU. *Productos de la Oferta Exportable Peruana*. Recuperado de: <https://exportemos.pe/inteligencia-para-exportar/productos>

Proaño, W. (2020). *Estadística descriptiva e inferencial*. Universidad del Azuay. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/233574>

Rivera, I (2017). *Principios de macroeconomía: un enfoque de sentido común*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <https://files.pucp.education/departamento/economia/lde-2017-04.pdf>

Rodríguez, F. (2020). *Finanzas internacionales y productos derivados*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/174898>

Rodríguez, J. (2023). *Macroeconomía teoría y ejercicios*. Grupo Editorial Éxodo, México. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/234711?page=5>

Ronquillo, V; Castro, M y Castro, J. (2024). *Metodología de la Investigación Educativa*. Editorial Tecnocientífica Americana. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/253751>

Sánchez, J. (2020). *Aversión al riesgo*. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/aversion-al-riesgo.html>

Sevilla, A. (2021). *Inflación*. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>

- Solano, L (2018). *Mercado de divisas*. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín-Colombia. Recuperado de: <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/4819/Mercado%20de%20divisas.pdf>
- Solunión. *Como afecta el cambio de divisas a las exportaciones*. Actualidad Económica. Recuperado de: <https://www.solunion.es/blog/como-afecta-el-cambio-de-divisas-a-las-exportaciones/>
- SUNAT. Consulta por Importador/Exportador. Recuperado de: http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/ieITS01Alias?accion=consultar&CG_consulta=1
- SUNAT. *Exportación definitiva*. Recuperado de: <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Tamayo, M; Casanova, A; Zuaznabar, I. (2019). *Finanzas internacionales: Teoría y políticas*. Universidad metropolitana de Ecuador. Recuperado del portal E-Libro: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/120839>
- Tamayo, V. (2020). *Incidencia en las variaciones del tipo de cambio en las exportaciones del sector agrícola en Palmira, 2014-2018*. Universidad Antonio Mariño. Colombia. Recuperado de: <http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/1697/1/2020VivianEstephanyTamayo.pdf>
- Torres, A. (2020). Enfoques de estrategia y modelos de negocio. *Revista De Investigaciones De La Universidad Le Cordon Bleu*. Vol 6(2), pp. 55-66. Recuperado de: <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2019v6n2.005>
- Urrosolo, M y Martínez, E. (2022). *Gestión administrativa del comercio internacional*. Editorial Paraninfo. Recuperado de: https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_administrativa_del_comercio_int/d6V3EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=comercio+exterior+pdf&printsec=frontcover

USMP (2015). *Código de ética para la investigación de la Universidad de San Martín de Porres*. Recuperado de: <https://usmp.edu.pe/fia/wp-content/uploads/2022/05/MV1-CODIGODEETICA.pdf>

ANEXOS:

I. Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	INSTRUMENTOS
LA INFLUENCIA DEL TIPO DE CAMBIO EN LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ DE LA EMPRESA CAFENOR PERU S.A.C EN EL AÑO 2021-2023	<p>¿Cuál es la influencia del tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en el año 2021-2023?</p> <p>Problemas específicos</p>	<p>Objetivo General</p> <p>1.- Determinar la influencia del Tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en el año 2021-2023.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>1.- ¿Cuál es la influencia del índice de precios al consumidor en la competitividad de exportación de CAFENOR PERU S.A.C en los mercados internacionales, en el año 2021-2023?</p> <p>2.- ¿Cuál es la influencia del incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos en los márgenes de ganancia de CAFENOR PERU</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>1.- El tipo de cambio influye significativamente en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en el año 2021-2023.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>1.- El índice de precios al consumidor del Perú afecta significativamente a la competitividad de los precios de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C en los mercados internacionales, en el año 2021-2023.</p> <p>2.- El incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos afecta significativamente en los márgenes de ganancia de CAFENOR</p>	<p>1 Variable Independiente :</p> <p>Tipo de cambio</p> <p>2.- Variable dependiente</p> <p>Exportaciones de café</p>	<p>Dimensiones de Tipo de cambio</p> <p>1.Inflación: (indicadores)</p> <p>-Índice de precios al consumidor -IPC</p> <p>-Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos</p> <p>2.Divisas: (indicadores)</p> <p>-Comercio internacional de bienes</p> <p>-Crecimiento económico del Perú</p> <p>Dimensiones de Exportaciones de café:</p>	<p>Tipo aplicado</p> <p>Alcance: explicativo</p> <p>Método y Diseño de la Investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>M1= OX r OY</p>	<p>Población: 67 trabajadores de CAFENOR PERU S.A.C</p> <p>Muestra: 57 trabajadores de CAFENOR PERU S.A.C</p> <p>Muestreo probabilístico</p>	<p>1-Cuestionario estructurado</p>

S.A.C, en el año 2021-2023?	márgenes de ganancias de CAFENOR PERU S.A.C, en el año 2021-2023.	PERU S.A.C., en el año 2021-2023	1.Costos estratégicos:
3.- ¿Cuál es la influencia del comercio internacional de bienes en la obtención de nuevos clientes y mercados por parte CAFENOR PERU S.A.C, en el año 2021-2023?	3.-Determinar la influencia del comercio internacional de bienes en la obtención de nuevos clientes y mercados por parte de CAFENOR PERU S.A.C, en el año 2021-2023.	3.-El comercio internacional de bienes favorece significativamente a CAFENOR PERU S.A.C en conseguir nuevos clientes y mercados, en el año 2021-2023.	(indicadores) -Competitividad de precios -Márgenes de ganancia
4.- ¿Cuál es la influencia del crecimiento económico del Perú en el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C, en el año 2021-2023?	4.- Determinar la influencia del crecimiento económico del Perú en el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C, en el año 2021-2023.	4.- El crecimiento económico del Perú influye significativamente en el crecimiento de las exportaciones de CAFENOR PERU S.A.C., en el año 2021-2023	2.Diversificación de las ventas: (indicadores) -Nuevos clientes y mercados -Crecimiento de exportaciones

II. Matriz operacionalización de variables

Variable Independiente

X= Tipo de cambio

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	Kozikowski (2013): “el precio de la moneda de un país en términos de la moneda de otro” (p.21).	
DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
	X1 Inflación	1.1 Índice de precios al consumidor -IPC 1.2 Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos
	X2 Divisas	2.1 Comercio internacional de bienes 2.2 Crecimiento económico del Perú
	ESCALA VALORATIVA	
	Escala Nominal	

Variable Dependiente

Y =Exportaciones de café

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	“salida de mercancías nacionales para el consumo definitivo en el exterior y que, a diferencia de las importaciones, están exentas de pagar tributos.” (SUNAT)	
DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
	Y1 Costos Estratégicos	1.1 Competitividad de precios 1.2 Márgenes de ganancia
	Y2 Diversificación de las ventas	2.1 Nuevos clientes y mercados 2.2 crecimiento de exportaciones
	ESCALA VALORATIVA	
	Escala Nominal	

III. Formato de validación juicio de expertos

Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basada en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

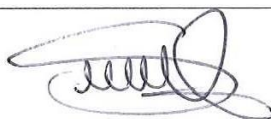
Santa Anita, 26 de octubre de 2023

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: tipo de cambio

Nombre del Instrumento	Instrumento: Cuestionario					
motivo de evaluación:	Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 1:	Variable Independiente: Tipo de cambio					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Inflación						
Indicador: Índice de precios al consumidor- IPC	Considera que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café	4	4	4	4	
Indicador: Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos	Considera que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café	4	4	4	4	
D2 Divisas						
Indicador: Comercio internacional de bienes	Considera que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos	4	4	4	4	
Indicador: Crecimiento económico del Perú	Considera que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias	4	4	4	4	
VARIABLE: TIPO DE CAMBIO	Considera que el alza del tipo de cambio durante el año 2021 ha sido beneficioso económicamente para la empresa	4	4	4	4	

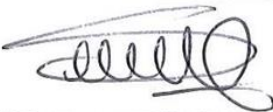
Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: Exportaciones de café

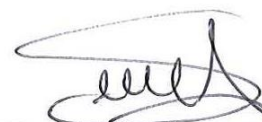
Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Instrumento: Cuestionario Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 2:	Variable Dependiente: Exportaciones de café					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Costos estratégicos						
Indicador: Competitividad de precios	La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permita reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado	4	4	4	4	
Indicador: Márgenes de ganancia	La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado	4	3	4	4	
D2 Diversificación de las ventas						
Indicador: Nuevos clientes y mercados	La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores.	4	4	4	4	
Indicador: Crecimiento de exportaciones	El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo	4	4	4	4	
VARIABLE: EXPORTACIONES DE CAFE	Considera que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio durante el año 2021	4	4	4	4	

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

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Gonzales Castro Gonzalo
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()
Profesión:	Contador Público
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro <input checked="" type="checkbox"/> Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: tipo de cambio

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Instrumento: Cuestionario Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 1:	Variable Independiente: Tipo de cambio					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Inflación						
Indicador: Índice de precios al consumidor- IPC	¿Considera que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café?	4	4	4	4	
Indicador: Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos	¿Considera que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café?	4	4	4	4	
D2 Divisas						
Indicador: Comercio internacional de bienes	¿Considera que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos?	4	4	4	4	
Indicador: Crecimiento económico del Perú	¿Considera que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias?	4	4	4	3	
VARIABLE: TIPO DE CAMBIO	¿Considera que el alza del tipo de cambio durante el año 2021 ha sido beneficioso económicamente para la empresa?	4	4	4	4	

Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA Nº 2
VARIABLE 2: Exportaciones de café

Nombre del Instrumento	Instrumento: Cuestionario					
motivo de evaluación:	Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 2:	Variable Dependiente: Exportaciones de café					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Costos estratégicos						
Indicador: Competitividad de precios	¿La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permita reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado?	4	4	4	4	
Indicador: Márgenes de ganancia	¿La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado?	4	4	4	4	
D2 Diversificación de las ventas						
Indicador: Nuevos clientes y mercados	¿La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores?	4	4	4	3	
Indicador: Crecimiento de exportaciones	¿El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo?	4	4	4	4	
VARIABLE: EXPORTACIONES DE CAFE	¿Considera que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio durante el año 2021?	4	4	4	4	

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

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (x) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	OSORES MIRANDA, CESAR
Sexo:	Hombre (x) Mujer ()
Profesión:	ECONOMISTA
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (x) Doctor ()
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	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



 Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: tipo de cambio

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Instrumento: Cuestionario Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 1:	Variable Independiente: Tipo de cambio					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Inflación						
Indicador: Índice de precios al consumidor- IPC	¿Considera que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café?			✓		
Indicador: Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos	¿Considera que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café?				✓	
D2 Divisas						
Indicador: Comercio internacional de bienes	¿Considera que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos?			✓		
Indicador: Crecimiento económico del Perú	¿Considera que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias?				✓	
VARIABLE: TIPO DE CAMBIO	¿Considera que el alza del tipo de cambio durante el año 2021 ha sido beneficioso económicamente para la empresa?			✓		

Firma de validador experto



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: Exportaciones de café

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Instrumento: Cuestionario Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 2:	Variable Dependiente: Exportaciones de café					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Costos estratégicos						
Indicador: Competitividad de precios	¿La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permita reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado?				✓	
Indicador: Márgenes de ganancia	¿La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado?				✓	
D2 Diversificación de las ventas						
Indicador: Nuevos clientes y mercados	¿La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores?				✓	
Indicador: Crecimiento de exportaciones	¿El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo?				✓	
VARIABLE: EXPORTACIONES DE CAFE	¿Considera que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio durante el año 2021?				✓	

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

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno () Externo () [Docente-USMP] <input checked="" type="checkbox"/>
Apellidos y nombres:	LOPEZ MOSCOL, MIRIAM PATRICIA.
Sexo:	Hombre () Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	ADMINISTRADORA
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
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:	UPS SCS (PERU) S.L
Cargo actual:	SUPERVISOR COMERCIAL DE ADUANAS Y HEALTHCARE
Área de especialización	LOGÍSTICA, INVESTIGACIÓN Y COMERCIO EXTERIOR
N° telefónico de contacto	51 986654097
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: mxlopez@ups.com. mlopezmi@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input checked="" type="checkbox"/>) Por correo electrónico ()


 Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: tipo de cambio

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Instrumento: Cuestionario Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 1:	Variable Independiente: Tipo de cambio					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Inflación						
Indicador: Índice de precios al consumidor- IPC	¿Considera que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café?	2	2	2	2	
Indicador: Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos	¿Considera que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café?	2	2	2	2	
D2 Divisas						
Indicador: Comercio internacional de bienes	¿Considera que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos?	2	2	2	2	
Indicador: Crecimiento económico del Perú	¿Considera que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias?	2	2	2	2	
VARIABLE: TIPO DE CAMBIO	¿Considera que el alza del tipo de cambio durante el año 2021 ha sido beneficioso económicamente para la empresa?	3	3	3	2	

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

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA Nº 2
VARIABLE 2: Exportaciones de café

Nombre del Instrumento	Instrumento: Cuestionario					
motivo de evaluación:	Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 2:	Variable Dependiente: Exportaciones de café					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Costos estratégicos						
Indicador: Competitividad de precios	¿La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permita reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado?	3	2	3	3	
Indicador: Márgenes de ganancia	¿La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado?	2	2	2	2	
D2 Diversificación de las ventas						
Indicador: Nuevos clientes y mercados	¿La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores?	4	4	4	4	
Indicador: Crecimiento de exportaciones	¿El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo?	3	2	3	3	
VARIABLE: EXPORTACIONES DE CAFE	¿Considera que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio durante el año 2021?	3	3	3	2	

Firma de validador experto



INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (X) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Ramirez Malpica Augusto
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	Ingeniero Industrial
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (X) Doctor ()
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	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



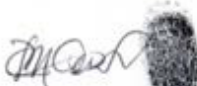
Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1: tipo de cambio

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Instrumento: Cuestionario Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 1:	Variable Independiente: Tipo de cambio					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Inflación						
Indicador: Índice de precios al consumidor- IPC	¿Considera que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café?	4	4	4	4	
Indicador: Incremento de los precios internacionales de los combustibles y alimentos	¿Considera que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café?	4	4	4	4	
D2 Divisas						
Indicador: Comercio internacional de bienes	¿Considera que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos?	4	4	4	4	
Indicador: Crecimiento económico del Perú	¿Considera que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias?	4	4	4	4	
VARIABLE: TIPO DE CAMBIO	¿Considera que el alza del tipo de cambio durante el año 2021 ha sido beneficioso económicamente para la empresa?	3	3	3	3	Sería ideal actualizar la información al 2022

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

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: Exportaciones de café

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Instrumento: Cuestionario Motivo: Recolección de los datos necesarios del estudio.					
Autor del Instrumento	Giancarlo Lujan Caballero					
Variable 2:	Variable Dependiente: Exportaciones de café					
Población:	Empresas peruanas exportadoras de café					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Costos estratégicos						
Indicador: Competitividad de precios	¿La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permita reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado?	4	4	4	4	
Indicador: Márgenes de ganancia	¿La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado?	3	3	3	3	
D2 Diversificación de las ventas						
Indicador: Nuevos clientes y mercados	¿La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores?	4	4	4	4	
Indicador: Crecimiento de exportaciones	¿El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo?	4	4	4	4	
VARIABLE: EXPORTACIONES DE CAFE	¿Considera que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio durante el año 2021?	3	3	3	3	Sería ideal actualizar la información al 2022

Firma de validador experto

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Olivares Solórzano, María Luz
Sexo:	Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	Economista
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)

Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

IV. Instrumento de recopilación de datos

La Influencia del tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C. en el año 2021-2023

El presente cuestionario tiene como finalidad de recabar información acerca de la influencia del tipo de cambio (Sol respecto al Dólar) en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERÚ S.A.C. en el año 2021-2023; es anónimo y los datos recopilados se usarán para fines académicos.

Marcar con una (X)

1. Cargo que tiene dentro de la empresa:

- Gerente general
- Socio corporativo
- Jefe de contabilidad
- Jefe de ventas
- Jefe de logística
- Asistente administrativo / contable
- Operario
- Personal de control de calidad

Mediante las alternativas del “nivel de acuerdo” responda a los siguientes ítems, marcar con una (X):

VARIABLE INDEPENDIENTE: TIPO DE CAMBIO

1. Considera Ud. que un aumento significativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operaciones y los costos de exportación de café.

- Muy en desacuerdo
- en desacuerdo
- indiferente
- de acuerdo
- muy de acuerdo

2. Considera Ud. que el incremento de los precios internacionales de combustibles y alimentos influye en el precio de compra del café.

- Muy en desacuerdo

- en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo
3. Cree Ud. que el comercio internacional de bienes es una oportunidad para que demás emprendedores diversifiquen e incrementen sus ingresos.
- Muy en desacuerdo
 - en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo
4. Considera Ud. que el crecimiento económico del Perú se debe al incremento de las exportaciones agropecuarias.
- Muy en desacuerdo
 - en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo
5. Considera Ud. que el alza del tipo de cambio (Sol respecto al Dólar) durante el año 2021-2023 ha sido beneficioso económicamente para la empresa.
- Muy en desacuerdo
 - en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo

VARIABLE PENDIENTE: EXPORTACIONES DE CAFÉ

6. La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias que le permita reducir costos y a la vez brindar Precios Competitivos por kilogramo de café exportado.

- Muy en desacuerdo
 - en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo
7. La empresa llega a cumplir con sus márgenes de ganancias proyectados por cada lote de café exportado.
- Muy en desacuerdo
 - en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo
8. La empresa se esmera en obtener nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados para aumentar su cuota de participación en comparación con sus competidores.
- Muy en desacuerdo
 - en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo
9. El crecimiento de exportaciones de la empresa se debe a que cuenta con una gama de variedades de café de exportación y otros subproductos derivados del mismo.
- Muy en desacuerdo
 - en desacuerdo
 - indiferente
 - de acuerdo
 - muy de acuerdo
10. Considera Ud. que las exportaciones de café se han visto incrementadas por el ascenso del tipo de cambio (Sol respecto al Dólar) durante el año 2021-2023.

- Muy en desacuerdo
- en desacuerdo
- indiferente
- de acuerdo
- muy de acuerdo

V. Constancia de aplicación del instrumento

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

CONSTANCIA

EL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA CAFENOR PERU S.A.C., VICENTE MINGA CUÑA

Hace constar:

Que, el señor Giancarlo Lujan Caballero, identificado con DNI: 72240921, bachiller en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de San Martín de Porres, ha realizado la aplicación del instrumento de su tesis titulada: **"La influencia del tipo de cambio en las exportaciones de café de la empresa CAFENOR PERU S.A.C en el año 2021-2023"**.

Se expide la presente constancia, a petición del interesado y a fines que se estime pertinentes.

Moyobamba, 3 de noviembre del 2023.



VICENTE MINGA CUÑA
GERENTE GENERAL
CAFENOR PERU S.A.C.

VI. Base de datos de los resultados del cuestionario aplicado

en cu est ad o	1. Consi dera Ud. que un aumen to signific ativo en el índice de precios al consumidor (IPC) del país puede afectar en las operac iones y los costos de export ación de café.	2. Cons idera Ud. que el incre mento de los precios inter nacion ales de com busti bles y alim ento s influy e en el preci o de com pra del café.	3. Cree Ud. que el come rcio inter nacion al de biene s es una oport unidad para que dem ás empr ende dore s diver sifiqu en e incre ment en sus ingre sos.	4. Con sider a Ud. que el creci mien to econ ómico del Perú se debe al incre ment o de las expo rtaci ones agro pecu arias .	5. Consi dera Ud. que el alza del tipo de camb io duran te el año 2021- 2023 ha sido benef icioso econ ómico amen te para la empr esa.	6. La empres a cuenta con instalac iones y maquin arias que le permita reducir costos y a la vez brindar Precios Compe titivos por kilogra mo de café exporta do.	7. La empr esa llega a cump lir con sus márg enes de gana ncias proy ectad os por cada lote de café expo rtado .	8. La emp resa se esm era en obte ner nuev os clien tes e ingr esar a nuev os mer cado s para aum enta r su cuot a de parti cipa ción en com para ción con sus com petid	9. El creci mien to de expo rtaci ones de la emp resa se debe a que cuen ta con una gam a de varie dade s de café de expo rtaci ón y otros subp rodu ctos deriv ados del mis mo.	10. Con side ra Ud. que las exp orta cion es de café se han vist o incr eme ntad as por el asc ens o del tipo de cam bio dur ante el año 202 1- 202 3.
----------------------------	---	--	---	---	--	---	--	---	--	--

								ores		
1	3	3	4	3	5	5	4	4	4	5
2	3	2	4	4	5	5	4	5	4	5
3	2	3	3	4	5	5	5	5	4	5
4	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5
5	3	2	4	4	5	5	4	5	5	5
6	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5
7	3	3	4	3	3	5	3	3	4	5
8	2	3	3	4	3	5	5	5	4	4
9	3	2	3	4	3	4	4	5	5	4
10	3	3	4	3	5	5	4	4	4	5
11	2	3	3	4	5	3	3	1	4	5
12	2	3	3	4	4	3	5	3	4	3
13	4	1	5	5	4	5	5	3	4	1
14	3	1	4	3	5	5	4	4	4	1
15	2	3	3	4	5	5	5	5	4	5
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	3	2	4	3	5	5	5	3	5	5
18	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5
19	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5
20	3	3	4	3	3	5	3	3	4	5
21	2	3	3	4	3	5	5	4	5	4
22	2	3	3	4	5	3	3	5	4	5
23	2	3	3	4	3	5	3	3	2	3
24	4	1	5	5	4	5	5	3	4	1
25	4	5	4	4	4	5	5	3	4	1
26	3	5	4	3	5	5	4	4	4	1
27	2	3	3	4	5	5	5	5	4	5
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5
30	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3
31	3	4	4	3	4	5	5	4	4	2
32	5	5	5	2	5	5	4	5	5	2
33	4	4	4	2	4	4	3	2	3	2
34	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5
35	3	2	4	4	5	5	4	5	5	5

36	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5
37	3	3	4	3	3	5	3	3	4	5
38	2	3	3	4	3	5	5	5	4	4
39	3	2	3	4	3	4	4	5	5	4
40	3	3	4	3	5	5	4	4	4	5
41	2	3	3	4	5	3	3	1	4	5
42	2	3	3	4	4	3	5	3	4	3
43	4	1	5	5	4	5	5	3	4	1
44	3	1	4	3	5	5	4	4	4	1
45	2	3	3	4	5	5	5	5	4	5
46	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5
47	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3
48	3	4	4	3	2	2	5	4	4	2
49	5	5	5	2	5	5	4	5	5	2
50	4	4	2	2	4	4	3	2	3	2
51	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5
52	3	2	4	4	5	5	4	5	5	5
53	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5
54	3	3	4	3	3	5	3	3	4	5
55	2	2	2	2	5	5	4	5	5	2
56	2	3	3	4	4	3	2	3	4	3
57	4	1	5	5	4	5	5	3	4	1

VII. Principales países importadores de café peruano en 2019; 2020; 2021; 2022 y 2023

Importadores	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Valor exportado en 2022	Valor exportado en 2023
Mundo	\$ 621,335	\$ 640,727	\$ 758,569	\$ 1,188,902	\$ 829,282
Estados Unidos de América	\$ 169,995	\$ 172,939	\$ 177,508	\$ 264,578	\$ 230,413
Alemania	\$ 141,560	\$ 141,658	\$ 163,488	\$ 249,404	\$ 150,828
Bélgica	\$ 60,012	\$ 58,358	\$ 87,608	\$ 147,264	\$ 76,596
Canadá	\$ 34,125	\$ 31,909	\$ 38,075	\$ 54,936	\$ 58,918
Suecia	\$ 37,336	\$ 33,941	\$ 39,407	\$ 57,648	\$ 34,876
Países Bajos	\$ 16,257	\$ 6,217	\$ 12,893	\$ 41,297	\$ 34,710
Italia	\$ 22,529	\$ 30,537	\$ 36,589	\$ 45,587	\$ 34,424
Francia	\$ 19,942	\$ 32,426	\$ 32,834	\$ 31,692	\$ 31,243
Reino Unido	\$ 21,513	\$ 17,176	\$ 28,610	\$ 45,384	\$ 29,394
Colombia	\$ 16,474	\$ 26,947	\$ 45,993	\$ 78,183	\$ 28,294
Corea, República de	\$ 20,914	\$ 26,110	\$ 25,334	\$ 35,370	\$ 21,575
Japón	\$ 13,058	\$ 13,723	\$ 11,028	\$ 31,137	\$ 17,824
España	\$ 4,893	\$ 5,726	\$ 7,986	\$ 16,454	\$ 10,895
Australia	\$ 5,524	\$ 7,234	\$ 10,735	\$ 11,345	\$ 10,135
Dinamarca	\$ 1,695	\$ 744	\$ 1,175	\$ 2,584	\$ 6,471
Grecia	\$ 5,942	\$ 2,145	\$ 3,129	\$ 2,575	\$ 5,195
Jordania	\$ 376	\$ 2,705	\$ 5,472	\$ 5,713	\$ 4,465
México	\$ 3,949	\$ 3,607	\$ 3,682	\$ 7,101	\$ 4,236
Portugal	\$ 1,101	\$ 835	\$ 2,248	\$ 5,472	\$ 4,033
Rusia, Federación de	\$ 4,759	\$ 7,581	\$ 7,360	\$ 5,211	\$ 3,714
Chile	\$ 1,723	\$ 1,603	\$ 2,819	\$ 3,021	\$ 3,590
Nueva Zelandia	\$ 2,568	\$ 3,000	\$ 3,225	\$ 4,180	\$ 3,520
Noruega	\$ 2,834	\$ 2,666	\$ 2,303	\$ 3,901	\$ 2,867
Irlanda	\$ 2,332	\$ 1,614	\$ 626	\$ 4,393	\$ 2,830
China	\$ 420	\$ 1,124	\$ 961	\$ 3,987	\$ 2,412

Nota. Fuente TRADEMAP-ITC, elaboración propia.

VIII. Principales empresas peruanas exportadoras de café, incluyendo a CAFENOR PERU S.A.C, según exportaciones en dólares FOB, participación a nivel nacional y sus mercados destino en el 2023.

PAISES	PERALES	OLAM AGRO	ED.F MAN	COMERCIO	HVC	COMPANIA	CAFENOR PERU	
	HUANCARUNA S.A.C	PERU S.A.C	VOLCAFE PERU S.A	AMAZONIA S.A	EXPORTACIONE S S.A.C	INTERNACIONAL DEL CAFE S.A.C	SAC	
VALOR USD								
FOB								
Alemania	\$ 12,457,646	\$ 9,496,508	\$ 3,983,648	\$ 8,555,421	\$ 6,715,587	\$ 4,505,099	\$ 1,252,834	
Argentina	\$ 115,369		\$ 108,523					
Australia	\$ 766,808	\$ 909,681	\$ 526,383			\$ 279,603	\$ 169,765	
Belgica	\$ 2,402,140	\$ 4,623,229		\$ 4,846,357	\$ 1,753,382	\$ 2,400,311	\$ 1,895,901	
Canada	\$ 352,353	\$ 1,305,939	\$ 93,704	\$ 1,293,974	\$ 2,081,495	\$ 2,293,715	\$ 1,136,617	
China	\$ 1,172,182	\$ 71,665						
Colombia					\$ 855,357			
Dinamarca		\$ 1,479,701						
Ecuador	\$ 467,475							
Egipto	\$ 90,467							
Emiratos Arabes								
Unidos	\$ 260,656			\$ 143,401				
España	\$ 434,976	\$ 1,800,441	\$ 663,731	\$ 802,219		\$ 620,848	\$ 601,656	
Estados Unidos	\$ 6,915,908	\$ 10,521,374	\$ 19,825,915	\$ 8,501,092	\$ 13,196,575	\$ 8,292,986	\$ 2,767,221	
Estonia	\$ 95,204			\$ 89,524				
Federacion Rusa	\$ 815,729	\$ 381,190						
Finlandia			\$ 241,045					
Francia	\$ 1,359,710	\$ 772,429		\$ 440,722	\$ 501,658	\$ 1,679,415		
Grecia	\$ 250,148	\$ 764,599		\$ 78,477	\$ 415,086	\$ 681,674		
Hong Kong	\$ 85,948			\$ 328,884				
India		\$ 47,441						
Italia	\$ 2,625,605	\$ 3,075,376	\$ 894,295	\$ 4,409,950		\$ 3,243,046	\$ 84,711	
Japon	\$ 3,843,108	\$ 872,880	\$ 177,214		\$ 79,482	\$ 65,938		
Jordania		\$ 2,570,979						
Lituania	\$ 94,432							
Malaysia			\$ 250,152					
Mexico			\$ 176,113		\$ 75,298		\$ 70,140	
Noruega	\$ 252,385	\$ 154,297		\$ 239,839	\$ 605,813			
Nueva Zelanda					\$ 174,860	\$ 144,189		
Paises Bajos	\$ 1,923,964	\$ 1,391,669	\$ 3,846,469	\$ 5,076,416		\$ 1,145,429	\$ 248,486	
Polonia						\$ 690,674		
Portugal	\$ 172,696		\$ 111,349	\$ 755,490		\$ 417,532		
Reino Unido	\$ 4,100,938	\$ 2,114,992	\$ 545,106	\$ 67,768	\$ 156,149	\$ 901,903		
Republica de								
Korea	\$ 6,679,550	\$ 7,380,595		\$ 665,303				
Singapur	\$ 87,147					\$ 72,002		
Slovenia								
Sudafrica	\$ 114,453				\$ 43,749			
Suecia				\$ 2,473,733	\$ 2,304,055	\$ 1,534,392	\$ 335,782	
Turquía	\$ 230,851				\$ 92,031			
Vietnam		\$ 78,060				\$ 157,890		
TOTAL	\$ 61,639,902	\$ 66,780,891	\$ 33,535,794	\$ 51,126,138	\$ 36,639,872	\$ 29,126,646	\$ 9,241,877	\$ 204,525,591
EXPORTACIONES	\$						492,616,711	
2023								
PARTICIPACION	12.51%	13.56%	6.81%	10.38%	7.44%	5.91%	1.88%	41.52%
NACIONAL								

OTROS

Nota. Fuente SUNAT, Exportemos.pe; elaboración y adaptación propia en Excel.