

**UNIVERSIDAD NACIONAL
INTERCULTURAL DE LA SELVA CENTRAL
JUAN SANTOS ATAHUALPA**

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TÍTULO

**Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva
Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo 2023**

TESIS

**Para optar el título profesional de:
Licenciado en Administración de Negocios Internacionales**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de Micro y Pequeña Empresa**

AUTOR:

**Bach. Angie Claritza Rondan Huamán
Código Orcid: 0000-0001-8840-0647**

ASESOR:

**Mtro. Fernando Huamán Ccanto
Código Orcid: 0000-0001-6951-4796**

Chanchamayo – Perú

2025

Asesor:

Mtro. Fernando Huamán Ccanto

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa por permitir lograr mi anhelo de ser profesional.

Al Mg. Fernando Huamán Ccanto, asesor del presente trabajo de tesis.

A los miembros del jurado de Tesis: Mtro. José Vladimir Ponce de León (presidente), Mtro. José Luis Claudio Pérez (Miembro) y Dr. Bernabé Teodoro Vila Hinojo (Miembro), por su valiosa colaboración en la mejora y culminación del presente trabajo.

A los catedráticos de la Facultad Administración de Negocios Internacionales, quienes me inculcaron y dieron los conocimientos necesarios para cristalizar mi profesión.

A todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron durante la ejecución del presente trabajo de tesis.

DEDICATORIA

A DIOS:

Que me conceda la vida.

A MÍ ADORADA MADRE:

Claritza Huamán Espinoza, con todo el cariño y afecto, por su abnegado sacrificio, para la culminación de mi carrera profesional, por su paciencia y amor, madre mía, te amo.

A MÍ ADORADO PADRE:

Javier Rondan Aspilcueta, con todo el cariño y afecto por haber forjado la persona que soy en la actualidad y el apoyo inquebrantable en cada paso de esta travesía académica, te amo.

A MIS HERMANAS:

Emma Victoria Rondan Huamán y Ruth Xaviera Rondan Huamán, por ser fuente de inspiración y motivación en este logro académico, su presencia, respaldo y cariño, me impulsaron a salir adelante, las amo.

RESUMEN

Esta investigación tiene como Título: “Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo 2023”; se realizó con el objetivo de determinar cuál es la relación de la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo en el año 2023, identificar estrategias para apoyar la comercialización y el crecimiento de las exportaciones para el año estándar, las variables se definen en comercialización y exportación dando a entender que la metodología es de tipo Cuantitativa y Tecnológica.

El café es una planta de fácil adaptación en las partes altas de nuestra Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo. Aunque solo producimos café y no lo bebemos en grandes cantidades, el individuo promedio en Perú consume alrededor de 47 tazas de café al año debido a nuestra escasa cultura cafetera en comparación con otras naciones.

Asimismo, servirá de base o fundamento para estudios posteriores, permitiendo a los investigadores analizar y comparar los resultados obtenidos para los fines necesarios, así como poder utilizarlo para proponer nuevas recomendaciones, mejorado o modificado para su comercialización y exportación del café en la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo para el año 2023.

Y el alcance de la investigación es accesible a estudiantes y profesores, grupos de investigación y exportación, permiten que muchas empresas y personas inviertan en el Perú y a través de este estudio se podrá evaluar los avances y beneficios de la comercialización y exportación de café a nivel local en la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo para el año 2023.

Palabras clave: Comercialización, *Exportación del Café, Producto, Precio, Distribución, Promoción, Volumen de Exportación, Valor de Explotación, Calidad de Exportación, Calidad de Difusión, Selva Central, Distrito de La Merced, Chanchamayo.*

ABSTRACT

This research is titled: "Marketing and Export of Coffee in the Local Area of the Central Jungle in the District of La Merced, Chanchamayo 2023"; it was conducted with the aim of determining the relationship between marketing and its influence on coffee export in the local area of the Central Jungle in the District of Chanchamayo in the year 2023, identifying strategies to support marketing and the growth of exports for the standard year, the variables are defined in marketing and export making it clear that the methodology is of a Quantitative and Technological type.

Coffee is a plant that adapts easily to the high parts of our Central Jungle in the District of La Merced, Chanchamayo. Peruvians do not have a good coffee culture compared to other countries, so we are just producers and do not consume this product on a massive scale. However, the annual consumption per person is around 47 cups of coffee.

Likewise, it will serve as a basis or foundation for future studies, allowing researchers to analyze and compare the results obtained for necessary purposes, as well as to use it to propose new recommendations, enhanced or modified for the marketing and export of coffee in the Central Jungle of the Chanchamayo district for the year 2023.

The scope of the research is accessible to students and professors. Research and export groups allow many companies and individuals to invest in Peru, and through this study, the progress and benefits of coffee marketing and export at the local level in the Central Jungle of the Chanchamayo district by 2023 can be evaluated.

Keywords: Marketing, Coffee Export, Product, Price, Distribution, Promotion, Export Volume, Exploitation Value, Export Quality, Diffusion Quality, Central Jungle, La Merced District, Chanchamayo.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como Título: “Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo 2023”; las principales regiones cafeteras del país son Amazonas, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Junín, San Martín y Puno. Se produce principalmente de marzo a abril y de junio a julio. Así como el objetivo menciona Determinar cuál es la relación de la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023 y el problema plantea ¿Cuál es la relación de la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023?

Este producto (café), incluye más de 1,000 compuestos, como vitamina B, aminoácidos, azúcares y minerales, y provee más antioxidantes que cualquier otra bebida o alimento consumido es por lo que la Comercialización y su influencia en la Exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo en el año 2023.

La exportación del café en el Perú ha tenido un alza notablemente en los últimos años, esto ha provocado una reducción de los precios y un aumento de la producción en otros países exportadores, como Brasil, Colombia, etc., principal país productor y exportador de café, seguido de Vietnam, Colombia, Indonesia, Etiopía, India, Uganda, México y Perú.

Además de la producción y el precio mundial del café, otros factores que afectan a las exportaciones son el rendimiento de la región cafetalera. Este elemento ha ido disminuyendo en el caso de Perú debido a una serie de factores, como la falta de fertilizantes, el coste del mantenimiento, el acceso y el transporte del material que se exporta, entre otros. Para hacer frente a estos problemas, se han puesto en marcha varios proyectos y programas nacionales.

Numerosas familias se dedican al cultivo del café y a menudo dependen de él, y nuestra nación está considerada como uno de los principales productores de café del mundo.

Exportamos el 95% de nuestra producción nacional como materia prima (granos de café verde) a los mercados de ultramar. Por su excelencia y calidad, nuestro café ha ganado varios premios internacionales.

Dado que el café es un producto básico en el mercado mundial, su precio no está fijado, sino que viene determinado por las valoraciones realizadas en los mercados bursátiles internacionales. Las regiones productoras de café de nuestro país son idóneas para su expansión,

ya que el área de cultivo está situada en zonas ecológicas donde el clima permite producir café de alta calidad. Se trata de una ventaja competitiva que debemos aprovechar.

Perú es el séptimo exportador mundial de café, la primera exportación agrícola del país. Además de ser la principal exportación agrícola, figura entre los 10 principales bienes de exportación, por detrás de la harina de pescado, el petróleo, el gas natural y ciertos minerales.

Después de México, Perú es el segundo exportador mundial de café ecológico.

El café se cultiva en 425.416 hectáreas en Perú, alrededor del 6% de la superficie agrícola total del país. Aproximadamente 2 millones de hectáreas podrían destinarse al cultivo del café en la nación.

Hay cafetales en 338 distritos, 67 provincias y 17 regiones.

A nivel nacional, el café es producido actualmente por 223.482 familias de pequeños productores, el 95% de los cuales son agricultores que cultivan en 5 hectáreas o menos. El mercado del café representa un tercio de los empleos agrícolas. Esta actividad es esencial para 2 millones de peruanos.

El 20% de los productores de café exportan directamente a través de sus asociaciones de productores, y el 30% son miembros de algún tipo de organización.

El 5% tiene un título universitario, mientras que el 80% exporta a través de empresas exportadoras. El 7% de los agricultores tiene acceso al crédito y el 3% explota sus cafetales con tecnología avanzada.

En las montañas de nuestra Selva Central, en el Distrito de La Merced Chanchamayo, el café es una planta que crece con facilidad. En comparación con otras naciones, los peruanos tenemos una escasa cultura cafetalera, por lo que solo producimos café y no consumimos grandes cantidades. Sin embargo, un individuo consume aproximadamente 47 tazas de café al año.

Es, por eso que la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	vii
ÍNDICE.....	ix
CAPÍTULO I.....	18
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1 Identificación y determinación del problema	18
1.2 Formulación del problema general y específico	21
1.2.1 Problema General.....	21
1.2.2 Problema Específicos.....	21
1.3 Objetivos.....	21
1.3.1 Objetivo General.....	21
1.3.2 Objetivos Específicos.....	21
1.4 Hipótesis	21
1.4.1 Hipótesis general.....	21
1.4.2 Hipótesis Específicas	22
1.5 Justificación del problema	22
1.5.1 Teórica.....	22
1.5.2 Social.....	22
1.5.3 Práctica	23
1.6 Importancia y alcance de la investigación.....	23
1.7 Limitaciones de la investigación.....	23
CAPÍTULO II	24
MARCO TEÓRICOS.....	24

2.1 Antecedentes.....	24
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	24
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	25
2.1.3 Antecedente Local.....	26
2.2 Bases teóricas.....	27
2.2.1 Comercialización de café.....	27
2.2.2 Exportación del café.....	27
2.2.3 MIDAGRI y su informe productivo.....	28
2.2.4 Café Peruano y su importancia.....	28
2.2.5 Comercio Internacional: Exportaciones Y Principales Mercados.....	29
2.2.6 Retos del Sector Cafetalero.....	30
2.2.7 Principales Mercados de Destino.....	31
2.2.8 Café en Satipo y su naturaleza.....	32
2.2.9 Estrategias Comerciales del café.....	32
2.2.10 Exportación Directa a otros países.....	33
2.2.11 Beneficios de la Exportación directa.....	35
2.2.12 Capacidad de exportación.....	36
2.2.13 Acceso al mercado.....	37
2.2.14 Distribución física Internacional.....	38
2.3 Bases Epistemológicas.....	39
2.4 Bases Conceptuales.....	39
CAPÍTULO III.....	42
METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.1 Ámbito.....	42
3.2 Nivel, tipo y diseño de investigación.....	42
3.2.1 Nivel.....	42
3.2.2 Tipo.....	42
3.2.3 Diseño.....	42

3.3 Procedimiento y selección de la muestra	43
3.3.1 Población.....	43
3.3.2 Muestra	43
3.4 Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
3.4.1 Técnicas	43
3.4.2 Instrumentos.....	43
3.5 Análisis estadístico.....	43
3.6 Consideraciones éticas.	44
CAPÍTULO IV.....	45
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	45
4.1 Presentación, análisis e interpretación de resultados	45
4.2 Prueba de hipótesis.....	71
4.3 Discusión de resultados.....	75
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES.....	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	45
Tabla 2 Como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	46
Tabla 3 Como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	47
Tabla 4 Como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	48
Tabla 5 Como Productores como califican los, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	49
Tabla 6 Como Productores como califican los, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	50
Tabla 7 Como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	51
Tabla 8 Como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	52
Tabla 9 Como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	53
Tabla 10 Como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	55
Tabla 11 Como Productores como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	56

Tabla 12 Como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	57
Tabla 13 Como Productores como califican el, Calidad del servicio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	58
Tabla 14 Como Productores como califican a los, Competidores, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	59
Tabla 15 Como Productores como califican a los, Comerciantes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	60
Tabla 16 Como Productores como califican el, Precio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	61
Tabla 17 Como Productores como califican la designación de una, Agencia de aduana, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	62
Tabla 18 Como Productores como califican el proceso de, Gestión de exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	64
Tabla 19 Como Productores como califican la, Calidad de empaque, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	65
Tabla 20 Como Productores como califican la, Calidad de transporte, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	66
Tabla 21 Como Productores como califican el, Tipo de seguro de la exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	67
Tabla 22 Como Productores como califican la, Degustación del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	68

Tabla 23 Como Productores como califican la, Difusión por redes sociales, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo. 69

Tabla 24 Como Productores como califican la, Difusión por prensa, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo. 70

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	45
Figura 2 Como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	46
Figura 3 Como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	47
Figura 4 Como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	48
Figura 5 Como Productores como califican los, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	49
Figura 6 Como Productores como califican los, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	50
Figura 7 Como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	52
Figura 8 Como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	53
Figura 9 Como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	54
Figura 10 Como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	55
Figura 11 Como Productores como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	56

Figura 12 Como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	57
Figura 13 Como Productores como califican el, Calidad del servicio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	58
Figura 14 Como Productores como califican a los, Competidores, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	59
Figura 15 Como Productores como califican a los, Comerciantes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	61
Figura 16 Como Productores como califican el, Precio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	62
Figura 17 Como Productores como califican la designación de una, Agencia de aduana, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	63
Figura 18 Como Productores como califican el proceso de, Gestión de exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	64
Figura 19 Como Productores como califican la, Calidad de empaque, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	65
Figura 20 Como Productores como califican la, Calidad de transporte, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	66
Figura 21 Como Productores como califican el, Tipo de seguro de la exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	67
Figura 22 Como Productores como califican la, Degustación del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.	69

Figura 23 Como Productores como califican la, Difusión por redes sociales, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo. 70

Figura 24 Como Productores como califican la, Difusión por prensa, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo. 71

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Identificación y determinación del problema

El café es una de las bebidas más consumidas en el mundo, especialmente en los países industrializados. En los países escandinavos, la mayor demanda de café es de unos 10 kg/persona/año, lo que equivale a dos tazas de café al día. En nuestro país, el país ocupa el primer lugar en la oferta de productos agrícolas exportables y compite entre los 10 mayores exportadores de café sin tostar o descafeinado. Sin embargo, estamos muy lejos de los volúmenes de producción y exportación de Brasil y Colombia, según la Comisión Nacional del Café (2020).

En Perú, el café es uno de los principales productos agrícolas comercializados y exportados, generando empleo para 233,000 familias, según el año MIDAGRI del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2024), sin embargo, la eficiencia de su uso efectivo en los últimos años ha disminuido y muestra signos de desaceleración. Según la SUNAT, desde el 2011, año pico de las exportaciones peruanas de café, estas han disminuido a menos de la mitad, pasando de 1,598 millones de dólares a 646 millones de dólares en el 2020. De enero a julio de 2021, el valor de exportación de este rubro es de 1,598 millones de dólares EE. USD. 157 millones de dólares, con una disminución interanual de 0,2% y 13,8% en 2020 y 2019, respectivamente, el valor de envío más bajo de la última década (Comex Perú, 2021).

Por otro lado, el marketing se define como un conjunto de actividades y procesos encaminados a introducir eficazmente un producto en el sistema de distribución, teniendo en cuenta la planificación y organización de las actividades necesarias para localizar el bien o servicio, darlo a conocer y asegurar su popularidad y consumo.

Junto con la minería, los hidrocarburos, la pesca y la producción de transformación de recursos primarios, la industria agrícola peruana desempeña un papel importante en el PIB primario del país. La extracción y transformación de los recursos naturales son el eje de estas industrias.

Según su estructura porcentual, el sector de la minería y los hidrocarburos representan la mayor parte del PIB primario en 2021, con una media del 59,3%. La agricultura ocupa el segundo lugar, con un 23,8%, seguida de la industria manufacturera, la transformación y la pesca, con un 15% y un 1,9%, respectivamente.

El café es el producto agrícola más comercializado y exportado, con 10 tipos principales: Catimor, Catuahi, Costa Rica 95, Gran Colom, Limani, Geisha, Caturra, Bourbon y Típica. Además, gracias a los países productores y a la calidad de los granos de café, Perú ha conquistado los principales mercados. Actualmente, Perú ocupa el noveno lugar en el mundo en comercialización y exportación de café tradicional, superando a Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, Etiopía y Honduras, India y México (Ministerio de Desarrollo Agrícola y Riego, 2019).

La exportación, por otro lado, es por definición cualquier bien o servicio legal que el país productor o expedidor envía como mercancía a un tercero para su compra o uso. El café es el primer producto agrícola de exportación de Perú y el séptimo exportador mundial. No solo es el primer exportador de productos agrícolas, sino también uno de los 10 principales productos de exportación, después de algunos minerales, con 425.416 hectáreas dedicadas al cultivo del café, lo que representa el 6½1 de la superficie agrícola del país. Hay cafetales en 17 regiones, 67 provincias y 338 distritos. Un tercio de los empleos agrícolas asociados al mercado del café de 2 millones de peruanos dependen de esta actividad Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Brown, H. (23 de abril de 2020). A nivel nacional, si nos referimos a la Provincia de Chanchamayo, es una de las nueve provincias que conforman la provincia de Junín. Limita al norte con la Provincia de Pasco, al este con la Provincia de Satipo, al sur con la Provincia de Jauja y al oeste con la Provincia de Tarma. Como primer producto agrícola tradicional de exportación, el café es la principal fuente de ingresos de los productores y comercializadores de materia prima de las cooperativas y empresas presentes en la ciudad. Sin embargo, los problemas a los que se enfrentan las empresas y cooperativas para comercializar y exportar café surgen desde el principio del proceso de producción del café. Los productores se enfrentan a problemas como: el cambio climático, los altos costos de producción, la escasez de mano de obra y las plagas del café, Agraria (2019).

Actualmente, según la Comisión Nacional del Café 2023, el reto del café peruano es la lucha contra la roya, el cumplimiento de las normas europeas y la reanudación de la producción. Según información proporcionada por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA.) para el 2023. Las zonas más afectadas corresponden a plantaciones ubicadas en elevaciones menores a 1,200 metros en San Martín, Junín, Huánuco, Ucayali y Ayacucho, zonas donde el MIDAGRI ha incentivado la siembra masiva como Catimor, cuya calidad genética se ha deteriorado a lo largo de muchos años (Oficina Café Nacional del, BCRP 2020).

También se ha señalado que otra de las grandes preocupaciones que han provocado las regiones productoras de café es la amenaza de la Unión Europea de impedir, a partir de 2025,

la importación de café no certificado, cultivado en zonas no boscosas y con tenencia definitiva de la tierra. Más de 25 cooperativas cafetaleras han promovido la plantación de árboles maderables y de sombra aptos para el café, con el apoyo unánime de los socios. Sin embargo, debido a que muchas de ellas estaban indocumentadas, las autoridades del SERFOR les confiscaron la madera, les impusieron multas y amenazaron con encarcelarlas en lugar de darles facilidades y recompensas (Comisión del Café Nacional, 2023).

Por esta razón, el precio del café regular en el mercado exterior es de un máximo de 5 o 6 soles por kilogramo, mientras que en el mercado nacional hay que pagar hasta 7 soles. Así que la esperanza de obtener mejores precios y ciertos márgenes de ganancia radica en la producción de café orgánico certificado, que tiene una gran demanda en Europa. Así, en el contexto de la ciudad de Chanchamayo, existen empresas especializadas en el tostado y envasado de café y cada vez se abren más laboratorios que prestan servicios de análisis físico y sensorial para la evaluación de la calidad. Sin el análisis sensorial, el productor no sabrá el valor del café y no podrá comercializarlo, porque se aprecia la calidad que posee el café, ya sea en términos de proceso, variedad y altura.

Finalmente, sobre la base de los logros antes mencionados y los alcanzados en los últimos años, el objetivo del presente trabajo es estudiar la relación entre la comercialización y exportación de café a nivel local en la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo al 2023.

Identificar estrategias para apoyar la comercialización y el crecimiento de las exportaciones para el año estándar.

En vista de lo anterior, surgen las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la relación entre comercialización y exportación de café? Disyuntiva grande para desarrollar, ¿Cuál es la relación entre los precios y las exportaciones locales en la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo al 2023? ¿Cuál es la relación directa entre la gestión de exportación y la comercialización? El presente estudio, con el objetivo de la comercialización y su impacto en las exportaciones de café a nivel local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo, puede proporcionar recomendaciones para lograr un nivel competitivo para el café en esta región, los niveles actuales (Business junio 2020).

1.2 Formulación del problema general y específico

1.2.1 Problema General

- ¿Cuál es la relación entre la comercialización y la exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo?

1.2.2 Problema Específicos

- ¿Cuál es la relación del producto y su influencia en el volumen de exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo?
- ¿Cuál es la relación del precio y su influencia en el valor de exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo?
- ¿Cuál es la relación de la distribución y su influencia en la calidad de la exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo?
- ¿Cuál es la relación de la promoción y su influencia en la calidad de la difusión del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Determinar cuál es la relación entre la comercialización y la exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar cuál es la relación del producto y su influencia en el volumen de exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.
- Determinar cuál es la relación del precio y su influencia en el valor de exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.
- Determinar cuál es la relación de la distribución y su influencia en la calidad de la exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.
- Determinar cuál es la relación de la promoción y su influencia en la calidad de la difusión del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis general

- Existe relación entre la comercialización y la exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.

1.4.2 Hipótesis Específicas

- La relación del producto influye significativamente en el volumen de exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.
- La relación del precio influye significativamente en el valor de exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.
- La relación de la distribución influye significativamente en la calidad de la exportación del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.
- La relación de la promoción influye significativamente en la calidad de difusión del café en el Distrito de La Merced Chanchamayo.

1.5 Justificación del problema

1.5.1 Teórica

Los aspectos teóricos se utilizan en la investigación para encontrar conceptos de investigación, datos, fechas, técnicas y métodos que mejor contribuyan al análisis de la relación entre las variables de investigación.

Según datos del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) del 2018, más de mil millones de personas en el mundo beben café diariamente. Asimismo, tiene una gran demanda en el mercado internacional, comercializándose a nivel mundial con un valor de USD 20,309 millones en el 2017. Por otro lado, es importante mencionarlo en el marco, actividades establecidas por la Comisión de Promoción de Cafés Especiales, del cual MINAGRI es miembro, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú se ha propuesto, este año, convertir al Perú en productor de cafés especiales en el país América del Norte. Los registros de estas fuentes confiables nos permiten entender que la comercialización y exportación de café promueve el crecimiento de empresas y cooperativas a nivel local, nacional e internacional, las cuales son de gran importancia para el desarrollo de la industria cafetalera.

1.5.2 Social

Entre el principal aspecto social, los productores buscan beneficios sociales para su producción y estabilidad económica, así como la evolución histórica de la producción y el consumo interno de café, las oportunidades de consumo en mercados emergentes y de exportación, la evolución del café como cultura social y experiencia de servicio, las tradiciones de los caficultores en la producción de café y la conciencia ambiental del consumidor actual. Esto se debe a que los niveles socioeconómicos dominantes en el mercado nacional tienen tendencia a aumentar su consumo de café.

1.5.3 Práctica

Según el estudio, esta investigación se justifica porque las empresas y cooperativas comerciales y exportadoras del Distrito de La Merced Chanchamayo pueden saber que la comercialización y exportación de café es esencial para dar a conocer la calidad de sus productos. Como puerta de entrada a más mercados internacionales, contribuirá a crear empleo y reducir la pobreza, y generará ingresos para la industria exportadora y comercializadora de café del Distrito de La Merced Chanchamayo.

1.6 Importancia y alcance de la investigación

Entre los temas tratados figuran los factores económicos más significativos de la nación relacionados con el mercado del café, las fluctuaciones del PBI, las tendencias mundiales de los precios del grano de café, los niveles de exportación del país y la ausencia de ayuda gubernamental en la industria cafetera.

Comercialización y exportación de café; Asimismo, servirá de base o fundamento para estudios posteriores, permitiendo a los investigadores analizar y comparar los resultados obtenidos para los fines necesarios, así como poder utilizarlo para proponer nuevas recomendaciones, mejorado o modificado para su comercialización y exportación de café en la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo para el año 2023.

Y el alcance de la investigación es accesible a estudiantes y profesores, grupos de investigación y exportación, que permiten a muchas empresas y personas que inviertan en el Perú y a través de este estudio se podrá evaluar los avances y beneficios de la comercialización y exportación de café a nivel local en la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023.

1.7 Limitaciones de la investigación

El estudio tuvo limitaciones tales como la capacidad de acceder a información oportuna y completa a nivel del Distrito de La Merced Chanchamayo, lo que condujo a la falta de datos, así como las limitaciones de tiempo para llevar a cabo el presente estudio, debido a la misión de investigación y las limitaciones del estudio, otros factores con moderación porque las limitaciones tecnológicas fueron necesarias para el presente estudio, ya que no había herramientas tecnológicas para este estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICOS

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Internacionales

- **Programa de Desarrollo de Proveedores, para la comercialización del café bajo el sistema de Comercio Justo; el caso de San Mateo de Piñas y Santa María Coixtepec, Oaxaca.**

Según el Autor García (2018), el objetivo general de este estudio fue elaborar, en el marco de un sistema de comercio justo, un programa de desarrollo de proveedores vinculado a la cadena de comercialización, teniendo en cuenta la organización de la agricultura y las necesidades específicas de los pequeños productores de café de la región. El método utilizado en este estudio adoptó un enfoque cualitativo, dirigido a las poblaciones de pequeños productores de San Mateo Piñas y Santa María Coixtepec, utilizando una muestra representativa de pequeños productores de café oaxaqueños.

Por lo tanto, no existe una única solución para conseguir mejores márgenes de beneficio en la comercialización del grano de café; sin embargo, todas ellas difieren en cuanto a los medios utilizados, los criterios, los requisitos y la certificación conseguida. En definitiva, el apoyo de los poderes públicos relacionados con la comercialización del café y en este caso el patrocinio de CECAFE y la creación de CCIES, es la razón por la que todos los profesionales titulados, cada año deben contribuir a la investigación, encontrar la solución más rápida, optimizar los recursos disponibles del país productor de café.

- **Exportación de café en grano verde procedente de Perú al mercado de Canadá, 2018-2021.**

Según el Autor Rivera (2019), el objetivo general del estudio fue determinar la exportación de café en grano desde Canadá por parte de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén. El método utilizado es descriptivo-explicativo, a través de un diseño no empírico, con un enfoque cualitativo, realizado por el gerente general de la Cooperativa Cedros Café y ocho expertos en comercio internacional, utilizados como muestra no probabilística y como muestra de investigación para la Aprobación de la Solicitud de Mantenimiento. De lo anterior, se puede concluir que la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café cuenta con los insumos necesarios y a partir de los cuales se puede determinar la exportación de café verde en grano al mercado canadiense.

- **Estrategias de comercialización para la exportación directa de café al mercado de Estados Unidos, de la asociación de productores cafetaleros Alto Pirias y Chirinos.**

Según el Autor Álvarez (2022), el objetivo principal de este estudio fue diseñar estrategias empresariales para la exportación directa de café al mercado estadounidense de la Asociación de Productores de Café Alto Pirias y Chirinos. El método se presenta en una estructura de estilo descriptivo y exploratorio con estimaciones empíricas, utilizándose una muestra no probabilística, ya que la recolección se realiza a través de entrevista, cuestionario y análisis.

En resumen, la Asociación de Productores de Café Alto Pirias presenta un buen desempeño organizacional, lo que la convierte en una organización competitiva y facilita la adopción de estrategias comerciales para lograr exportaciones directas.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

- **Principales Factores que Influyen en la Exportación del Café proveniente del Según el Autor Valle del Monzón en la región Huánuco año 2019.**

Ayllón y Loayza (2020), el objetivo general de este estudio es identificar los principales factores que afectan las exportaciones de café, con la finalidad de concientizar a los productores sobre los beneficios e importancia de la calidad del café para lograr el proceso de exportación de este e incrementar la competitividad.

El método utilizado tiene un enfoque mixto, aplicado y no empírico, aplicando un diseño descriptivo y explicativo, dirigido a productores de café del valle de Monzón en la región Huánuco, con cuadros muestrales, preguntas estadísticas y datos recogidos a través de entrevistas y encuestas. Por lo tanto, los productores deben especializarse en la exportación de productos agrícolas y ser socios de los importadores.

En resumen, en cuanto al conocimiento del comercio exterior, no saben mucho sobre este tema, y en cuanto a la productividad, aún existe desigualdad en la calidad de la cosecha de los productores.

- **Evolución de la Exportación de café: 2010-2020**

Según el Autor Choque (2021), en su investigación, su objetivo general era determinar cómo afectan los factores de superficie cosechada, producción, tipos de cambio y precios mundiales a las exportaciones de café de Perú. El método utilizado adopta un enfoque cuantitativo deductivo, dirigido a un grupo de caficultores y agricultores de Perú, utilizando

técnicas de muestreo o de análisis de series temporales como histogramas en el análisis de la superficie recolectada, producción, como el rendimiento por hectárea de cafetos. Como resultado, el desarrollo de una estrategia de exportación para aumentar las exportaciones de café. En conclusión, el valor de la moneda nacional ya sea alto o bajo, o el valor del dólar, repercute en los ingresos que los productores y/o exportadores obtienen por sus productos, por lo que el tipo de cambio tiene un impacto en la exportación de productos como el café.

- **Factores Determinantes en el sector cafetalero del Perú para la exportación de café orgánico hacia el mercado de Estados Unidos durante el periodo 2000-2019**

Según el Autor Apeña y Zarpan (2020), en su investigación, su objetivo general fue identificar los factores determinantes de las exportaciones de café orgánico de Perú. El método utilizado en este estudio es un análisis de correlación con un diseño descriptivo, longitudinal y sin método de ensayo, dirigido a personas de la industria cafetera peruana, utilizando una base de datos de muestra que muchos artículos y organizaciones proporcionan estadísticas informativas sobre el tema como SUNAT, ADUNAS, TRADEMAP, y muchos otros. Este es un resultado positivo, según el análisis, las exportaciones aumentaron gracias al TLC y a la formación de cada vez más cooperativas, creando condiciones favorables para el crecimiento de las exportaciones de café orgánico.

Se concluye que el café orgánico es el producto más exportado del Perú por el mayor volumen, representando una gran parte de la producción en todo el territorio nacional, a la vez que permite que la industria no tradicional se desarrolle y supere a otras industrias. que tiene nuestro país.

2.1.3 Antecedente Local

- **Marketing internacional y comercialización del Café Misha de la asociación de productores de Chanchamayo al mercado de los EE. UU.**

Según el Autor Castillo (2018), en su investigación, su objetivo general fue determinar la relación entre el marketing internacional y la comercialización del café Misha de la asociación de fabricantes de Chanchamayo para el mercado estadounidense. Este método es un método de inferencia hipotético, aplicado a nivel de correlación y diseño no empírico, utilizando 20 grupos de café Misha de Chanchamayo para el mercado estadounidense, utilizando el 100% de la población como muestra, recolectó datos de una muestra a 2 cuestionarios que constaban de 40 ítems en una escala de 5 puntos. Se encontró que solo entre 25 y 100 asociaciones productoras de Chanchamayo contaban con la mejor información de

marketing y promoción, lo que les permitió una rápida expansión en el mercado estadounidense. Al final de este estudio, pudimos determinar en un 50% que la comercialización internacional del café Misha de la asociación de fabricantes de Chanchamayo en el mercado estadounidense se realiza regularmente en su empresa.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Comercialización de café

Existen 2 especies principales de café que vienen a ser Especie Arábica y Especie Robusta que se caracterizan de la siguiente manera; la Especie Arábica es la variedad más cultivada y se distingue por su menor contenido en cafeína y es resistente a las enfermedades, ello se cultiva en Perú, América Central y Brasil. La Especie Robusta se identifica por tener una mayor resistencia a plagas y enfermedades y requiere menos cuidados, su cultivo es de gran variedad en África, Indonesia y Brasil.

El café es uno de los principales cultivos del país por su impacto socioeconómico en las regiones productoras, ya que crea alrededor de 1,5 millones de puestos de trabajo y tiene potencial para exportar productos agrícolas. Según el Proyecto Café y Clima, de 2007 a 2011, la proporción de las exportaciones de café en las exportaciones totales aumentó significativamente (2017).

Desde 2009, la producción de café ha disminuido en comparación con 2008, la producción ha aumentado continuamente; luego, en los dos años siguientes, volvió a caer.

En 2013, la producción aumentó un 15% en comparación con 2012 debido a que las plantaciones de café sufrieron por la roya y disminuyó la demanda externa de café peruano. Para la cosecha 2013, la producción se estima en 144,7 millones de sacos de 60 kg, un aumento de 6,8% en comparación con la cosecha 2012, Medina, M. C. septiembre (2020).

2.2.2 Exportación del café

Estados Unidos es el principal mercado de exportación, seguido de Alemania y Bélgica. Por último, según este artículo de Foro Café, encontramos que tiene similitudes informativas directas sobre las expectativas de exportación del país hasta 2021 y nos muestra el estado actual del producto.

Sobre la diferencia, nos habla de cómo se promociona el café producido en nuestro país con la marca e identidad nacional, también nos habla de la producción de café sustentable y sin daños, Meléndez, C.J.M. febrero (2019).

Según el informe, la cadena de valor del café genera más de 200.000 millones de dólares anuales, y en ella participan productores, exportadores, tostadores y consumidores de todo el mundo.

Cada año se producen más de 158 millones de sacos de café, de los cuales 70 millones se exportan al mercado internacional. La producción mundial de café experimentó un crecimiento acumulado desde el 23 de marzo de 2007 hasta 2017, pasando de 123 millones de sacos a 151 millones de sacos. Entre ellos, el 62% de la producción mundial se concentra en: Brasil, Vietnam y Colombia. De las variedades, el 65% son Arábica y el 35% Robusta, Meléndez, C.J.M. febrero (2019).

2.2.3 MIDAGRI y su informe productivo

En los dos primeros meses de 2024, las exportaciones de café ascendieron a más de 132 millones de dólares estadounidenses. Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Canadá, Suecia y los Países Bajos representaron el 65 % de todas las exportaciones de grano.

Sierra y Selva Exportadora, una organización afiliada al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), informa que las exportaciones de café superaron los 132 millones de dólares entre enero y febrero de este año, lo que supone un aumento del 66 % con respecto al mismo periodo de 2023 (79,8 millones de dólares).

El envío de 38 760 toneladas a Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Canadá, Suecia y los Países Bajos, los principales mercados de destino, representó más del 65 % del volumen total exportado, lo que supuso un aumento del 23 % en los dos primeros meses en comparación con los cuatro años anteriores, según cifras preliminares de la SUNAT.

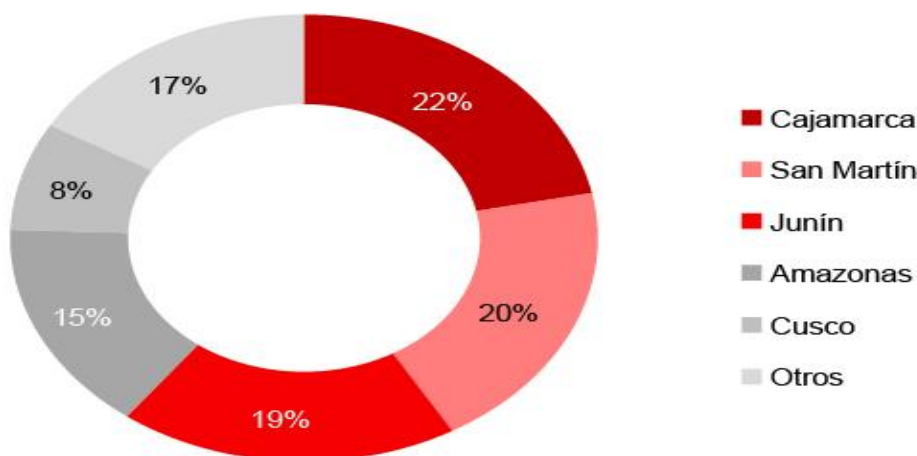
Estados Unidos fue el mayor comprador de café peruano en enero y febrero, adquiriendo 7.558 toneladas de granos por un valor de 27,5 millones de dólares estadounidenses. Con una cuota del 19 % en el mismo periodo, Bélgica también destaca. Compró, 7425 toneladas por un valor total de 27,6 millones de dólares, lo que supone un aumento del 2,9 % en valor y del 3,9 % en volumen con respecto a 2023.

2.2.4 Café Peruano y su importancia

Actualmente, hay 345 000 hectáreas de café cultivadas, lo que supone alrededor de un 19 % menos que la superficie registrada en el IV Censo Nacional Agrícola, realizado en 2018, según la Junta Nacional del Café (JNC). Los volúmenes de producción reflejan finalmente esta reducción de la superficie cultivada. El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI) informó que la producción en 2023 fue de 352, 812 toneladas, lo que supone una disminución

del 3 % con respecto a 2022 y del 5 % con respecto a 2020. Con un volumen de 76 821 toneladas, un 0,6 % más que en 2023, Cajamarca encabeza la producción cafetera del departamento, le siguen San Martín y Junín, con 69 950 (-10,3 %) y 65 951 (-3,7 %) toneladas, respectivamente. Le sigue Amazonas, con el mayor crecimiento de producción (+7,6 %; 53 941 toneladas) entre los cinco primeros. Por último, con 27 662 toneladas (+4,7 %), Cusco cierra la lista.

Participación departamental en la producción de café



Fuente: Midagri. Elaboración: ComexPerú.

2.2.5 Comercio Internacional: Exportaciones Y Principales Mercados

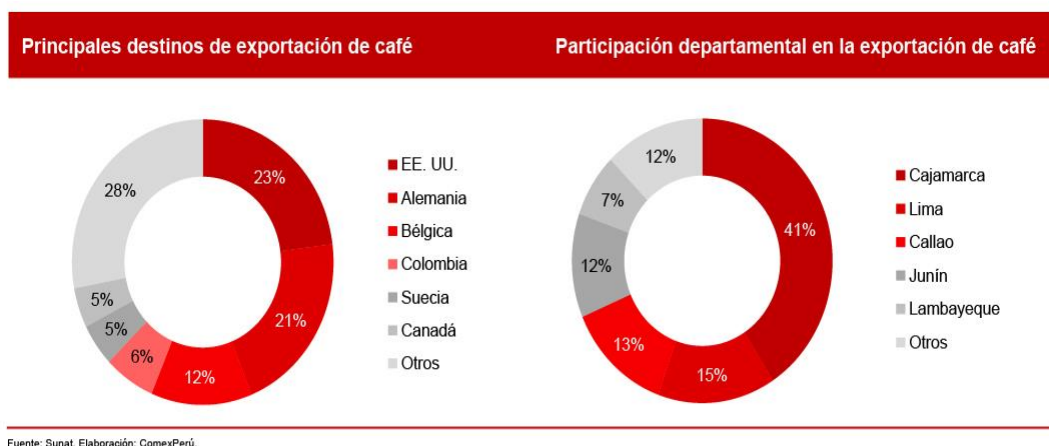
Según datos de la SUNAT, las exportaciones de café alcanzaron un valor de 1234 millones de dólares estadounidenses en 2022, lo que supone un aumento del 94 % con respecto a 2019 y del 60,1 % con respecto a 2021. Además, la cifra es más del doble que la de 2015. Dicho de otro modo, entre 2018 y 2023, el valor medio de las exportaciones de café aumentó un 9 %.

Evolución de las exportaciones de café



Fuente: Sunat. Elaboración: ComexPerú.

En cuanto a los mercados principales, las exportaciones de café peruano a Estados Unidos y Alemania en 2023 se valoraron en 284 millones y 259 millones de dólares estadounidenses, respectivamente. Para cada país, esto supone un aumento del 58 % y del 55 % con respecto al valor de 2021. Colombia, el segundo destino más variable (78 millones de dólares; +70 %), le sigue Bélgica, que tuvo la tasa de crecimiento más alta entre los seis primeros (154 millones de dólares; +74 %). Y, por último, Canadá y Suecia.



Cajamarca está bastante por delante de los otros departamentos importantes que exportan café en cuanto a valor. También es importante notar que, con un valor exportado en 2023 de 505 millones de dólares, un 101 % más que en 2021, cuando fueron 251 millones de dólares, es el departamento con la tasa de crecimiento más alta. Le siguen Lima y Callao, con valores declarados de 180 millones de dólares (+21 %) y 161 millones de dólares (+65 %), respectivamente. Por último, completan los cinco primeros puestos Lambayeque (89 millones de dólares; +75 %) y Junín (146 millones de dólares; +39 %).

2.2.6 Retos del Sector Cafetalero

Como se indicó anteriormente, la cantidad de producción y el número de hectáreas cultivadas han disminuido con el tiempo. El aumento de los gastos de producción, como el precio mundial de los fertilizantes, que no se ve compensado por la disminución real de los precios finales del café, es una de las razones de esta situación, según la JNC. El director de la JNC también señaló que las enfermedades y las plagas han aumentado debido al cambio climático, lo que finalmente repercute en el rendimiento de los cafetos.

Algunos productores de café han optado por pasar a otros cultivos, como la papaya, el cacao, los cítricos e incluso cultivos ilegales, como consecuencia de esta situación de menor rentabilidad. Otros, en cambio, han decidido dedicar su tiempo a otros trabajos mejor remunerados.

Sin embargo, lo más preocupante es que el Estado ha dejado de cultivar café, ya que el Plan Nacional de Acción para el Café Peruano (PNA-Café) aún no se ha puesto en marcha, según la JNC. A través de iniciativas específicas a corto, medio y largo plazo, esta estrategia tiene como objetivo definir las prioridades y los objetivos del sector para 2030. El gerente de la JNC también señaló que el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASA) no ha continuado con las medidas de prevención de insectos, que deben aplicarse en colaboración con las cooperativas cafetaleras. Aunque el país tiene capacidad para situarse entre los principales exportadores de café, la situación actual de la industria cafetera le impide hacerlo.

2.2.7 Principales Mercados de Destino

Estados Unidos es el mayor importador, con el 28,6% del total de las exportaciones peruanas de café, que ascienden a 217 millones de dólares. Alemania, con una participación del 25,6% y 193 millones de dólares, ocupa el segundo lugar. Le siguen los países miembros de la Unión Europea: Bélgica, Suecia, Italia, Reino Unido, Francia y Países Bajos, con un 27,3%. Por último, las proporciones de México, Corea del Sur y Canadá son del 2%, 3,5% y 4,7%, respectivamente (Agencia Peruana de Noticias, 2022).

Las cerezas de café se procesan para crear café tostado, que es el último paso antes de que el café sea consumido por el cliente final. Los granos de café verde cambian de color durante el proceso de tostado, volviéndose inicialmente amarillos y luego marrones. Además, el calor altera el sabor y el aroma de los granos, liberando aceites fragantes que mejoran el sabor del café (PROCOMER, 2020). A continuación, se explican los pasos necesarios para tostar el café.

Principales países importadores de café peruano durante el

2022

Países importadores	Valor exportado (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Perú (%)	Cantidad exportada en 2016 (toneladas)	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2015-2016 (%)
Estados Unidos	216,927	28.6	65,041	3335	47
Alemania	193,974	25.6	59,241	3274	18
Bélgica	79,953	10.6	23,488	3404	21
Suecia	40,430	5.3	11,349	3562	21
Canadá	35,270	4.7	9,465	3726	6
Corea del Sur	26,781	3.5	9,030	2966	-16
Italia	24,505	3.2	7,957	3080	121
Reino Unido	22,886	3	6,185	3700	38
Francia	22,553	3	7,104	3175	36
Países Bajos	16,733	2.2	4,833	3462	107
México	14,845	2	7,728	1921	63

Fuente: Promotora de Comercio Exterior de Perú (2022). Elaboración Propia.

2.2.8 Café en Satipo y su naturaleza

En sus principales regiones productoras de café, como San Martín, Cajamarca y Junín, Perú tiene un enorme potencial para ampliar la producción de café. La temperatura y la altitud de cada una de estas zonas permiten la producción de varios tipos de café de calidad superior. Tras la grave caída de la producción provocada por la plaga de la roya en 2013, la tercera mayor región productora de café de Perú, Junín, ha recibido un apoyo constante de las instituciones estatales para aumentar su producción. Con el 49,2% y 49,9% de la producción, respectivamente, Chanchamayo y Satipo son las dos principales provincias productoras de esta región (MINAGRI, 2016).

La distribución de la cosecha de café de la región Junín por provincia se muestra en la Figura 10. La provincia de Satipo tiene un rendimiento de 0,8 toneladas por hectárea, que es 0,2 toneladas más que Chanchamayo, según el calendario de siembra y cosecha creado por el MINAGRI (2017). Este índice se incrementará ocasionalmente gracias a los esfuerzos de entidades como PROVRAEM y AGROIDEAS (MINAGRI, 2017), que, con una inversión aproximada de 1 millón de soles, implementará un proyecto entre 2017 y 2020 para sustituir 16 hectáreas de cultivo de coca por cultivo de café en la localidad de Comuniquiari 14, con el objetivo de fortalecer el desarrollo integral, sostenible y competitivo de la región VRAEM (Andina Agencia Peruana de Noticias, 2017). Cabe resaltar que el cultivo de café es uno de los principales emprendimientos económicos de la provincia; como se observa en el cuadro, seis empresas y cooperativas se encargan de producir y exportar este cultivo.

2.2.9 Estrategias Comerciales del café

El conjunto de opciones secuenciales y esenciales que una empresa debe examinar y tomar para alcanzar su objetivo se conoce como estrategia. Debe comenzar con una estrategia, una especie de plan de acción deliberado, o una guía (o conjunto de guías) para hacer frente a una circunstancia concreta. Quinn, Voyer y Mintzberg (1997). «Una estrategia y un plan tienden a confundirse, situación que se complica cuando se añade la táctica al análisis», según Sierralta Ríos (2005) en su libro *Negociaciones Comerciales Internacionales: Texto y Casos*. Sierra reconoce, sin embargo, que la estrategia es el marco más importante que requiere un plan y que las tácticas son los instrumentos empleados en caso de acontecimientos imprevistos o desafíos a su ejecución. Las técnicas son la respuesta a la pregunta «¿Cómo se hace?», en función del objeto de la negociación; la estrategia es la respuesta a la pregunta «¿Qué se hace?»; y las tácticas son la respuesta a la pregunta «¿Con qué instrumento?», o «¿Con qué medios?», para avanzar en una situación concreta dentro de la estrategia más amplia.

2.2.10 Exportación Directa a otros países

El tipo de comercio internacional más ambicioso que permite a una empresa iniciar sus operaciones en el extranjero es la exportación directa. La relación entre el exportador y el comprador es directa y sin intermediarios que puedan discrepar en las negociaciones y ocasionar gastos adicionales o retrasos en la entrega, por lo que también es el enfoque que puede ofrecer mayores ventajas a los empresarios que decidan utilizarlo. Este enfoque no solo permite ganarse la confianza de la parte interesada, sino que también aporta la experiencia necesaria para ampliar las operaciones en el mismo campo en otros mercados. Ministerio de Agricultura y Riego (2017).

El exportador es responsable de supervisar todo el proceso de exportación, o venta, en este tipo de actividad de comercio internacional, desde la identificación del mercado hasta el cobro de los artículos suministrados. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013).

A continuación, y de acuerdo con los Incoterms pactados, el exportador asumirá la entrega y/u otras obligaciones con el importador. Estos deben ser previamente pactados en un contrato bajo las condiciones que ambas partes determinen.

a) Agentes

Estas personas se comprometen a vender las mercancías de una empresa específica en los mercados extranjeros, razón por la cual también se les conoce como tomadores de órdenes de compra o agentes de ventas. Ministerio de Riego y Agricultura (2017). Son expertos que trabajan en un campo determinado y se encargan permanentemente de comercializar, negociar o completar negocios en nombre de una o varias organizaciones a cambio de una remuneración. Consejo General de Colegios de Agentes Comerciales de España (2017).

Los agentes son personas que solo se dedican a exportar en nombre de una empresa. Trabajan con un contrato de duración determinada que puede renovarse en función de los resultados y debe especificar las condiciones de venta, el territorio, los medios de pago, etc.

El agente puede tener o no derechos exclusivos. Un contrato entre las partes establece las condiciones de este trabajo, incluidas las obligaciones de cada parte, la remuneración y la conducta que se espera del representante.

Es fundamental tener en cuenta que el agente no asume ninguna responsabilidad frente al cliente ni la propiedad de la mercancía. Ministerio de Agricultura y Riego (2017).

b) Distribuidores

Son consumidores que compran bienes a una empresa que tiene muchos locales físicos, actuando como importadores y exportadores, formando una relación directa de compra-venta, e introduciendo los bienes adquiridos en un nuevo mercado donde opera el distribuidor.

«El distribuidor es un comerciante extranjero que compra productos al exportador peruano y los vende en el mercado donde opera», para decirlo de manera sucinta y precisa. Ministerio de Agricultura y Riego (2017). Para acercar el producto al consumidor directo en el extranjero y hacer crecer su base de clientes, un distribuidor suele ofrecer asistencia posventa a los clientes, al tiempo que se reparte los gastos de marketing y promoción necesarios para lanzar el producto. Plan de Exportación de la Cámara de Comercio (2017).

La relación entre el distribuidor (importador-comprador) y el exportador (vendedor) en este método de exportación directa exige que el distribuidor mantenga un stock constante y flexible de los productos que ha comprado. También tiene que ocuparse de los servicios de preventa y posventa, lo que le libera de estas actividades, pero le obliga a atender su propia actividad comercial como distribuidor en el país importador y como resultado del acuerdo al que ha llegado con el exportador. Este tipo de relación se rige por un contrato que compromete a las partes a llevar a cabo estas acciones en beneficio mutuo.

c) Minoristas

En este caso, el exportador entra en contacto directo con los responsables de compras de la cadena minorista. Pueden enviarse folletos, catálogos y otros materiales para facilitar este tipo de transacciones. Las técnicas informáticas les ayudan a llegar a un público más amplio y a aumentar el reconocimiento de sus productos para la venta al por menor. Ministerio de Riego y Agricultura (2017).

Los minoristas son agentes de comercio internacional que compran mercancías a fabricantes y/o mayoristas, también conocidos como exportadores, y luego las venden directamente a los clientes a través de merchandising, catálogos, ventas regulares en tiendas, ventas indirectas a través de medios en línea y otros métodos que hacen llegar las mercancías al cliente con mayor rapidez. Carreto (2012).

Dado que el exportador puede ayudar a sus esfuerzos enviando catálogos, folletos y otros materiales que apoyen la actividad comercial, este tipo de exportación directa resulta más cercana y comprometida con los clientes. Es fundamental tener en cuenta que, en este caso, las operaciones comerciales están relacionadas con un sector minorista que necesita una atención más individualizada, por lo que la asistencia en forma de herramientas tecnológicas es crucial.

d) Venta directa al consumidor

Las grandes empresas emplean esta estrategia, ya que requiere importantes esfuerzos de marketing porque el exportador se encarga de todos los aspectos relacionados con el envío, la importación de los artículos en el mercado de destino, la oferta de servicios de preventa y posventa, la recogida, etc. Ministerio de Riego y Agricultura (2017). El proceso de vender y comprar directamente al consumidor final, normalmente mediante tácticas como muestras y demostraciones de productos, al tiempo que se demuestra independencia del enfoque de ventas, se conoce como venta directa. Ongallo (2013). Uno de los enfoques más individualizados es este tipo de exportación directa, cuyo objetivo es hacer llegar el producto desde la nación productora hasta el cliente final. Una empresa puede vender sus productos directamente a clientes de otras naciones.

2.2.11 Beneficios de la Exportación directa

Según un estudio del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, las exportaciones directas como proceso económico y de desarrollo ofrecen ventajas sustanciales para los productores o vendedores, permitiendo a la empresa receptora crecer y ampliar sus horizontes en diversos campos. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015).

a) Económicos

El principal beneficio económico de la exportación directa es la creación de economías de escala, que reducen los costes de producción en otras naciones y aumentan los márgenes de beneficio de todas las empresas participantes. Esto representa un crecimiento sustancial a largo plazo. Gonzales, Junquera y Fernández (2009). Una de las principales motivaciones de las empresas para expandirse internacionalmente es la económica, como lo demuestra el margen de beneficio y el mayor nivel de beneficios que proporciona la exportación directa, que permite un mayor desarrollo económico por la disminución de gastos asociados a las operaciones como la subcontratación a una empresa comercializadora, la contratación de más agentes, el pago de contratos de intermediación, la sobrevaloración de los productos en el mercado por parte de los intermediarios, etc. (Carbajal, 2015).

Para las empresas que desean expandirse internacionalmente, la exportación directa es, por tanto, muy ventajosa, ya que les ayuda a reducir gastos y aumentar ingresos, lo que hace avanzar su crecimiento económico.

b) Logísticos

Para demostrar que los esfuerzos de exportación de una organización tienen éxito, es esencial gestionar bien su sistema logístico. De este modo, podemos mejorar la manipulación de las mercancías, tanto a nivel nacional como internacional, y agilizar los procesos burocráticos aduaneros, todo lo cual contribuye a un nivel óptimo de seguridad en el momento del pago y de los contratos de compraventa. Márquez y Lerma (2010).

Otro resultado de una logística internacional eficaz es este tipo de ventaja. Los empresarios disponen de más rapidez y viabilidad en lo que respecta a los procedimientos de envío, así como a la hora de maximizar las compras de suministros y los ciclos de inventario del producto final. Carbajal, 2015.

Debido a que uno de los mayores éxitos de la venta directa internacional es la eliminación de trámites y tiempos de envío, la exportación directa ofrece una mayor ventaja logística. Esto se debe a que nos permite agilizar la entrega de nuestra mercancía a su destino, optimizando y mejorando continuamente nuestros procesos logísticos.

c) Experiencia comercial

Las empresas exportadoras pueden obtener la información, los conocimientos prácticos y efectivos, la experiencia que necesitan para conectar con los consumidores y usuarios a través de la exportación directa. Esto les da confianza y capacidad para tomar decisiones estratégicas en su mercado. García y Jerez (2010).

Además de enseñar a los exportadores cómo exportar, las exportaciones directas también les dan experiencia y les enseñan cómo identificar con precisión su mercado objetivo y seguir haciendo crecer su negocio. Carbajal, 2015.

Por lo tanto, es evidente que la experiencia comercial adquirida al lanzar una empresa en el ámbito del comercio internacional contribuye directamente al crecimiento del conocimiento y la experiencia del mercado, lo que a la larga permitirá a la empresa reducir los riesgos, evaluar con precisión las demandas del mercado, establecer relaciones comerciales con los clientes y ampliar su alcance económico.

2.2.12 Capacidad de exportación

Determinar su capacidad de exportación es un primer paso crucial para las empresas que desean expandirse internacionalmente. Dicho de otro modo, deben determinar la cantidad y la calidad de los productos que pueden exportar. Esta conclusión es provisional, ya que varía en función de las especificaciones de exportación. Bringas (2001)

Señala que ciertas organizaciones tienen características decisivas que afectan a su capacidad para dedicarse al comercio internacional. Según el análisis del autor sobre la capacidad exportadora, las empresas deben investigar el mercado en el que desean entrar, comparar los datos del mercado con su capacidad -es decir, sus puntos débiles-, crear estrategias de entrada y, si es necesario, consultar con los expertos adecuados.

2.2.13 Acceso al mercado

Según Vergara (2012), se puede entender como el conjunto de condiciones beneficiosas que facilitan la entrada al mercado de un país a los exportadores extranjeros de bienes y servicios, a los proveedores de servicios del extranjero o a los inversores foráneos, los cuales están incluidos en el acuerdo comercial. Por otro lado, "acceso a los mercados" se refiere al grado de apertura de un país hacia los productos y servicios que provienen de otros lugares.

Como consecuencia, el nivel de acceso a un mercado está determinado por factores externos que influyen en la competitividad de las importaciones en ese mercado en comparación con los productos locales. En este contexto, se hace referencia tanto a las regulaciones y prácticas públicas como privadas que buscan aumentar el costo de bienes y servicios o dificultar su tributación en el país.

a) Partida Arancelaria

Según la Comisión Peruana de Promoción del Comercio Exterior y Turismo, el Partido Arancelario es un código numérico que categoriza los mercados en el año 2016. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) puede aplicar sanciones (multas o recargos) si un partido arancelario es clasificado de manera incorrecta.

Las características tácticas del partido arancelario en 2016, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones presentó un código numérico que organiza los productos; si se realiza una clasificación errónea, la superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, conocida como SUNAT, sufrirá las consecuencias.

b) Barreras arancelarias

Según Vergara (2012), los aranceles se consideran señales del comercio, mostrando el impuesto aplicado a los bienes que tienen un valor y abarcando cada tarifa o gasto asociado con la entrada de un producto al país.

Los aranceles se clasifican en tres tipos: Ad-Valorem, Específicos, y Compuestos o Mixtos.

c) Barreras no arancelarias

Según el Centro de Comercio Internacional (2016), se pueden considerar estas medidas como políticas comerciales que son distintas de los aranceles y que podrían influir económicamente en el comercio.

Estos elementos pueden afectar el costo de los artículos, la cantidad disponible de los mismos, o incluso ambos aspectos a la vez. Puede resultar complicado establecer si el propósito de las restricciones no arancelarias es salvaguardar a los consumidores o cumplir con requisitos regulatorios legítimos (es decir, asegurar la calidad del producto).

2.2.14 Distribución física Internacional

Coy y otros (2016) en su libro *Negocios Internacionales Fundamentos y Estrategias* menciona que la distribución física de mercancías es el conjunto de operaciones necesarias para el desplazamiento de los productos preparados como carga, desde el lugar de producción o manufactura en el país de exportación hasta el local del importador en el país de destino, bajo el concepto de óptima calidad, costo razonable y entrega justo a tiempo. Con relación a las empresas afincadas en la zona, es preciso señalar que la Cooperativa Agraria Cafetalera Satipo es la empresa más importante de la Provincia, puesto que asocia a un total de 335 familias productoras y recibe constante apoyo de instituciones públicas y privadas para el fortalecimiento de su capacidad exportadora y la introducción de nuevas técnicas de cultivo, cosecha y postcosecha. Mediante este esquema, el encargado de logística de la organización deberá de administrar una lista de chequeo para el manejo de carga durante el transporte:

- a) En base a la naturaleza de la carga se deberá definir el medio de transporte que se debe utilizar.
- b) Planear el itinerario de la carga puerta a puerta, con el fin de definir las rutas que se van a utilizar.
- c) Conocer anticipadamente las condiciones climáticas a la que estará expuesta la carga.
- d) Definir el empaque más apropiado de acuerdo con el tipo de transporte seleccionado.
- e) Informar y conocer cómo se debe apilar la carga durante su transporte.
- f) Considerar las revisiones aduaneras que implica o a las que estará sometida la carga durante su movilización.
- g) Solicitar o incluir toda la información relacionada con la carga en el idioma del país de destino.

2.3 Bases Epistemológicas

Las bases epistemológicas de la investigación de nivel descriptivo que tiene por finalidad describir la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo 2023, se derivan en principios fundamentales de una investigación.

- Realismo empírico, sostiene que la realidad existe independientemente de nuestra percepción y que podemos conocer a través de las observación y experiencia una de las ventajas de este país es la existencia de microclimas.
- Enfoque positivista, es una corriente tipo epistémica que se realiza una observación empírica y la medición cuantitativa como conocimiento, aproximadamente.
- Constructivismo, reconoce que el conocimiento es construido por investigadores de los principales importadores del café, exportando anualmente entre 4 a 6 millones; gracias a ello, el Perú viene desarrollándose y creciendo. (Navarro, 2015)
- Pragmático, se centra en la utilidad práctica del conocimiento en la resolución de problemas concretos con la venta del café en grano, superando el récord del año anterior y compitiendo con otros países.
- El nivel de calidad del café peruano llega a 70 y 80 punto en café orgánico, caracterizado por poseer aromas florales silvestres, dándole un sabor único y dulce al producto, los compradores fueron Nicaragua, Costa Rica y Salvador. (RPP, 2017)

2.4 Bases Conceptuales

- **Área geográfica:** El presente trabajo está enfocado en el país de Perú, debido a que esta ha sido reconocida a nivel mundial por la exportación de café, lo que conlleva a la generación de divisas en el país y permite a las familias laborar en dicha actividad.
- **Exportaciones:** Una ventaja competitiva de nuestro café es que puede ofrecer café fresco suave entre los meses de abril y julio; sin embargo, la situación por la cual pasamos no nos permite cumplir con las expectativas de producción de este año y que la USDA había cifrado en 4,27 millones de sacos para Perú.
- **Comercialización:** La comercialización es el proceso que abarca todas las actividades necesarias para llevar un producto o servicio desde su creación hasta que llega a las manos del consumidor final. Es como un viaje que comienza en

la fábrica y termina en tu casa, pasando por diferentes etapas y personas que lo hacen posible.

- **Productores:** Son todas aquellas personas naturales propietarias de terrenos donde se cultiva café para su consumo o comercialización.
- **Cooperativas de primer grado:** Son agrupaciones de productores conformadas por productores organizados para actuar como un solo representante en la comercialización de café en mayor volumen.
- **Cooperativas de segundo grado:** Son agrupaciones de cooperativas de menor tamaño que se han organizado para poder ofrecer un producto más sofisticado y adaptado al mercado. Una gran parte de ellas se han volcado en la tendencia del café “especial” como herramienta de diferenciación.
- **Grandes acopiadores para mercados internacionales:** Son grandes empresas multinacionales especialistas en la gestión de commodities a escala mundial que actúan como intermediarios comprando a cooperativas pequeñas y exportando a grandes multinacionales a nivel internacional.
- **Tostadoras y Procesadoras:** Estas pueden ser empresas nacionales o multinacionales con sedes en el Perú, como Nestlé, o empresas peruanas, como Altomayo. Por lo general, las tostadoras y procesadoras cafetaleras se dedican a torrefactar y vender el producto acabado para el mercado local, normalmente a través de las grandes superficies o las tiendas independientes.
- **Retail Especializado y Organizado:** Existe una tendencia en crecimiento de implantación del retail especializado de café con una fuerte implantación. Asimismo, también existen cafeterías peruanas que, aunque no se encuentran cadenizadas son bastante reconocidas por su especialización y su alto posicionamiento.
- **Industria Auxiliar:** Este grupo se encuentra conformado por todas aquellas empresas que a pesar de ser auxiliares cuentan con determinada especialización en el sector cafetalero.
- **Área geográfica:** El presente trabajo está enfocado en el país de Perú, debido a que esta ha sido reconocida a nivel mundial por la exportación de café, lo que conlleva a la generación de divisas en el país y permite a las familias laborar en dicha actividad.
- **Similitudes:** Está enfocada en analizar la importancia del producto y la situación de área de cosecha del café y rendimiento de este a lo largo de los años, la cual

se ha visto perjudicada en las diferentes zonas cafetaleras debido a la falta de fertilizante, altos costos de mantenimiento, vías de acceso para el traslado de producto a exportar, asimismo por la cotización del café a nivel mundial.

- **Diferencias:** Tiene como objetivo informar acerca de la situación y avances del programa de PNIA, mas no evaluar su relación con las exportaciones del producto en el país.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 *Ámbito*

El alcance de esta presente investigación permite conocer los procesos de comercialización y exportación del café en el ámbito local de la Selva Central del Distrito de La Merced, Chanchamayo y que influye en la economía nacional.

3.2 *Nivel, tipo y diseño de investigación*

3.2.1 *Nivel*

El nivel de esta investigación es descriptivo - correlacional. De acuerdo con Hernández y Mendoza (2019). Manifiesta que “este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular”. Descriptivo: Hernández (2017) citado por (Valderrama, Tipo de investigación, 2019), “refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno o un evento de estudio”.

3.2.2 *Tipo*

El tipo de investigación según su pureza, según Hernández, Fernández y Baptista (2019) define: “La investigación aplicada, practica o empírica se caracteriza por la utilización de los conocimientos que se adquieren mediante una práctica de estudio de investigación” (p.6). Tiene un tipo de aplicación aplicada, ya que los datos obtenidos serán empleados para ayudar a resolver posibles problemas que se presentan en la realidad que se estudiara la presente investigación denominada la Comercialización y su influencia en la Exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo.

3.2.3 *Diseño*

Para este trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental transeccional. En este punto, el investigador debe realizar diferentes actividades que le permita alcanzar los objetivos de estudio, objetar las incógnitas y examinar la certeza de las Hipótesis enunciadas (Carrasco, 2018).

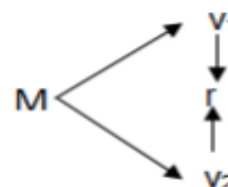
Dónde:

M: 20 Empresas Comercializadoras

X: Comercialización

r: Relación

Y: Exportación



3.3 Procedimiento y selección de la muestra

3.3.1 Población

En esta investigación la población está conformada por las 20 empresas comercializadoras del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo, define que es un conjunto finito o infinito de los elementos, seres o cosas, que tienen atributos o características comunes, susceptibles de ser observados.

3.3.2 Muestra

Según Valderrama (2019), define que es un subconjunto representativo de un universo o población. El cálculo utilizado para determinar el tamaño de muestra utilizado es un cálculo de una población finita, lo que demuestra que conocemos la población y queremos definir la población en su totalidad lo que se estudiara

$$N=n$$

Se tendrá en cuenta el total de la población que está conformada por las 20 empresas comercializadoras del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo.

3.4 Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

La técnica que se utilizó es la encuesta. Sánchez, H y Reyes (2018), “las técnicas son los medios por los cuales se procede a recoger información requerida de una realidad o fenómeno en función a los objetivos de la investigación”.

3.4.2 Instrumentos

Se utilizó como instrumento el cuestionario de preguntas cerradas. Esta encuestas se aplicará a las 20 empresas comercializadoras del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo, De acuerdo con Sánchez y Reyes (2019), menciona que los instrumentos “son las herramientas específicas que se emplean en el proceso de recogida de datos”

3.5 Análisis estadístico

Las variables identificadas y medidas son evaluadas de acuerdo con el procesamiento estadístico y análisis de datos, utilizando las técnicas descriptivas e inferenciales, como el análisis estadístico que nos permitan arribar, a través del uso de programas estadísticos especializados en hoja de cálculo para identificar los resultados de la investigación, así como su grado de pertinencia, según la necesidad de la investigación.

3.6 Consideraciones éticas.

El consentimiento informado es una piedra angular de la práctica ética de la investigación.

- En la práctica, el consentimiento es tan necesario que las universidades y los institutos nacionales suelen exigir que figure en la propuesta de investigación antes de conceder la aprobación ética. Al mismo tiempo, las revistas suelen prohibir la publicación de los resultados de la investigación si no se obtiene el consentimiento.
- El consentimiento no consiste simplemente en hacer que un participante firme un formulario. Implica una comprensión clara y detallada, tanto por parte del investigador como del sujeto de la investigación, de la naturaleza de la investigación y de cómo se va a llevar a cabo.
- En esta sección se analiza la importancia del consentimiento informado, el proceso para obtenerlo y los retos y estrategias para garantizar su correcta aplicación.
- El presente trabajo de investigación asume el compromiso de respeto irrestricto al Código de Ética relacionado con las actividades de investigación.
- No colisiona con los derechos fundamentales de las personas, en cambio existe compromiso de contribuir en el bienestar, así como en la distribución equitativa en los beneficios que resulten de la investigación.
- De igual manera, asumir el compromiso con la integridad científica, a través de la difusión y extensión a otras actividades académicas y/o profesionales en el ámbito nacional e internacional con el proceso de investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Presentación, análisis e interpretación de resultados

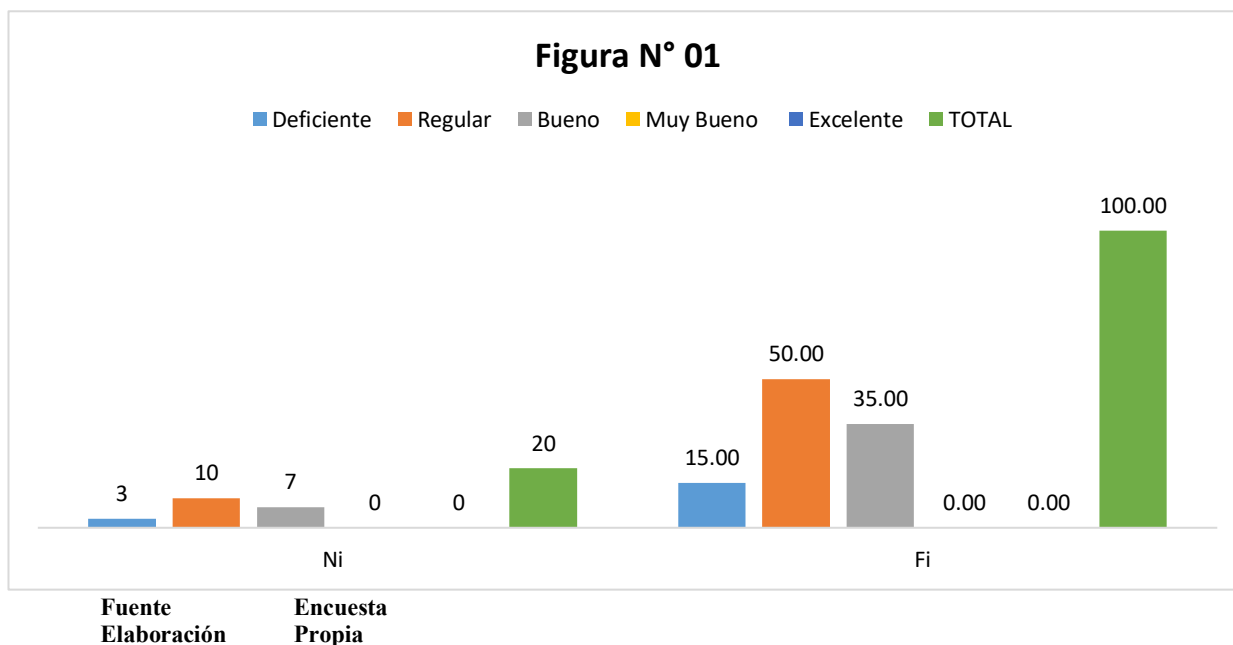
Tabla 1

Como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Producto		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		3	15.00
Regular		10	50.00
Bueno		7	35.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00
Fuente Elaboración	Encuesta Propia		

Figura 1

Como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 01, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 15,00% Deficiente, el 50.00% Regular, el 35.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café

en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que la satisfacción del cliente no es bueno.

Tabla 2

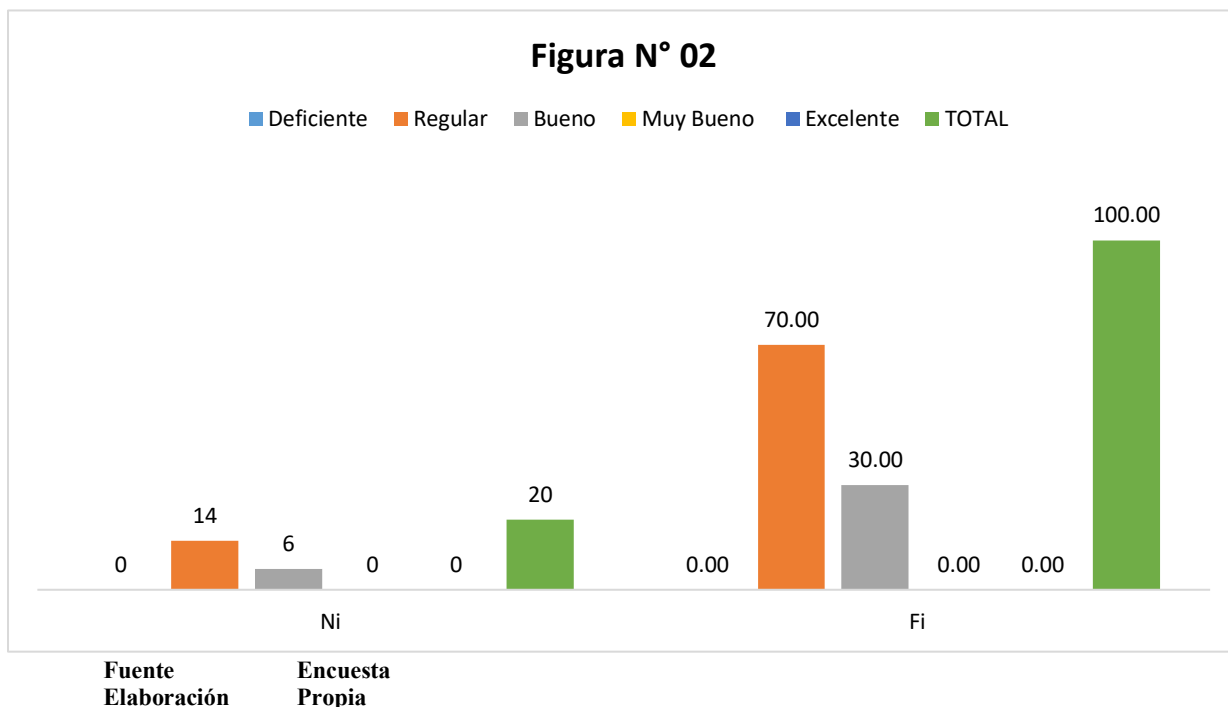
Como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Producto		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		0	0.00
Regular		14	70.00
Bueno		6	30.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente Elaboración Encuesta Propia

Figura 2

Como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 02, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 70,00% Regular, el 30,00% Bueno, el 0,00% muy

Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 70,00%, por lo que no existe ayuda por parte del estado.

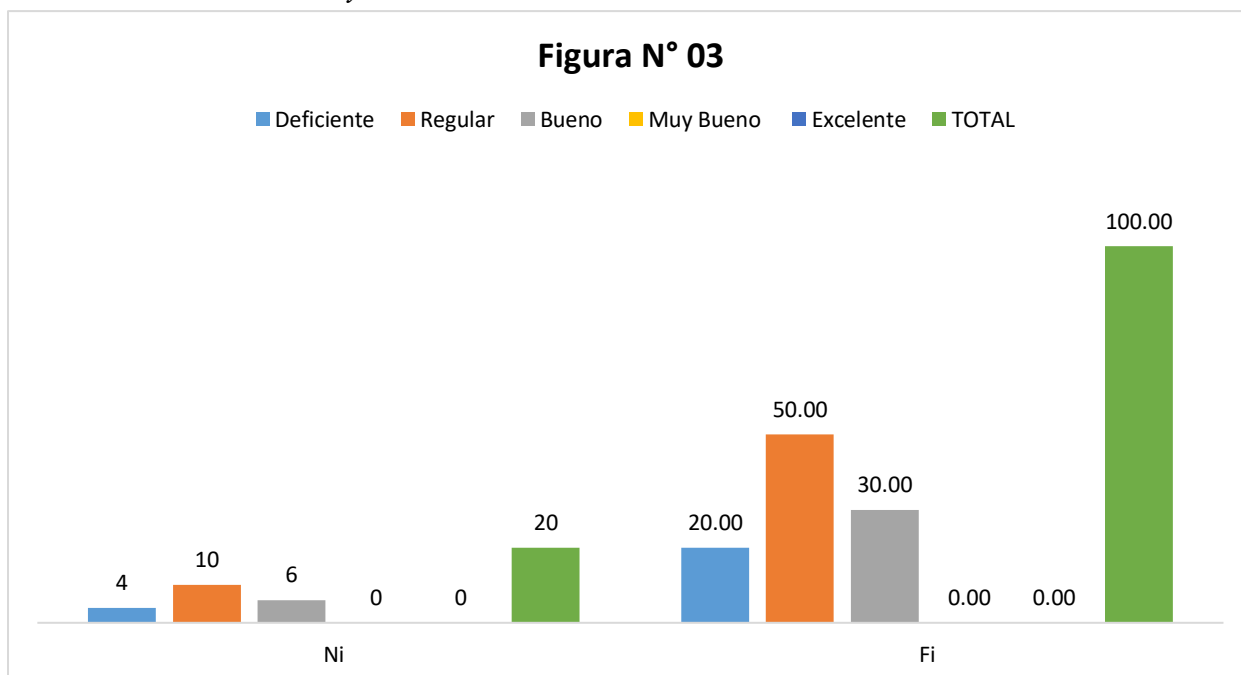
Tabla 3

Como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Producto		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		4	20.00
Regular		10	50.00
Bueno		6	30.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00
Fuente Elaboración	Encuesta Propia		

Figura 3

Como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente Elaboración **Encuesta Propia**

En la tabla N° 03, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 20,00% Deficiente, el 50,00% Regular, el 30,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor afronta necesidades de forma individual con relación a su producción.

Tabla 4

Como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

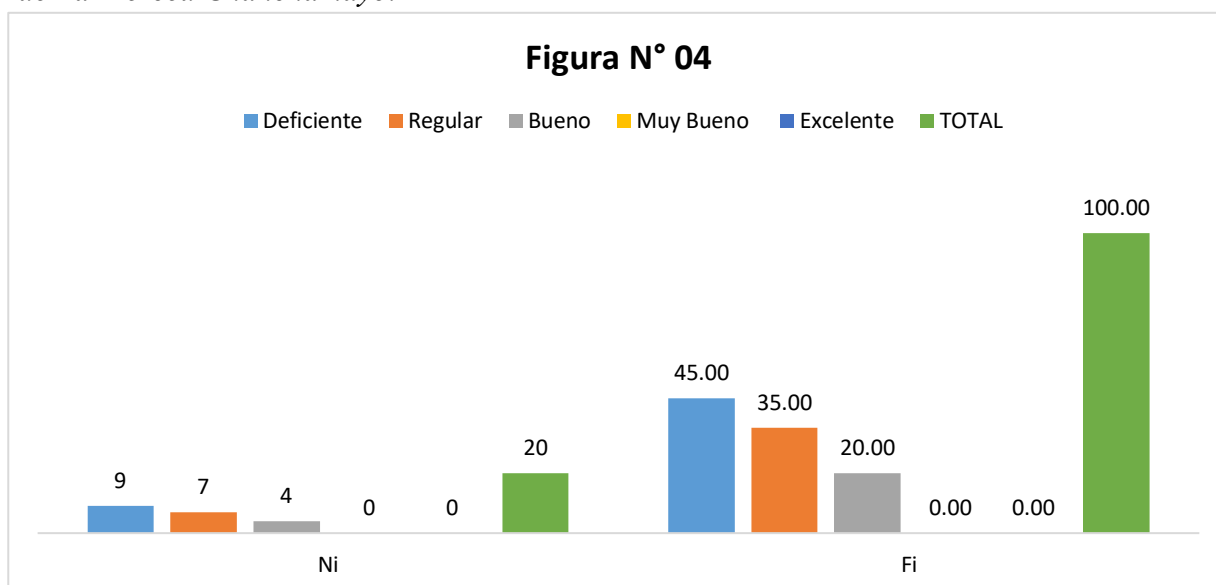
Dimensión: Precio		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		9	45.00
Regular		7	35.00
Bueno		4	20.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 4

Como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

En la tabla N° 04, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 45,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 20.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Deficiente con un 45,00%, por lo que el productor invierte para poder generar una buena cosecha y dar productos de calidad sin tener ayuda del gobierno.

Tabla 5

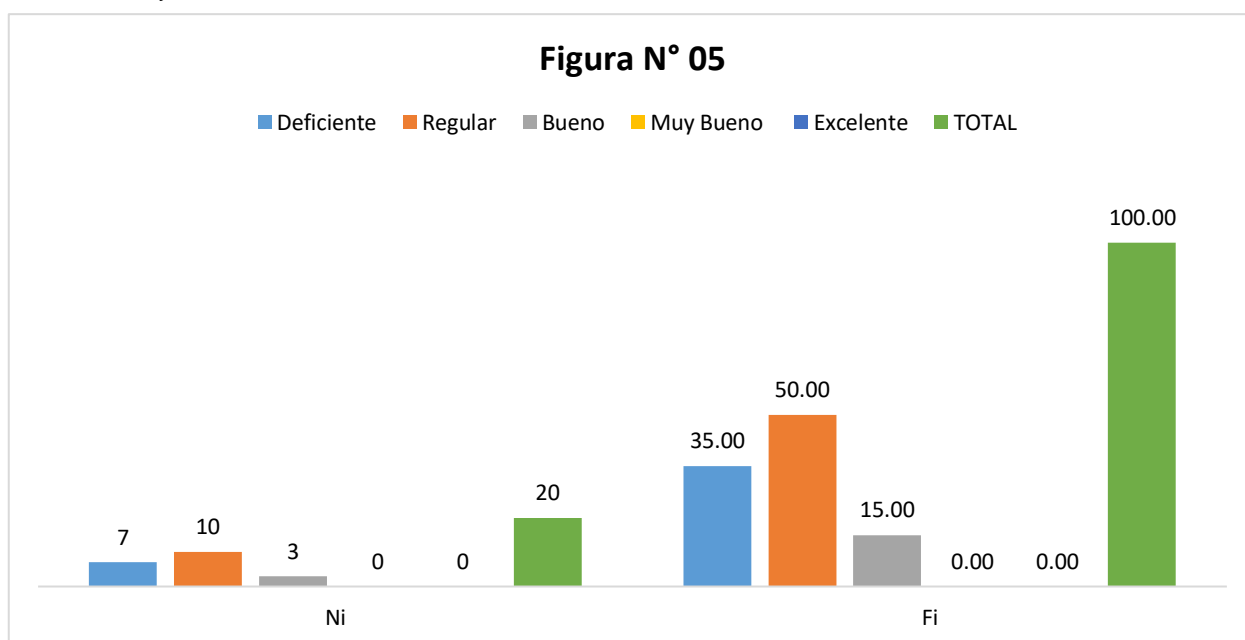
Como Productores como califican los, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Precio	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	7	35.00
Regular	10	50.00
Bueno	3	15.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Figura 5

Como Productores como califican los, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente Encuesta
Elaboración Propia

En la tabla N° 05, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 35,00% Deficiente, el 50.00% Regular, el 15.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican los, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor invierte para poder ganar pero las circunstancias ameriten a poder mantener un precio justo y bajo ya que nuestra economía está un poco restringida.

Tabla 6

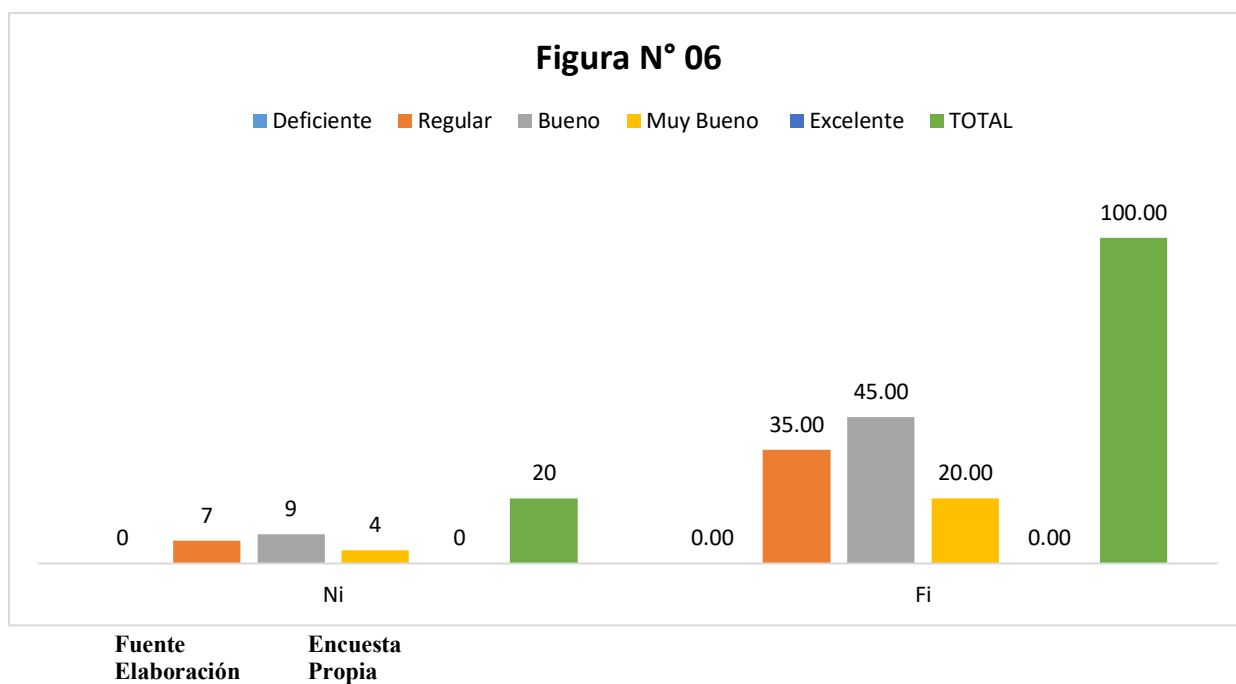
Como Productores como califican los, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Precio	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	0	0.00
Regular	7	35.00
Bueno	9	45.00
Muy Bueno	4	20.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente Encuesta
Elaboración Propia

Figura 6

Como Productores como califican los, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 06, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 35,00% Regular, el 45,00% Bueno, el 20,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican los, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 45,00%, por lo que el productor invierte para poder ganar y cuando el precio es alto se puede recuperar lo invertido y obtener alguna ganancia por la producción, claro esto no es seguido.

Tabla 7

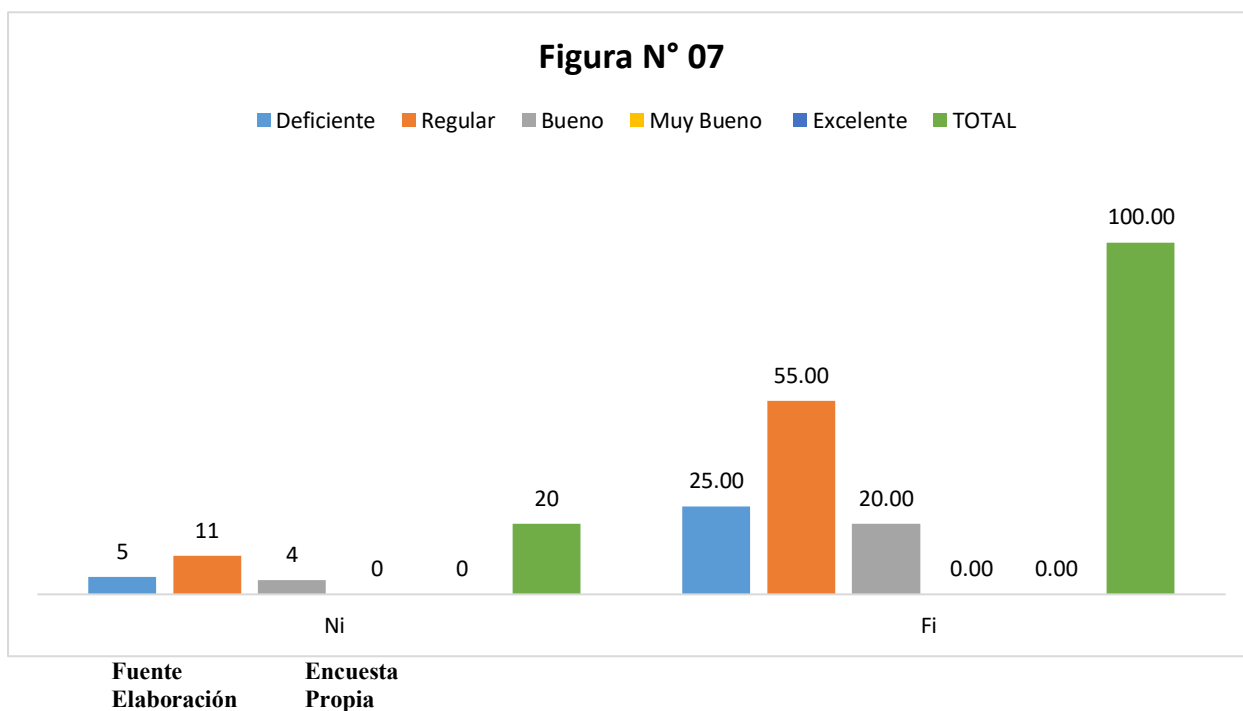
Como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Distribución	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	5	25.00
Regular	11	55.00
Bueno	4	20.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente Elaboración Encuesta Propia

Figura 7

Como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 07, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 25,00% Deficiente, el 55,00% Regular, el 20,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 55,00%, por lo que el productor opina de forma personal que no es adecuado los locales comerciales y que deberían de mejorar e implementar con mejoras para un buen desarrollo de la comercialización.

Tabla 8

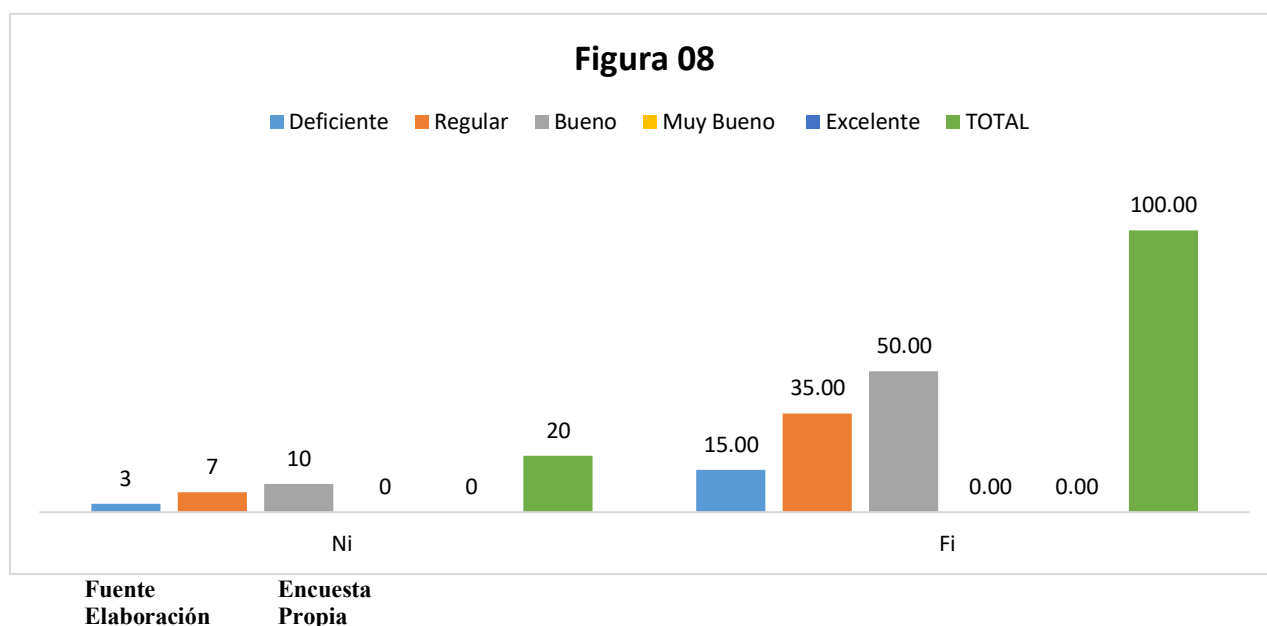
Como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Distribución	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	3	15.00
Regular	7	35.00
Bueno	10	50.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00

	TOTAL	20	100.00
Fuente Elaboración	Encuesta Propia		

Figura 8

Como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 08, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 15,00% Deficiente, el 35,00% Regular, el 50,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor opina de forma personal y/o grupal que no es adecuado ya que existen falencias en todos los procesos y ambientes.

Tabla 9

Como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

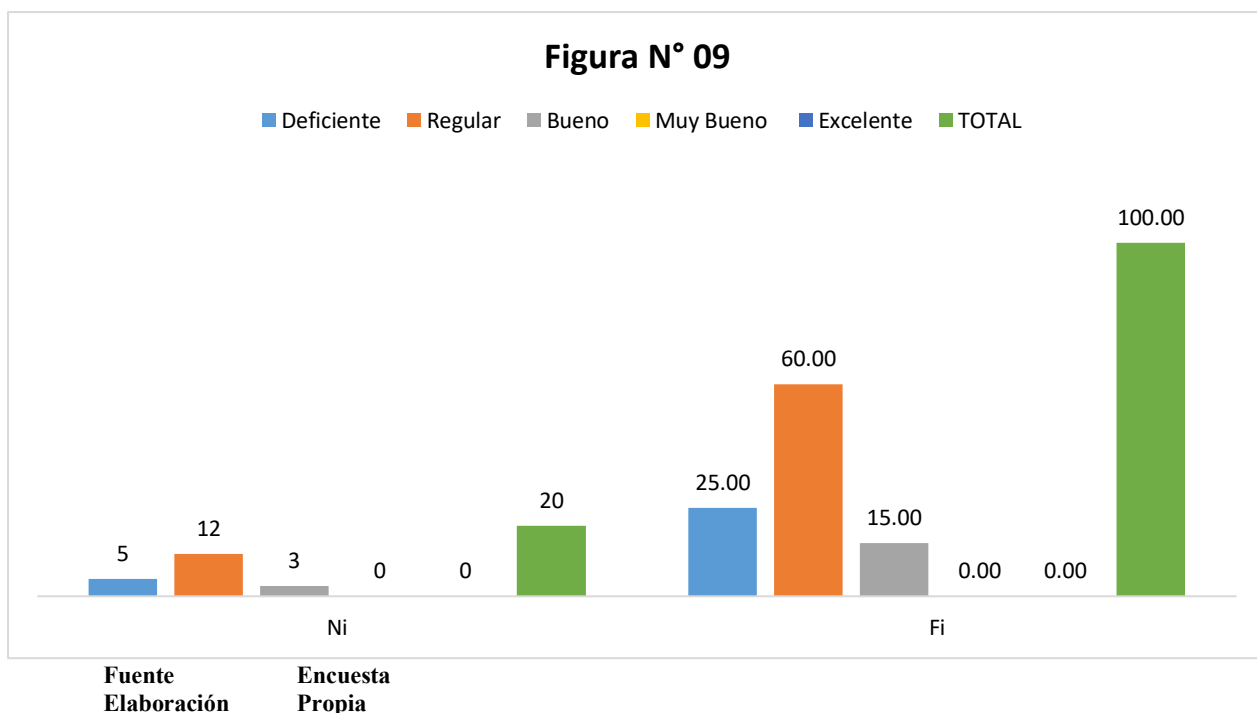
Dimensión: Distribución	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	5	25.00
Regular	12	60.00
Bueno	3	15.00

Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente Elaboración Encuesta Propia

Figura 9

Como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 09, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 25,00% Deficiente, el 60,00% Regular, el 15,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que no existe tecnología o maquinarias para poder brindar un buen descargue o poder cargar la producción.

Tabla 10

Como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ambito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

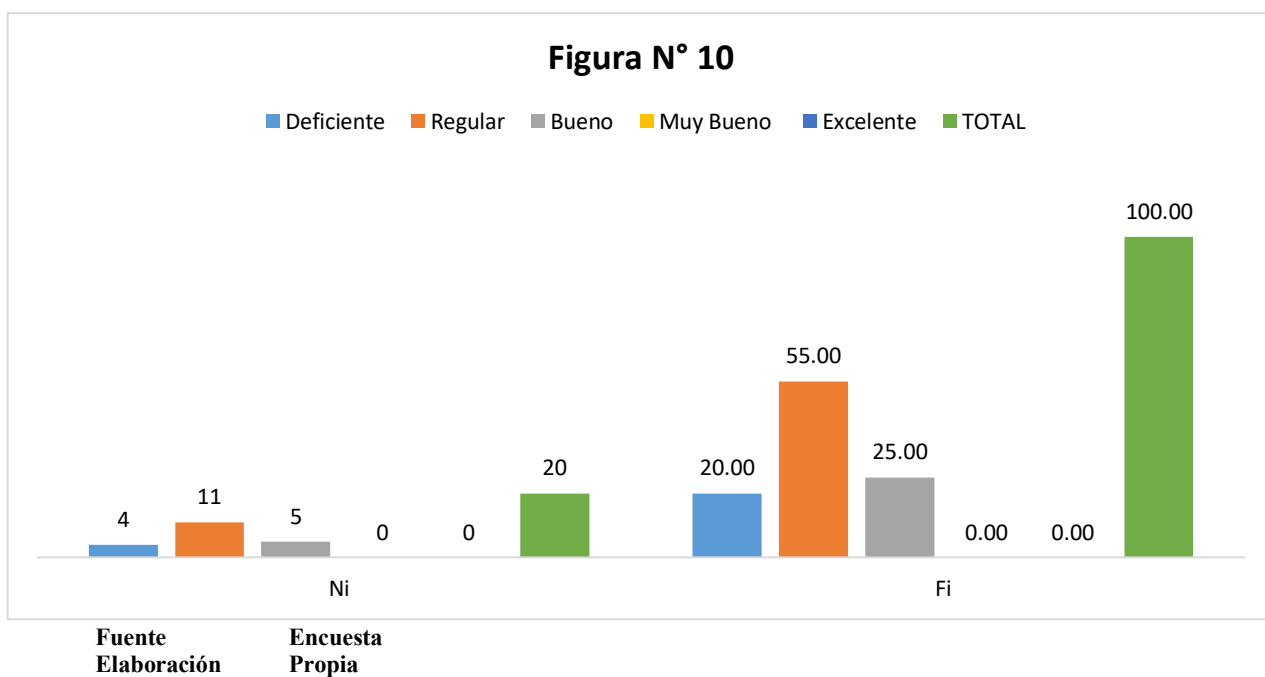
Dimensión: Promoción		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		4	20.00
Regular		11	55.00
Bueno		5	25.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 10

Como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ambito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 10, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 20,00% Deficiente, el 55.00% Regular, el 25.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 55,00%, por lo que el productor opina

que no existe tecnología en difusión de los productos por existir desconocimientos en la aplicación de publicidad digital.

Tabla 11

Como Productores como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

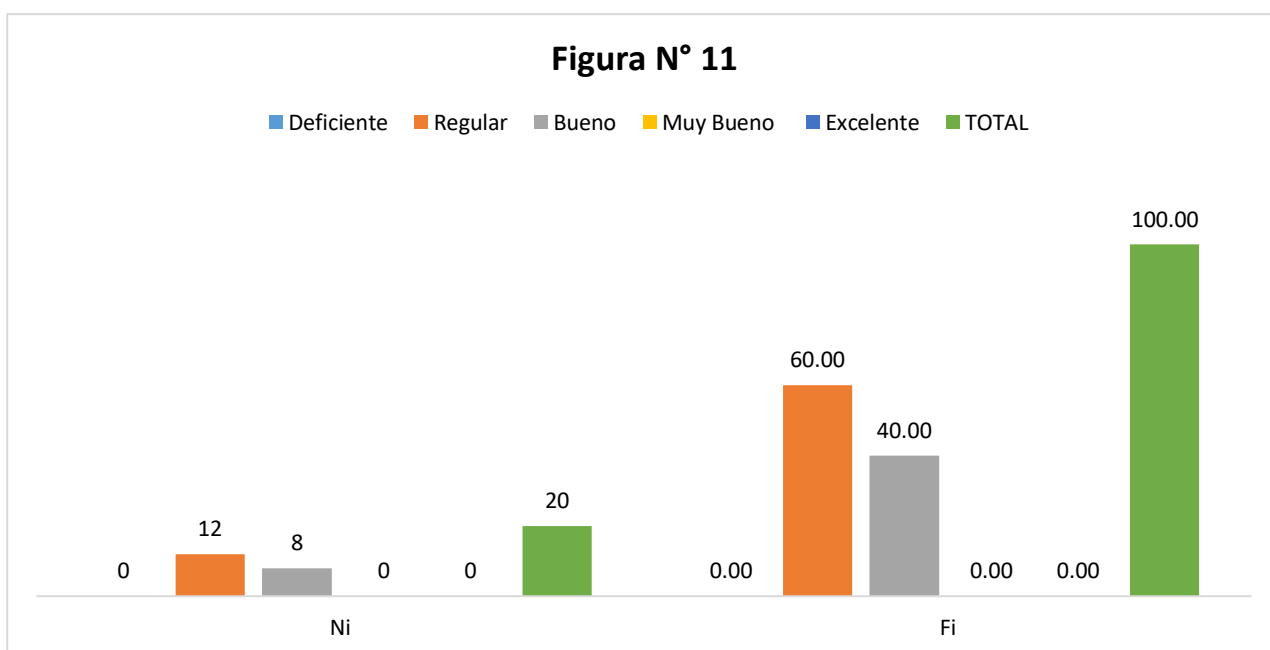
Dimensión: Promoción		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		0	0.00
Regular		12	60.00
Bueno		8	40.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 11

Como Productores como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

En la tabla N° 11, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 60.00% Regular, el 40.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores

como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el *Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo*, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que no existe apoyo para poder distribuir los productos y mucho menos el apoyo de las autoridades.

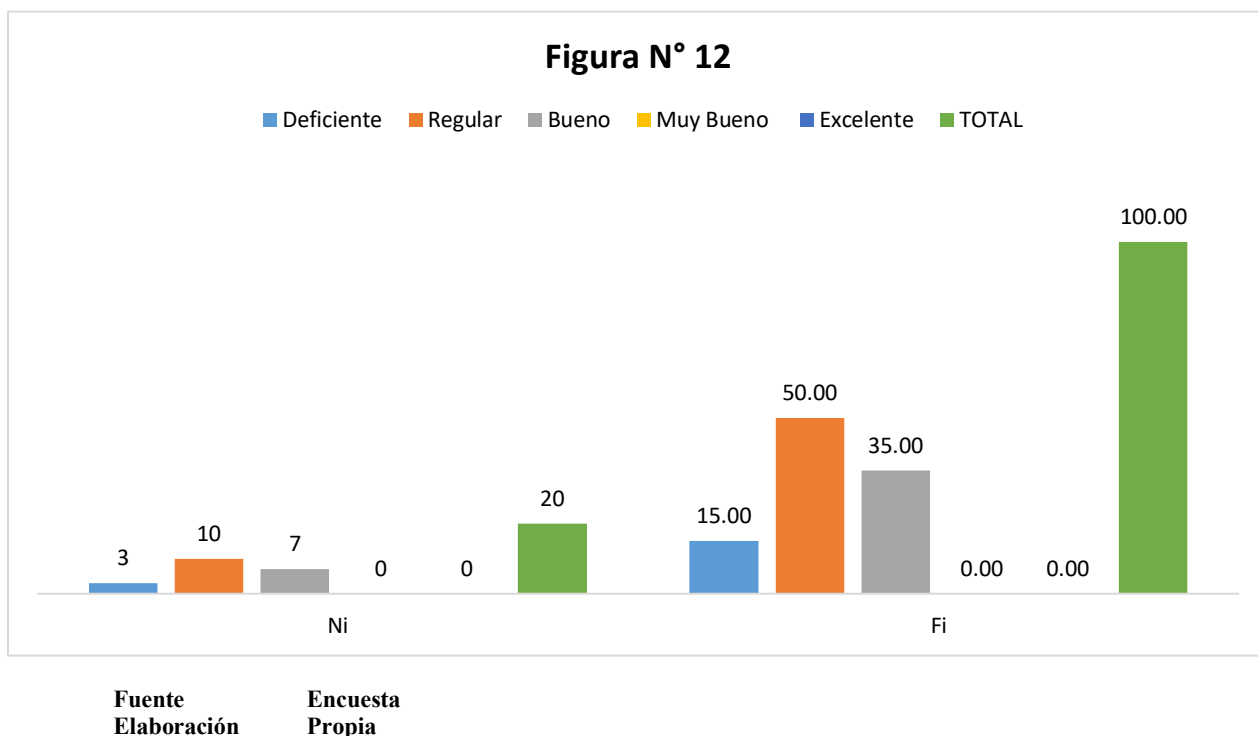
Tabla 12

*Como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el *Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo*.*

Dimensión: Promoción		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		3	15.00
Regular		10	50.00
Bueno		7	35.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00
Fuente Elaboración	Encuesta Propia		

Figura 12

*Como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el *Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo*.*



En la tabla N° 12, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 15,00% Deficiente, el 50.00% Regular, el 35.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor opina que no existe apoyo y no tienen un sistema donde se pueda encontrar a los clientes potenciales registrados para venta y compra.

Tabla 13

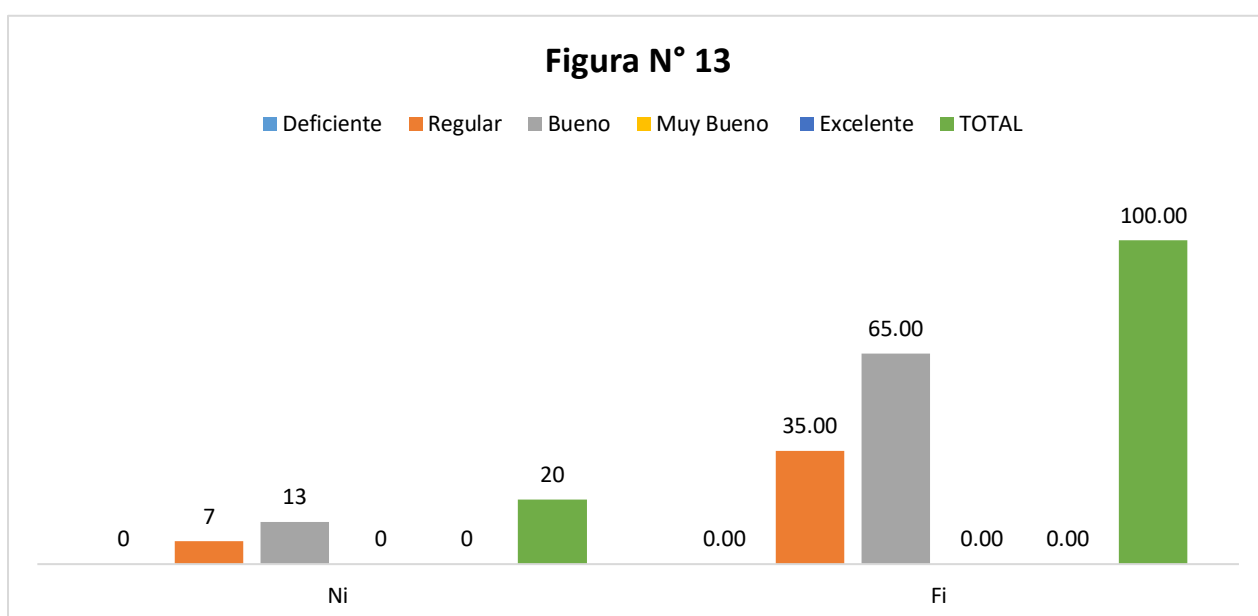
Como Productores como califican el, Calidad del servicio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Volumen de Exportación		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		0	0.00
Regular		7	35.00
Bueno		13	65.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente: Encuesta Elaboración: Propia

Figura 13

Como Productores como califican el, Calidad del servicio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente **Encuesta**
Elaboración **Propia**

En la tabla N° 13, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 65.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Calidad del servicio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 65,00%, por lo que el productor opina que falta seguir mejorando para garantizar todos los servicios que brindan dentro de la organización comercial.

Tabla 14

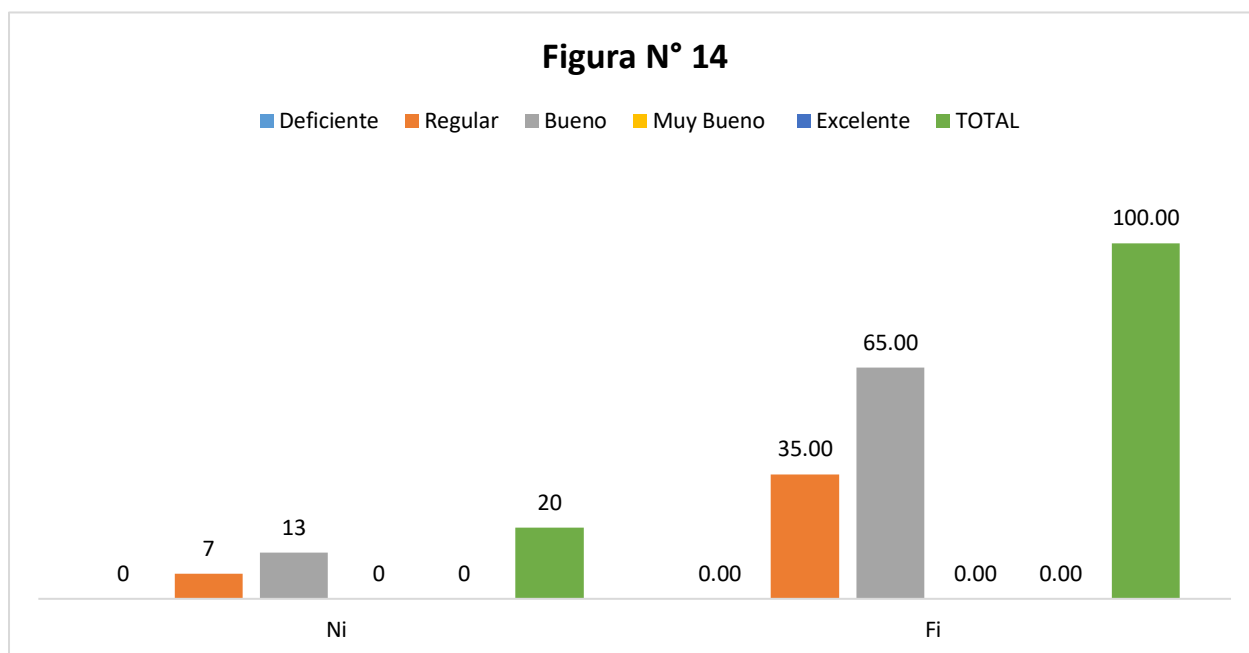
Como Productores como califican a los, Competidores, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Volumen de Exportación	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	0	0.00
Regular	7	35.00
Bueno	13	65.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente **Encuesta**
Elaboración **Propia**

Figura 14

Como Productores como califican a los, Competidores, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

En la tabla N° 14, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 65.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican a los, Competidores, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 65,00%, por lo que el productor opina que la competencia es buena para poder seguir mejorando ya que brindan nuevas estrategias de negociación.

Tabla 15

Como Productores como califican a los, Comerciantes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

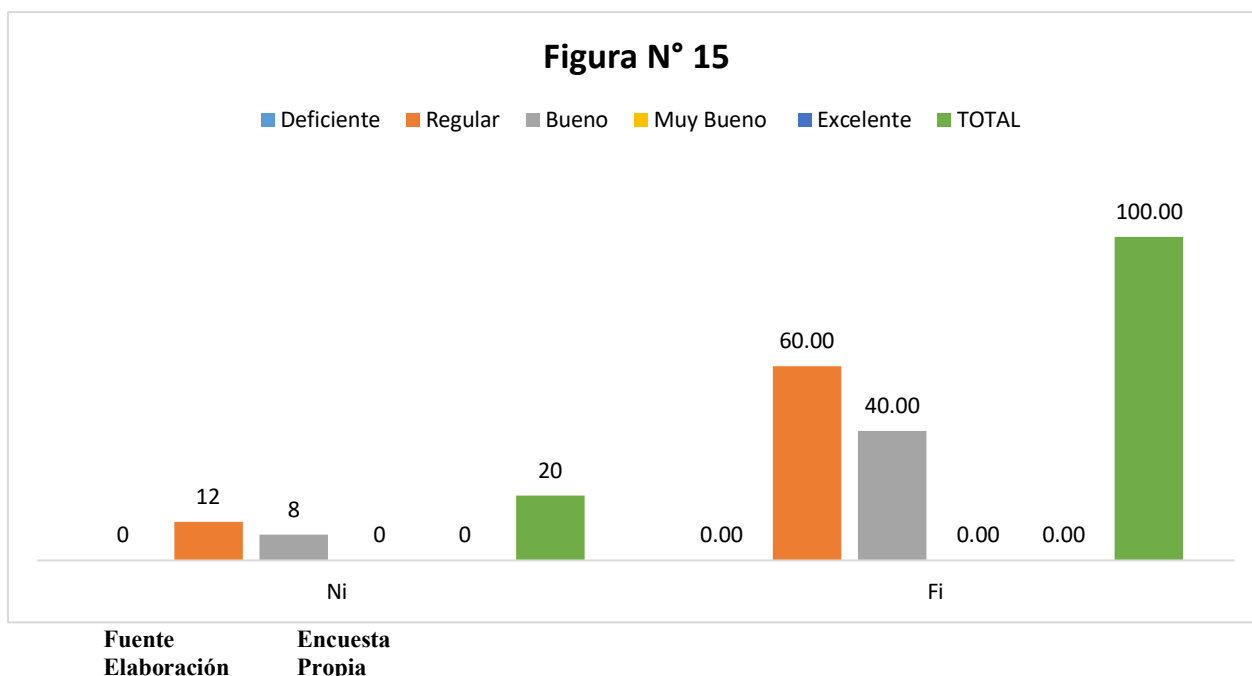
Dimensión: Volumen de Exportación	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	0	0.00
Regular	12	60.00
Bueno	8	40.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 15

Como Productores como califican a los, Comerciantes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 15, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 60,00% Regular, el 40,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican a los, Comerciantes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que falta compromiso y preparación para poder realizar comercialización fuerte a nivel nacional de forma seguida.

Tabla 16

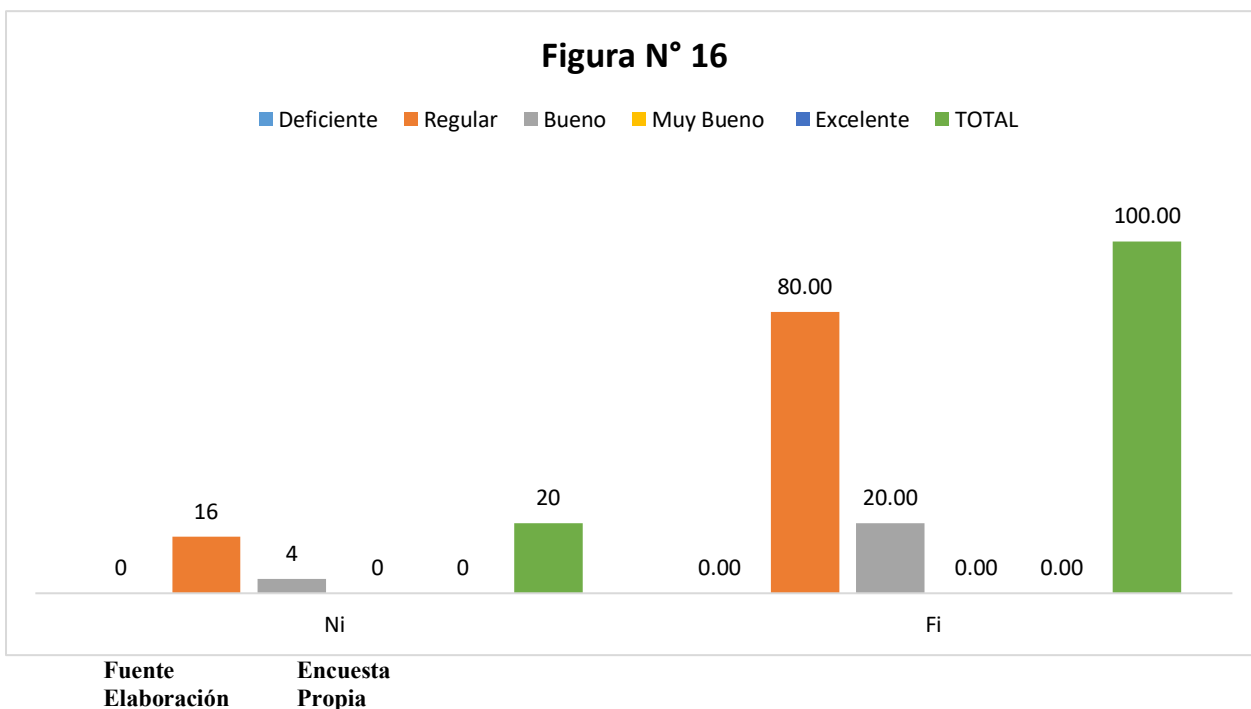
Como Productores como califican el, Precio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Valor de Exportación	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	0	0.00
Regular	16	80.00
Bueno	4	20.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00

	TOTAL	20	100.00
Fuente Elaboración	Encuesta Propia		

Figura 16

Como Productores como califican el, Precio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 16, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 80,00% Regular, el 20,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Precio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 80,00%, por lo que el productor opina que falta apoyo para poder colocar productos a un buen precio y poder ser competitivos en el mercado.

Tabla 17

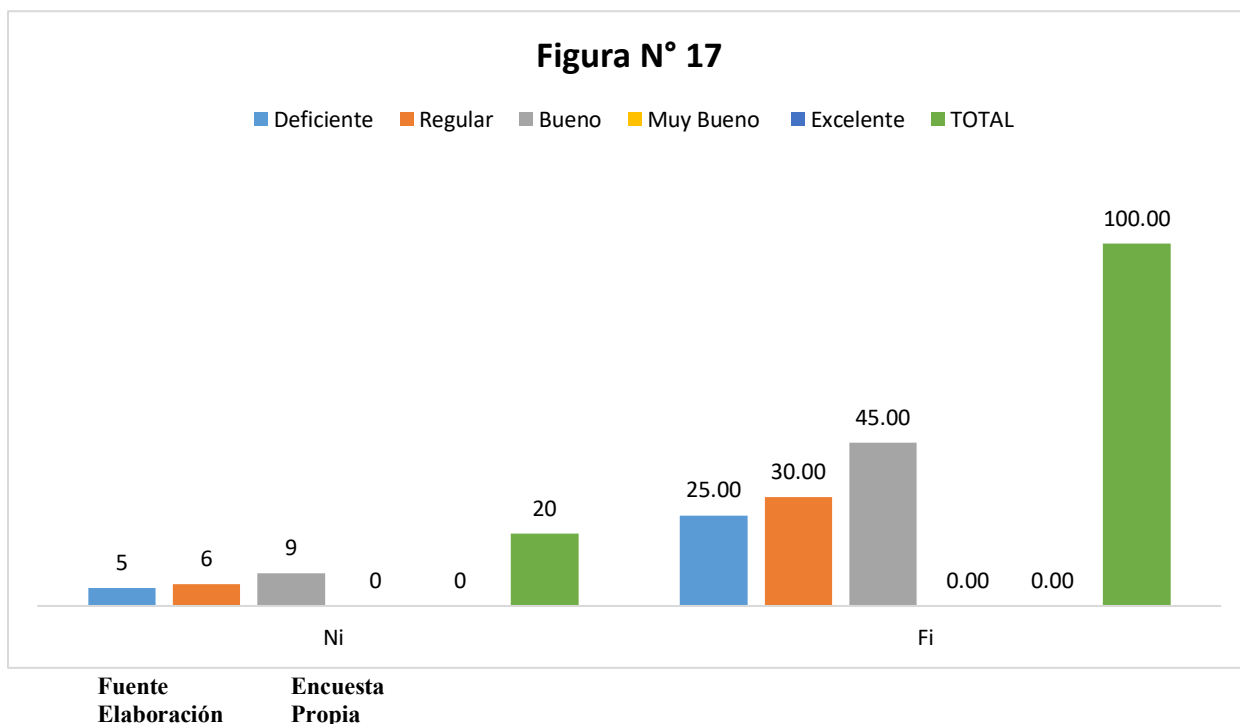
Como Productores como califican la designación de una, Agencia de aduana, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Valor de Exportación	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	5	25.00
Regular	6	30.00
Bueno	9	45.00

Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Figura 17

Como Productores como califican la designación de una, Agencia de aduana, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 17, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 25,00% Deficiente, el 30.00% Regular, el 45.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la designación de una, Agencia de aduana, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 45,00%, por lo que el productor opina que sería mejor para poder acceder a un buen control de calidad de los productos y tener respaldo por parte de la agencia.

Tabla 18

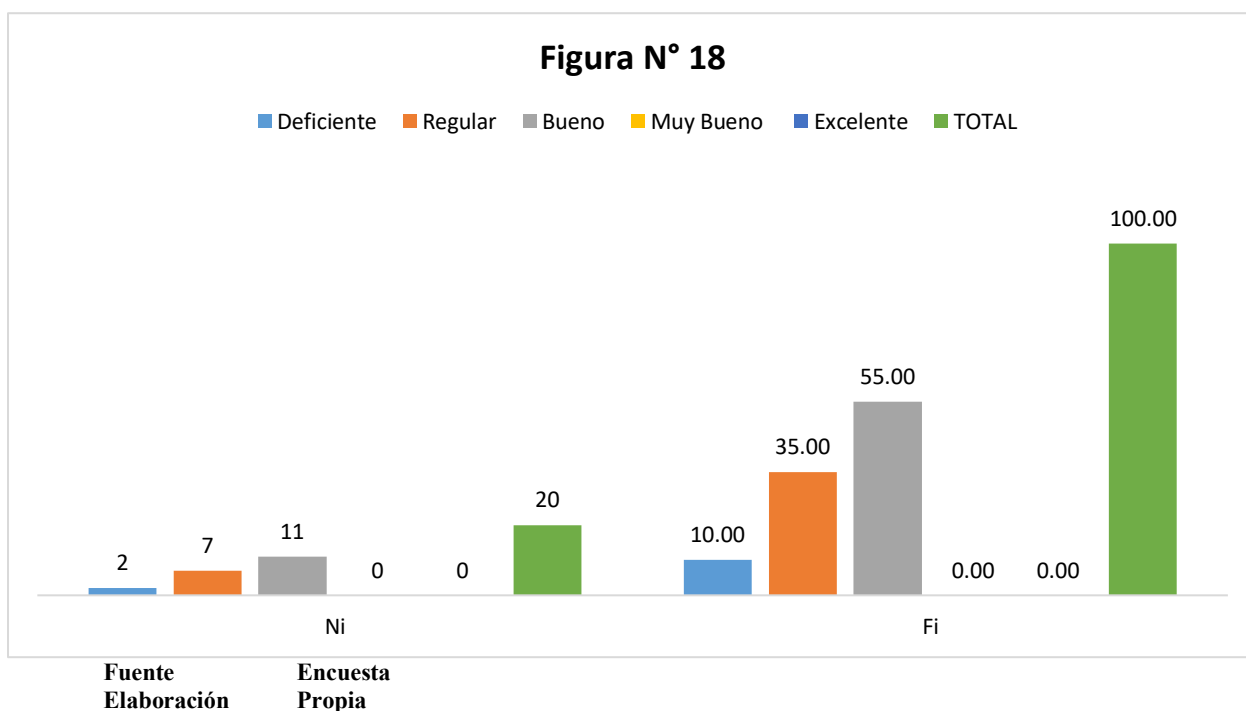
Como Productores como califican el proceso de, Gestión de exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Valor de Exportación		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		2	10.00
Regular		7	35.00
Bueno		11	55.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente Elaboración Encuesta Propia

Figura 18

Como Productores como califican el proceso de, Gestión de exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 18, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 35,00% Regular, el 55,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el proceso de, Gestión de exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced

Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 55,00%, por lo que el productor opina que sería buena para que se pueda comercializar con garantía y entrar a mercados internacionales y nacionales de forma permanente.

Tabla 19

Como Productores como califican la, Calidad de empaque, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

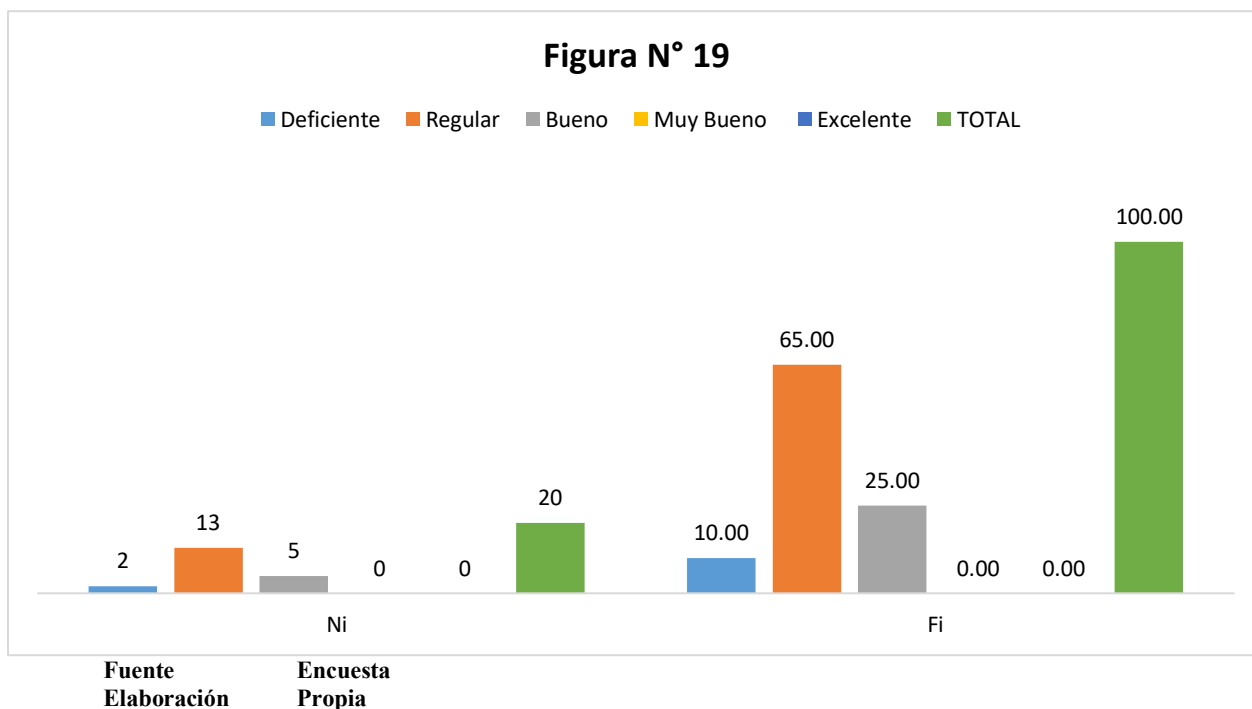
Dimensión: Calidad de la Exportación		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		2	10.00
Regular		13	65.00
Bueno		5	25.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 19

Como Productores como califican la, Calidad de empaque, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 19, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 65,00% Regular, el 25,00% Bueno, el 0,00% muy

Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Calidad de empaque, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 65,00%, por lo que el productor opina que falta mejorar con relación al empaque para una buena distribución de los productos para los diversos mercados tanto internacionales como mercado local o nacional.

Tabla 20

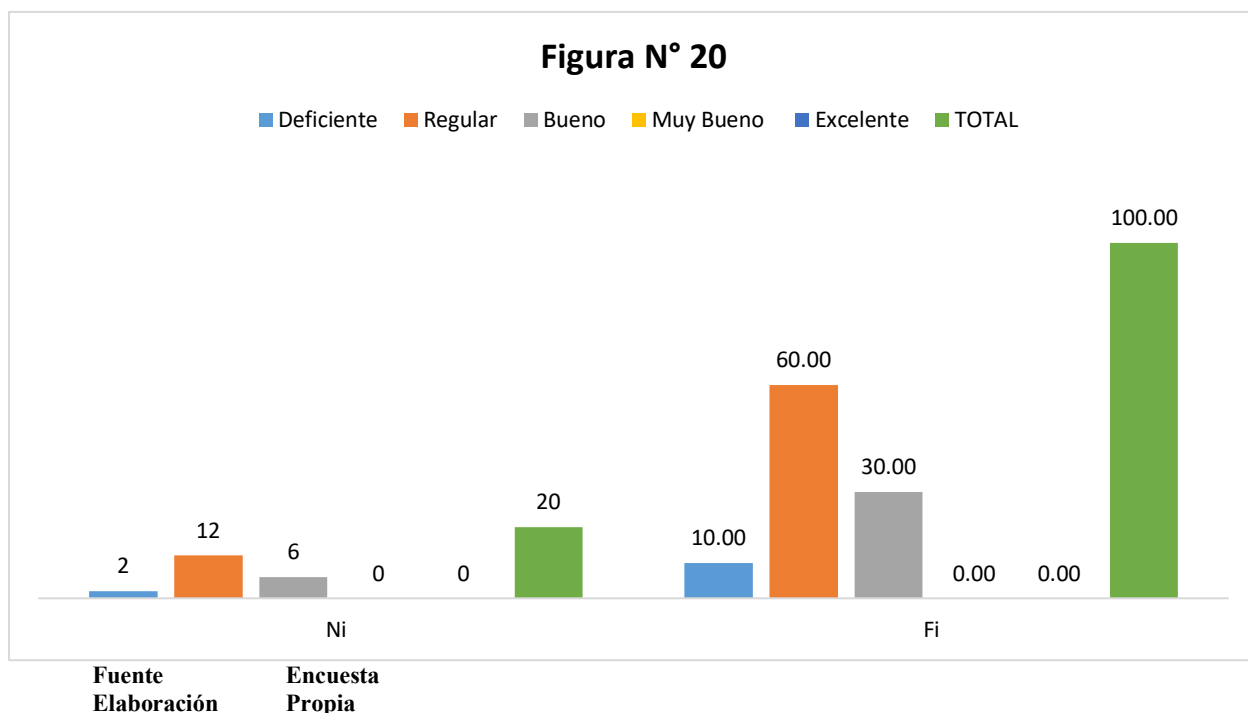
Como Productores como califican la, Calidad de transporte, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Calidad de la Exportación		Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente		2	10.00
Regular		12	60.00
Bueno		6	30.00
Muy Bueno		0	0.00
Excelente		0	0.00
TOTAL		20	100.00

Fuente Elaboración Encuesta Propia

Figura 20

Como Productores como califican la, Calidad de transporte, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



En la tabla N° 20, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 60.00% Regular, el 30.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Calidad de transporte, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que la organización no cuenta con vehículos propios de empresa y son vehículos contratados y existiendo fallas y demoras.

Tabla 21

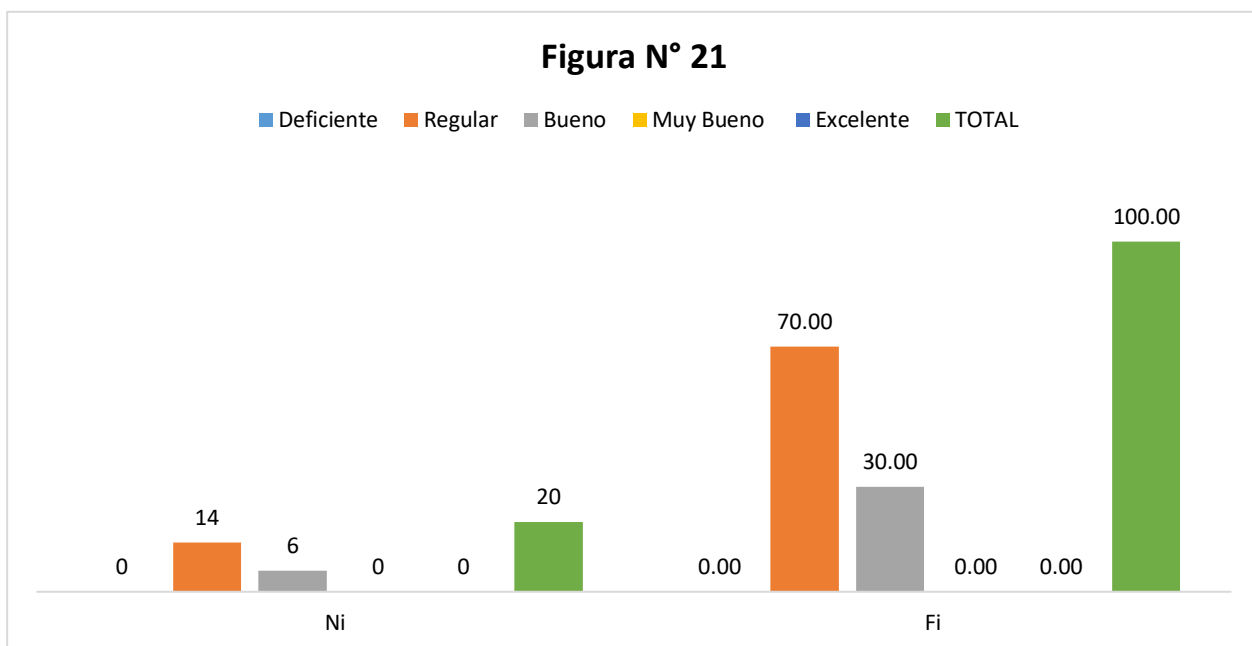
Como Productores como califican el, Tipo de seguro de la exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Calidad de la Exportación	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	0	0.00
Regular	14	70.00
Bueno	6	30.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente **Encuesta**
Elaboración **Propia**

Figura 21

Como Productores como califican el, Tipo de seguro de la exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

En la tabla N° 21, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 70,00% Regular, el 30,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Tipo de seguro de la exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 70,00%, por lo que el productor opina que no toda organización de exportación cuenta con seguro de exportación ya que existe momentos que se trabaja de manera informal.

Tabla 22

Como Productores como califican la, Degustación del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

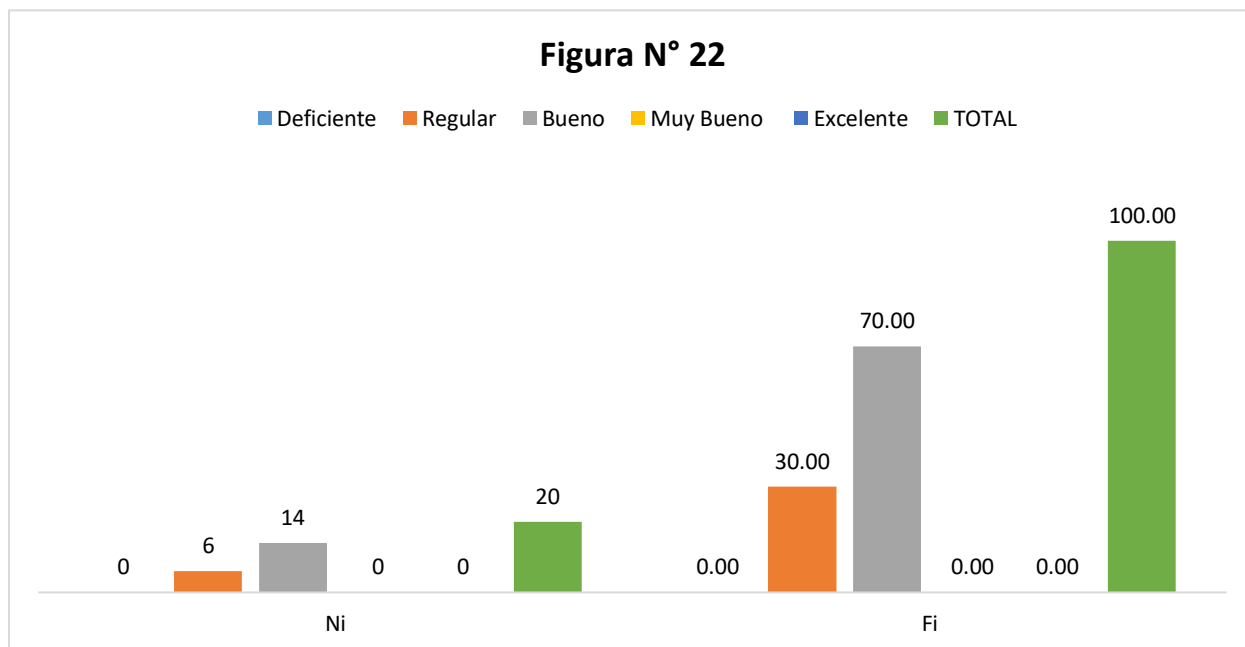
Dimensión: Calidad de Difusión	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	0	0.00
Regular	6	30.00
Bueno	14	70.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 22

Como Productores como califican la, Degustación del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

En la tabla N° 22, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 30.00% Regular, el 70.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Degustación del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 70,00%, por lo que el productor opina que sería bueno para poder demostrar la calidad de sus productos y los futuros compradores.

Tabla 23

Como Productores como califican la, Difusión por redes sociales, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Calidad de Difusión	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	1	5.00
Regular	14	70.00
Bueno	5	25.00

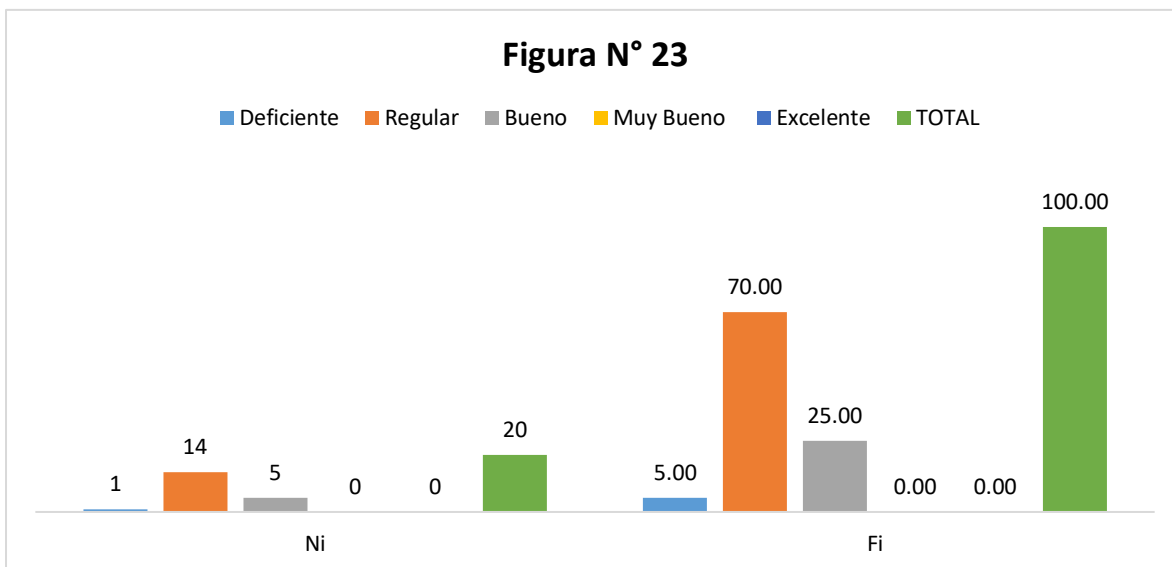
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 23

Como Productores como califican la, Difusión por redes sociales, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

En la tabla N° 23, Se ha determinado en base a **20 la población** encuestada y ha señalado el 5,00% Deficiente, el 70.00% Regular, el 25.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Difusión por redes sociales, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 70,00%, por lo que el productor opina que no existe de forma permanente y sería bueno para poder hacer conocer los productos que la selva central produce de forma permanente.

Tabla 24

Como Productores como califican la, Difusión por prensa, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.

Dimensión: Calidad de Difusión	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Deficiente	2	10.00

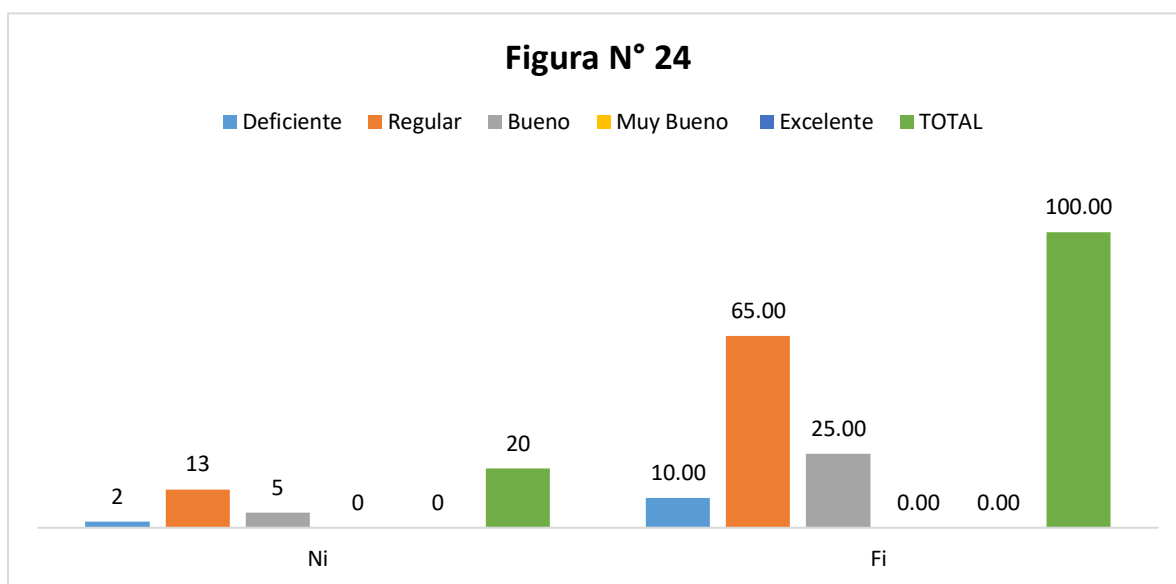
Regular	13	65.00
Bueno	5	25.00
Muy Bueno	0	0.00
Excelente	0	0.00
TOTAL	20	100.00

Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

Figura 24

Como Productores como califican la, Difusión por prensa, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo.



Fuente
Elaboración

Encuesta
Propia

En la tabla N° 24, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 65,00% Regular, el 25,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Difusión por prensa, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 65,00%, por lo que el productor opina que sería bueno para poder hacer conocer los productos que la Selva Central produce de forma permanente en el mercado nacional.

4.2 Prueba de hipótesis

a. Prueba hipótesis general

Hipótesis alterna: Existe una relación positiva entre la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo 2023

Hipótesis Nula: Existe una relación negativa entre la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced, Chanchamayo 2023

		COMERCIALIZACIÓN	EXPORTACIÓN
Rho Spearman	COMERCIALIZACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 20
	EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,953 1,000 . 20

****.** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por lo que se concluye que la aplicación de comercialización y la exportación mejora el coeficiente de correlación entre las variables ya que es un 95.3% lo que significa que tiene una correlación positiva, a lo que concluimos que se acepta la hipótesis alterna demostrando que la comercialización tiene una correlación directa y significativa con la exportación.

a. Prueba hipótesis específicas

Hipótesis alterna: La relación del producto influye positivamente en el volumen de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

Hipótesis Nula: La relación del producto influye negativamente en el volumen de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

		PRODUCTO	VOLUMEN DE EXPORTACIÓN
Rho Spearman	PRODUCTO	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 20
	VOLUMEN DE EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,943 1,000 . 20

****.** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por lo que se concluye que la aplicación de producto y volumen de exportación mejora el coeficiente de correlación entre las variables ya que es un 94.3% lo que significa que tiene una correlación positiva, a lo que concluimos que se acepta la hipótesis alterna demostrando que el producto tiene una correlación directa y significativa con el volumen de exportación.

a. Prueba hipótesis específicas

Hipótesis alterna: La relación del precio influye positivamente en el valor de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

Hipótesis Nula: La relación del precio influye negativamente en el valor de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

		PRECIO	VALOR DE EXPORTACIÓN
	PRECIO	1.000	,539"
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.	,000 20
Rho		20	
Spearman	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,539	1,000 .
	VALOR DE EXPORTACIÓN	,000	20

****.** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por lo que se concluye que la aplicación de precio y valor de exportación mejora el coeficiente de correlación entre las variables ya que es un 53.9% lo que significa que tiene una correlación positiva, a lo que concluimos que se acepta la hipótesis alterna demostrando que el precio tiene una correlación directa y significativa con el valor de exportación.

b. Prueba hipótesis específicas

Hipótesis alterna: La relación de la distribución influye positivamente en la calidad de la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

Hipótesis Nula: La relación de la distribución influye negativamente en la calidad de la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

		DISTRIBUCIÓN	CALIDAD DE EXPORTACIÓN
Rho	DISTRIBUCIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 . 20
	CALIDAD DE EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,439 1,000 . 20
Spearman	DISTRIBUCIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 . 20
	CALIDAD DE EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,439 1,000 . 20

****.** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por lo que se concluye que la aplicación de la distribución y la calidad de exportación mejora el coeficiente de correlación entre las variables ya que es un 43.9% lo que significa que tiene una correlación positiva, a lo que concluimos que se acepta la hipótesis alterna demostrando que la distribución tiene una correlación directa y significativa con la calidad de exportación.

c. Prueba hipótesis específicas

Hipótesis alterna: La relación de la promoción influye positivamente en la calidad de difusión del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

Hipótesis Nula: La relación de la promoción influye negativamente en la calidad de difusión del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023.

		PROMOCIÓN	CALIDAD DE DIFUSIÓN
Rho	PROMOCIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 . 20
	CALIDAD DE DIFUSIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,954 1,000 . 20
Spearman	PROMOCIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 . 20
	CALIDAD DE DIFUSIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,954 1,000 . 20

****.** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por lo que se concluye que la aplicación de la promoción y la calidad de difusión mejora el coeficiente de correlación entre las variables ya que es un 95.4% lo que significa que tiene una correlación positiva, a lo que concluimos que se acepta la hipótesis alterna demostrando que la promoción tiene una correlación directa y significativa con la calidad de difusión.

4.3 Discusión de resultados

Según el Autor García (2018), el **objetivo general de este estudio es Determinar cuál es la relación entre la comercialización y la exportación del café**, en el marco de un sistema de comercio justo, un programa de desarrollo de proveedores vinculado a la cadena de comercialización, teniendo en cuenta la organización de la agricultura y las necesidades específicas de los pequeños productores de café de la región. El método utilizado en este estudio adoptó un enfoque cualitativo, dirigido a las poblaciones de pequeños productores de San Mateo Piñas y Santa María Coixtepec, utilizando una muestra representativa de pequeños productores de café oaxaqueños.

Por lo tanto, no existe una única solución para conseguir mejores márgenes de beneficio en la comercialización del grano de café; sin embargo, todas ellas difieren en cuanto a los medios utilizados, los criterios, los requisitos y la certificación conseguida. En definitiva, el apoyo de los poderes públicos relacionados con la comercialización del café y en este caso el patrocinio de CECAFE y la creación de CCIES, es la razón por la que todos los profesionales titulados. cada año deben contribuir a la investigación, encontrar la solución más rápida, optimizar los recursos disponibles del país productor de café. Según el Autor Valle del Monzón en la región Huánuco año 2019.

Ayllón y Loayza (2020), el objetivo general de este estudio es identificar los principales factores que afectan las exportaciones de café, con la finalidad de concientizar a los productores sobre los beneficios e importancia de la calidad del café para lograr el proceso de exportación de este e incrementar la competitividad. El método utilizado tiene un enfoque mixto, aplicado y no empírico, aplicando un diseño descriptivo y explicativo, dirigido a productores de café del valle de Monzón en la región Huánuco, con cuadros muestrales, preguntas estadísticas y datos recogidos a través de entrevistas y encuestas. Por lo tanto, los productores deben especializarse en la exportación de productos agrícolas y ser socios de los importadores.

En resumen, en cuanto al conocimiento del comercio exterior, no saben mucho sobre este tema, y en cuanto a la productividad, aún existe desigualdad en la calidad de la cosecha de los productores.

Según el Autor Castillo (2018), en su investigación, su objetivo general fue determinar la relación entre el marketing internacional y la comercialización del café Misha de la asociación de fabricantes de Chanchamayo para el mercado estadounidense. Este método es un método de inferencia hipotético, aplicado a nivel de correlación y diseño no empírico, utilizando 20 grupos de café Misha de Chanchamayo para el mercado estadounidense, utilizando el 100% de la población como muestra, recolectó datos de una muestra a 2 cuestionarios que constaban de 40 ítems en una escala de 5 puntos. Se encontró que sólo entre 25 y 100 asociaciones productoras de Chanchamayo contaban con la mejor información de marketing y promoción, lo que les permitió una rápida expansión en el mercado estadounidense.

Al final de este estudio, pudimos determinar en un 50% que la comercialización internacional del café Misha de la asociación de fabricantes de Chanchamayo en el mercado estadounidense se realiza regularmente en su empresa.

En la tabla N° 01, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 15,00% Deficiente, el 50.00% Regular, el 35.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que la satisfacción del cliente no es bueno.

En la tabla N° 02, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 70.00% Regular, el 30.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 70,00%, por lo que no existe ayuda por parte del estado.

En la tabla N° 03, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 20,00% Deficiente, el 50.00% Regular, el 30.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor afronta necesidades de forma individual con relación a su producción.

En la tabla N° 04, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 45,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 20.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00%

Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Deficiente con un 45,00%, por lo que el productor invierte para poder generar una buena cosecha y dar productos de calidad sin tener ayuda del gobierno.

En la tabla N° 05, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 35,00% Deficiente, el 50.00% Regular, el 15.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor invierte para poder ganar pero las circunstancias ameriten a poder mantener un precio justo y bajo ya que nuestra economía está un poco restringida.

En la tabla N° 06, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 45.00% Bueno, el 20.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 45,00%, por lo que el productor invierte para poder ganar y cuando el precio es alto se puede recuperar lo invertido y obtener alguna ganancia por la producción, claro esto no es seguido.

En la tabla N° 07, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 25,00% Deficiente, el 55.00% Regular, el 20.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 55,00%, por lo que el productor opina de forma personal que no es adecuado los locales comerciales y que deberían de mejora e implementar con mejoras para un buen desarrollo de la comercialización.

En la tabla N° 08, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 15,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 50.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de

la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor opina de forma personal y/o grupal que no es adecuado ya que existen falencias en todos los procesos y ambientes.

En la tabla N° 09, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 25,00% Deficiente, el 60,00% Regular, el 15,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que no existe tecnología o maquinarias para poder brindar un buen descargue o poder cargar la producción.

En la tabla N° 10, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 20,00% Deficiente, el 55,00% Regular, el 25,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 55,00%, por lo que el productor opina que no existe tecnología en difusión de los productos por existir desconocimientos en la aplicación de publicidad digital.

En la tabla N° 11, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 60,00% Regular, el 40,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que no existe apoyo para poder distribuir los productos y mucho menos el apoyo de las autoridades.

En la tabla N° 12, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 15,00% Deficiente, el 50,00% Regular, el 35,00% Bueno, el 0,00% muy Bueno y el 0,00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 50,00%, por lo que el productor opina que no existe apoyo y no tienen un sistema donde se pueda encontrar a los clientes potenciales registrados para venta y compra.

Según el Autor Rivera (2019), el objetivo general del estudio fue determinar la exportación de café en grano desde Canadá por parte de la Cooperativa de Servicios Múltiples

Cedros Café Jaén. El método utilizado es descriptivo-explicativo, a través de un diseño no empírico, con un enfoque cualitativo, realizado por el gerente general de la Cooperativa Cedros Café y ocho expertos en comercio internacional, utilizados como muestra no probabilística como muestra de investigación para la Aprobación de la Solicitud de Mantenimiento. De lo anterior, se puede concluir que la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café cuenta con los insumos necesarios y a partir de los cuales se puede determinar la exportación de café verde en grano al mercado canadiense.

Según el Autor Choque (2021), en su investigación, su objetivo general era determinar cómo afectan los factores de superficie cosechada, producción, tipos de cambio y precios mundiales a las exportaciones de café de Perú. El método utilizado adopta un enfoque cuantitativo deductivo, dirigido a un grupo de caficultores y agricultores de Perú, utilizando técnicas de muestreo o de análisis de series temporales como histogramas en el análisis de la superficie recolectada. producción, como el rendimiento por hectárea de cafetos. Como resultado, el desarrollo de una estrategia de exportación para aumentar las exportaciones de café. En resumen, el tipo de cambio afecta a las exportaciones de productos como el café, ya que determina los ingresos que los productores y/o exportadores reciben por sus productos en función del valor de la moneda nacional. moneda baja o alta o del valor del dólar.

En la tabla N° 13, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 65.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Calidad del servicio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 65,00%, por lo que el productor opina que falta seguir mejorando para garantizar todos los servicios que brindan dentro de la organización comercial.

En la tabla N° 14, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 65.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican a los, Competidores, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 65,00%, por lo que el productor opina que la competencia es buena para poder seguir mejorando ya que brindan nuevas estrategias de negociación.

En la tabla N° 15, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 60.00% Regular, el 40.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00%

Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican a los, Comerciantes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que falta compromiso y preparación para poder realizar comercialización fuerte a nivel nacional de forma seguida.

En la tabla N° 16, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 80.00% Regular, el 20.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Precio, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 80,00%, por lo que el productor opinan que falta apoyo para poder colocar productos a un buen precio y poder ser competitivos en el mercado.

En la tabla N° 17, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 25,00% Deficiente, el 30.00% Regular, el 45.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la designación de una, Agencia de aduana, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 45,00%, por lo que el productor opina que sería mejor para poder acceder a un buen control de calidad de los productos y tener respaldo por parte de la agencia.

En la tabla N° 18, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 55.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el proceso de, Gestión de exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 55,00%, por lo que el productor opina que sería buena para que se pueda comercializar con garantía y entrar a mercados internacionales y nacionales de forma permanente.

En la tabla N° 19, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 65.00% Regular, el 25.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Calidad de empaque, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular

con un 65,00%, por lo que el productor opina que falta mejorar con relación al empaque para una buena distribución de los productos para los diversos mercados tanto internacionales como mercado local o nacional.

En la tabla N° 20, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 60.00% Regular, el 30.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Calidad de transporte, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 60,00%, por lo que el productor opina que la organización no cuenta con vehículos propios de empresa y son vehículos contratados y existiendo fallas y demoras.

En la tabla N° 21, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 70.00% Regular, el 30.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican el, Tipo de seguro de la exportación, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 70,00%, por lo que el productor opina que no toda organización de exportación cuenta con seguro de exportación ya que existe momentos que se trabaja de manera informal.

En la tabla N° 22, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 0,00% Deficiente, el 30.00% Regular, el 70.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Degustación del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Bueno con un 70,00%, por lo que el productor opina que sería bueno para poder demostrar la calidad de sus productos y los futuros compradores.

En la tabla N° 23, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 5,00% Deficiente, el 70.00% Regular, el 25.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Difusión por redes sociales, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 70,00%, por lo que el productor opina que no existe de forma permanente y sería bueno para poder hacer conocer los productos que la selva central produce de forma permanente.

En la tabla N° 24, Se ha determinado en base a 20 la población encuestada y ha señalado el 10,00% Deficiente, el 65.00% Regular, el 25.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada, Ustedes como Productores como califican la, Difusión por prensa, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo, por lo que manifiestan que están en Regular con un 65,00%, por lo que el productor opina que sería bueno para poder hacer conocer los productos que la selva central produce de forma permanente en el mercado nacional.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con el objetivo general, se comprobó que la actual política peruana y la falta de apoyo al agro se relaciona con la comercialización y su influencia significativa en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo, donde se señala que el 15,00% Deficiente, el 50.00% Regular, el 35.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada.
2. De acuerdo al primer subobjetivo, se comprobó que la relación del producto y el volumen de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo no cubre las expectativas de compra o de exportación del café ya que es un porcentaje bajo en venta por la poca producción del producto que no supera el 50% de su producción del año 2022, donde se señala y se determina el 0,00% Deficiente, el 70.00% Regular, el 30.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada,
3. De acuerdo al segundo subobjetivo, se comprobó que la relación del precio no influye en el valor de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo, ya que los precios no proponen la expectativa del productor por lo que las autoridades de turno no respaldan la producción de la materia prima como es el café tanto en el mercado local como internacional, donde se señala y se determina el 45,00% Deficiente, el 35.00% Regular, el 20.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada.
4. De acuerdo al tercer subobjetivo, se comprobó que la relación de la distribución y su influencia en la calidad de la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo, es de buena calidad del café, pero falta el apoyo de las autoridades de turno para poder dar una buena certificación y colocar el producto en vitrina para la exportación masiva al 100 donde se señala y se determina el 25,00% Deficiente, el 55.00% Regular, el 20.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada.
5. De acuerdo al cuarto subobjetivo, se comprobó que la relación de la promoción y la calidad de la difusión del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo, no es la más adecuada ya que no existe empresas especializadas en la distribución del producto, y que solo se cuenta con empresas de transporte informales y no cubren la necesidad adecuada para el cuidado y transporte del café, donde se señala y se determina el 20,00% Deficiente, el 55.00% Regular, el 25.00% Bueno, el 0.00% muy Bueno y el 0.00% Excelente, según la pregunta planteada.

RECOMENDACIONES

1. El gobierno debe de mejorar sus planes de desarrollo ya que existe deficiencias en relación con la agricultura más aun en la producción del café ya que es un producto bandero y que tiene acogida a nivel nacional e internacional, dar el apoyo en asistencia técnica con las universidades que tengan facultades relacionadas al agro y poder tener un buen producto, de esa forma poder exportar al mercado nacional como internacional.
2. El gobierno debe de invertir un porcentaje de la economía nacional en el agro para poder tener productos de calidad y volumen de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo para cubrir las expectativas de compra o de exportación del café y elevar el porcentaje de venta del producto para que supere el 50% de su producción del año.
3. Los órganos del gobierno relacionados a la producción del café deben de intervenir en el manejo de los precios en el valor de exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo como mercado local y también para el mercado internacional, de esa manera respaldar la producción y el precio del café.
4. Proponer la instalación de centros de acopios adecuados para la distribución y control de la calidad del producto para la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo, para el mercado internacional con una buena certificación y colocar el producto en vitrina para la exportación masiva al 100% así poder ser líder en los mercados en venta del café.
5. Proponer que las autoridades locales, regionales y el gobierno central, promocionen la calidad de la difusión del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo, en el mercado internacional con empresas especializadas en la distribución del producto, con un transporte especializado para no dañar el producto como es el café ya que es un producto delicado

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agraria. (2019).** Agencia Agraria de Noticias.
<https://agraria.pe/buscar?q=rendimiento%20de%20cafe&page=3>
- Brown, H. (2020, 23 abril).** Fluctuación Cambiaria: ¿Cómo Afecta el Precio Del Café? Perfect Daily Grind español.
<https://perfectdailygrind.com/es/2020/04/23/fluctuacion-cambiaria-como-afectael-precio-del-cafe/>
- Weather Spark. (2020).** Clima promedio en Tarapoto, Perú, durante todo el año
<https://es.weatherspark.com/y/21418/Clima-promedio-enTarapoto-Per%C3%BA-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Empresa Actual. (junio de 2020).** Riesgo país: ¿qué es y cómo se calcula?
<https://www.empresaactual.com/riesgo-pais-que-es-como-se-calcula/>
- Galdos Arias, I. A., & Velarde Rimac, D. K. (2019).** Influencia de exportación y precio del café peruano en las exportaciones totales agrícolas del Perú en los años 2008 - 2018. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Gestión, R. (enero de 2021).** Riesgo país de Perú bajó cuatro puntos básicos y cerró en 1.05 puntos porcentuales. Gestión.
<https://gestion.pe/economia/mercados/riesgopais-de-peru-bajo-cuatro-puntos-basicos-y-cerro-en-105-puntos-porcentualesnoticia/>
- Gestión (marzo de 2019).** Sobreoferta sigue impactando al café. ¿Por mucho tiempo? Gestión. <https://gestion.pe/economia/mercados/sobreoferta-sigue-impactandocafe-260286-noticia/?ref=gesr>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, (2019),** Anuario de Estadísticas Ambientales 2018. Instituto Nacional de Estadísticas e Informática.
<https://sinia.minam.gob.pe/sites/default/files/archivos/public/docs/anuario-inei2018.pdf>
- INEI. (2020).** Anuario de Estadísticas Ambientales. Instituto Nacional de Estadística e Informática.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1760/libro.pdf
- Junta Nacional del Café. (2020).** EL CAFÉ DE PERÚ. fórumcafé. Lima.
<https://juntadelcafe.org.pe/wpcontent/uploads/2020/09/Elcafe%CC%81dePru%CC%81.pdf>
- Medina, M. C. (septiembre de 2020).** Tipo de cambio: ¿Qué impacto ha tenido el alza del precio del dólar en las exportaciones peruanas? El Comercio Perú.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/tipo-de-cambio-que-impacto-ha-tenido-elalza-del-precio-del-dolar-en-las-exportaciones-peruanas-adex-nczenoticia/?ref=ecr>

Meléndez, C. J. M. (febrero de 2019). Factores determinantes de la exportación de café en el Perú; período 1994 - 2016.

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11543>

MINAGRI. (2020). Situación actual del café en el país.

<https://www.minagri.gob.pe/portal/download/2017/pncafe/sector-cafe-peru.pdf>

Proyecto Café y Clima. (2017). Estudio de mercado de café peruano. Lima: Cámara Peruana del Café y Cacao.

<https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/Estudio-de-mercadodel-cafe-peruano.pdf>

Instrumentos de recolección de datos

DATOS GENERALES DEL INVESTIGADOR:

APELLIDOS Y NOMBRES:

Bach. Rondan Huamán, Angie Claritza

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central en el Distrito de la Merced Chanchamayo 2023

ASPECTOS POR VALIDAR:

A continuación, sírvase a calificar el instrumento según lo dispuesto en cada aspecto indicando el puntaje en la casilla que usted considere conveniente y además puede redactar sus apreciaciones personales en la columna de observaciones

ASPECTOS	CRITERIOS	DEFICIENTE (0 – 10)	REGULAR (1 – 14)	BUENO (15 – 16)	MUY BUENO (17 – 18)	EXCELENTE (19 – 20)	OBSERVACIONES
1. Producto	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacción del cliente Proceso de producción Confiabilidad del producto 						
2. Precio	<ul style="list-style-type: none"> Precio medio del producto Precios accesibles Precios altos del producto 						
3. Plaza	<ul style="list-style-type: none"> Locales adecuados Almacenes adecuados Carga y descarga del producto 						
4. Promoción	<ul style="list-style-type: none"> Alcance online de la marca. Ventas realizadas por mes. Número de clientes 						
ASPECTOS	CRITERIOS	DEFICIENTE (0 – 10)	REGULAR (1 – 14)	BUENO (15 – 16)	MUY BUENO (17 – 18)	EXCELENTE (19 – 20)	OBSERVACIONES

5. Volumen de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Competidores • Comerciantes 						
6. Valor de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Agencia de aduana • Gestión de exportación 						
7. Calidad de la exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de empaque • Calidad transporte • Tipo de seguro 						
8. Calidad de difusión	<ul style="list-style-type: none"> • Degustaciones • Difusión por redes sociales • Difusión por prensa 						
PROMEDIO DE VALORACIÓN TOTAL							

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE LA APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO (Por favor, sírvase marcar con un aspa "X")		
ASPECTOS	SI	NO
¿Hubo alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta?		
El instrumento debe ser aplicado		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR		TÍTULO PROFESIONAL Y GRADO ACADÉMICO	
LUGAR Y FECHA	N° DNI	FIRMA DEL VALIDADOR	TELÉFONO

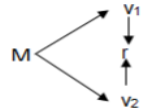
Matriz de consistencia

Título: COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DEL CAFÉ EN EL ÁMBITO LOCAL DE LA SELVA CENTRAL EN EL DISTRITO DE LA MERCED CHANCHAMAYO 2023

<i>PROBLEMAS</i>	<i>OBJETIVOS</i>	<i>HIPÓTESIS</i>	<i>VARIABLES</i>	<i>DIMENSIONES</i>	<i>INDICADORES</i>	<i>METODOLOGÍA</i>
<p>PG.</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comercialización y la exportación del café?</p>	<p>OG.</p> <p>Determinar cuál es la relación entre la comercialización y la exportación del café.</p>	<p>HG.</p> <p>Existe relación entre la comercialización y la exportación del café.</p>	<p>Variable 1</p> <p>Comercialización</p>	<p>Producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción del cliente • Proceso de producción • Confiabilidad del producto 	<p>Ámbito</p> <p>El alcance de esta presente investigación permite conocer los procesos de comercialización y exportación del café en el ámbito local de la selva central del distrito de la Merced, Chanchamayo y que influye en la economía nacional.</p> <p>Nivel</p> <p>El nivel de esta investigación es descriptivo - correlacional. De acuerdo con Hernández y Mendoza</p>
				<p>Precio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Precio medio del producto • Precios accesibles • Precios altos del producto 	
				<p>Distribución</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Locales adecuados • Almacenes adecuados • Carga y descarga del producto 	
				<p>Promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance online de la marca. • Ventas realizadas por mes. • Número de clientes 	

					potenciales registrados.	(2019). Manifiesta que “este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular”. Descriptivo: Hernández (2017)
PE1, ¿Cuál es la relación del producto y su influencia en el volumen de exportación del café?	OE1. Determinar cuál es la relación del producto y su influencia en el volumen de exportación del café.	HE1. La relación del producto influye significativamente en el volumen de exportación del café.	Variable 2 Exportación	Volumen de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del servicio • Competidores • Comerciantes 	citado por (Valderrama, Tipo de investigación, 2019), “refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno o un evento de estudio”.
PE2, ¿Cuál es la relación del precio y su influencia en el valor de exportación del café?	OE2. Determinar cuál es la relación del precio y su influencia en el valor de exportación del café	HE2. La relación del precio influye significativamente en el valor de exportación del café		Valor de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Agencia de aduana • Gestión de exportación 	Tipo El tipo de investigación según su pureza, según Hernández, Fernández y Baptista (2019) define: “La
PE3, ¿Cuál es la relación de la distribución y su influencia en la calidad de la exportación del café?	OE3. Determinar cuál es la relación de la distribución y su influencia en la calidad de la	HE3. La relación de la distribución influye significativamente en la calidad de la exportación del café		Calidad de la exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de empaque • Calidad transporte • Tipo de seguro de la exportación 	

	exportación del café					investigación aplicada, practica o empírica se caracteriza por la utilización de los conocimientos que se adquieren mediante una práctica de estudio de investigación” (p.6). Tiene un tipo de aplicación aplicada, ya que los datos obtenidos serán empleados para ayudar a resolver posibles problemas que se presentan en la realidad que se estudiara la presente investigación denominada la Comercialización y su influencia en la Exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el
PE4, ¿Cuál es la relación de la promoción y su influencia en la calidad de la difusión del café?	OE4. Determinar cuál es la relación de la promoción y su influencia en la calidad de la difusión del café	HE4. La relación de la promoción influye significativamente en la calidad de difusión del café		Calidad de difusión	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación del producto • Difusión por redes sociales • Difusión por prensa 	

						distrito de Chanchamayo. Diseño y esquema de investigación. Diseño Esquema  Población y Muestra Técnicas e instrumentos Técnicas estadísticas
--	--	--	--	--	--	---



UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL DE LA SELVA CENTRAL JUAN SANTOS ATAHUALPA

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

OBJETIVO: Determinar cuál es la relación de la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de La Merced Chanchamayo 2023

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa (x) en la casilla según su criterio, en la escala del 1 al 5. Donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	ExceLENte
1	2	3	4	5

	ITEMS				
o					
	Variable 1: Comercialización				
	Como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo				
	Como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo				
	Como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo				
	Como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo				
	Como Productores como califican el, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la				

	Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
	Como Productores como califican el, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
	Como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
	Como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
	Como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
0	Como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
1	Como Productores como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
2	Como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
Variable 2:						
Exportación						
3	Como Productores como califican el, Calidad del servicio , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
4	Como Productores como califican a los, Competidores , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la					

	Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
5	Como Productores como califican a los, Comerciantes , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
6	Como Productores como califican el, Precio , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
7	Como Productores como califican la designación de una, Agencia de aduana , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
8	Como Productores como califican el proceso de, Gestión de exportación , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
9	Como Productores como califican la, Calidad de empaque , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
0	Como Productores como califican la, Calidad de transporte , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
1	Como Productores como califican el, Tipo de seguro de la exportación , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
2	Como Productores como califican la, Degustación del producto , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
3	Como Productores como califican la, Difusión por redes sociales , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					

4	Como Productores como califican la, Difusión por prensa , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de La Merced Chanchamayo					
----------	---	--	--	--	--	--

Elaboración: Propia

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR		TÍTULO PROFESIONAL Y GRADO ACADÉMICO	
LUGAR Y FECHA	N° DNI	FIRMA DEL VALIDADOR	TELÉFONO



**UNIVERSIDAD NACIONAL
INTERCULTURAL DE LA SELVA CENTRAL
JUAN SANTOS ATAHUALPA**

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Chanchamayo, febrero 2025

Señor:

Romero Marín Iván Arturo
Gerente Grupo Romero Marín
Dirección Prolongación Tarma -Chanchamayo

De mi consideración

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a la vez presentarle a la Bach. Angie Claritza Rondan Huamán, de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, quien aplicara el instrumento (encuesta) de recojo de información para su informe de Tesis en la institución donde usted dirige y representa, por lo mismo por lo mismo solicito a su representada acoger (autorizar) a la bachillera para el desarrollo de la misma.

Seguro de contar con su valioso apoyo le agradezco de antemano su gentil atención y a nombre de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa Filial Satipo le auguramos muchos éxitos a su persona y organización

Atentamente,

Mtro. José Luis Claudio Pérez
Responsable de la Unidad de Investigación



**UNIVERSIDAD NACIONAL
INTERCULTURAL DE LA SELVA CENTRAL
JUAN SANTOS ATAHUALPA**

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Chanchamayo, febrero 2025

Señor:

Enoc Oscoco Manrique
Gerente Fundo El Arca SAC
Av. Niño Jesús de Praga - La Merced

De mi consideración

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a la vez presentarle a la Bach. Angie Clariza Rondan Huamán, de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, quien aplicara el instrumento (encuesta) de recojo de información para su informe de Tesis en la institución donde usted dirige y representa, por lo mismo por lo mismo solicito a su representada acoger (autorizar) a la bachillera para el desarrollo de la misma.

Seguro de contar con su valioso apoyo le agradezco de antemano su gentil atención y a nombre de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa Filial Satipo le auguramos muchos éxitos a su persona y organización

Atentamente,

Mtro. José Luis Claudio Pérez
Responsable de la Unidad de Investigación



**UNIVERSIDAD NACIONAL
INTERCULTURAL DE LA SELVA CENTRAL
JUAN SANTOS ATAHUALPA**

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Chanchamayo, febrero 2025

Señor:

Cossío Avellaneda Cristhian
Gerente Lucio Cossío Café SAC
Dirección Jr. Tarma 268 / 272 - Chanchamayo

De mi consideración

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a la vez presentarle a la Bach. Angie Clariza Rondan Huamán, de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, quien aplicara el instrumento (encuesta) de recojo de información para su informe de Tesis en la institución donde usted dirige y representa, por lo mismo por lo mismo solicito a su representada acoger (autorizar) a la bachillera para el desarrollo de la misma.

Seguro de contar con su valioso apoyo le agradezco de antemano su gentil atención y a nombre de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa Filial Satipo le auguramos muchos éxitos a su persona y organización

Atentamente,

Mtro. José Luis Claudio Pérez
Responsable de la Unidad de Investigación





**UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL
DE LA SELVA CENTRAL JUAN SANTOS
ATAHUALPA**

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Chanchamayo, febrero 2025

Señor:


Enoc Oscco Manrique
Gerente Fundo El Arca SAC
Av. Niño Jesús de Praga - La Merced

De mi consideración

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a la vez presentarle a la Bach. Angie Clariza Rondan Huamán, de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, quien aplicara el instrumento (encuesta) de recojo de información para su informe de Tesis en la institución donde usted dirige y representa, por lo mismo por lo mismo solicito a su representada acoger (autorizar) a la bachillera para el desarrollo de la misma.

Seguro de contar con su valioso apoyo le agradezco de antemano su gentil atención y a nombre de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa Filial Satipo le auguramos muchos éxitos a su persona y organización

Atentamente,


Recibido
09-02-25

Mtro. José Luis Claudio Pérez
Responsable de la Unidad de Investigación



**UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL
DE LA SELVA CENTRAL JUAN SANTOS
ATAHUALPA**

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

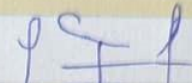
OBJETIVO: Determinar cuál es la relación de la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de la Merced Chanchamayo 2023

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa (x) en la casilla según su criterio, en la escala del 1 al 5. Donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo

	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente		
	1	2	3	4	5		
Nº	ITEMS		1	2	3	4	5
Variable Independiente: Comercialización							
1	Como Productores como califican la, Satisfacción del Cliente, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo						α
2	Como Productores como califican el, Proceso de producción, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo						α
3	Como Productores como califican la, Confiabilidad del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo						α
4	Como Productores como califican el, Precio medio del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo						α
5	Como Productores como califican el, Precios accesibles, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo						α

Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo					α
--	--	--	--	--	---

Elaboración: Propia

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR		TÍTULO PROFESIONAL Y GRADO ACADÉMICO	
Augusto Lozano Quispe		Doctor en Administración	
LUGAR Y FECHA	N° DNI	FIRMA DEL VALIDADOR	TELÉFONO
27/02/2025	20041672		964667325

Instrumentos de recolección de datos

DATOS GENERALES DEL INVESTIGADOR:

APELLIDOS Y NOMBRES:

Bach. Rondan Huamán, Angie Claritza

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central en el Distrito de la Merced Chanchamayo 2023

ASPECTOS A VALIDAR:

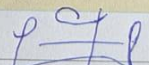
A continuación, sírvase a calificar el instrumento según lo dispuesto en cada aspecto indicando el puntaje en la casilla que usted considere conveniente y además puede redactar sus apreciaciones personales en la columna de observaciones

ASPECTOS	CRITERIOS	DEFICIENTE (0 – 10)	REGULAR (11 – 14)	BUENO (15 – 16)	MUY BUENO (17 – 18)	EXCELENTE (19 – 20)	OBSERVACIONES
1. Producto	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacción del cliente Proceso de producción Confiabilidad del producto 				α		
2. Precio	<ul style="list-style-type: none"> Precio medio del producto Precios accesibles Precios altos del producto 			α			
3. Plaza	<ul style="list-style-type: none"> Locales adecuados Almacenes adecuados Carga y descarga del producto 				α		
4. Promoción	<ul style="list-style-type: none"> Alcance online de la marca. Ventas realizadas por mes. Número de clientes 					α	
ASPECTOS	CRITERIOS	DEFICIENTE (0 – 10)	REGULAR (11 – 14)	BUENO (15 – 16)	MUY BUENO (17 – 18)	EXCELENTE (19 – 20)	OBSERVACIONES
5. Volumen de exportación	<ul style="list-style-type: none"> Calidad Competidores 				α		

	<ul style="list-style-type: none"> Comerciantes 						
6. Valor de exportación	<ul style="list-style-type: none"> Precio Agencia de aduana Gestión de exportación 					α	
7. Calidad de la exportación	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de empaque Calidad transporte Tipo de seguro 					α	
8. Calidad de difusión	<ul style="list-style-type: none"> Degustaciones Difusión por redes sociales Difusión por prensa 						α
PROMEDIO DE VALORACIÓN TOTAL							

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE LA APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO
(Por favor, sírvase marcar con un aspa "X")

ASPECTOS	SI	NO
¿Hubo alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta?		
El instrumento debe ser aplicado		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR		TÍTULO PROFESIONAL Y GRADO ACADÉMICO	
Augusto Lozano Quispe		Doctor en Administración	
LUGAR Y FECHA	N° DNI	FIRMA DEL VALIDADOR	TELÉFONO
27/02/2025	20049672		964667325

Matriz de consistencia



**UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL
DE LA SELVA CENTRAL JUAN SANTOS
ATAHUALPA**

Licenciada con resolución del consejo directivo N.º 033-2018-SUNEDU/CD

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

OBJETIVO: Determinar cuál es la relación de la comercialización y su influencia en la exportación del café en el ámbito local de la Selva Central en el Distrito de la Merced Chanchamayo 2023

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa (x) en la casilla según su criterio, en la escala del 1 al 5. Donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo

	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Nº	ITEMS				
Variable Independiente: Comercialización					
1					X
2					X
3					X
4					X
5					X

6	Como Productores como califican el, Precios altos del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
7	Como Productores como califican los, Locales adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
8	Como Productores como califican los, Almacenes adecuados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
9	Como Productores como califican la, Carga y descarga del producto, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
10	Como Productores como califican el, Alcance online de la marca, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
11	Como Productores como califican las, Ventas realizadas por mes, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
12	Como Productores como califican el, Número de clientes potenciales registrados, en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
Variable Dependiente:										
Exportación										
13	Como Productores como califican el, Calidad del servicio , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X
14	Como Productores como califican a los, Competidores , en la Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central del Distrito de la Merced Chanchamayo									X

Selva Central del Distrito de la Merced
Chanchamayo

Elaboración: Propia

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR		TÍTULO PROFESIONAL Y GRADO ACADÉMICO	
Callope Cueva Paulo Cesar		Licenciado en Administración	
LUGAR Y FECHA	N° DNI	FIRMA DEL VALIDADOR	TELÉFONO
Tarma - 27-2-2025	42137798	<i>Paulo Cesar</i>	988135526

Instrumentos de recolección de datos

DATOS GENERALES DEL INVESTIGADOR:

APELLIDOS Y NOMBRES:
Bach. Rondán Huamán, Angie Claritza

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Comercialización y Exportación del Café en el Ámbito Local de la Selva Central en el Distrito de la Merced Chanchamayo 2023

ASPECTOS A VALIDAR:

A continuación, sírvase a calificar el instrumento según lo dispuesto en cada aspecto indicando el puntaje en la casilla que usted considere conveniente y además puede redactar sus apreciaciones personales en la columna de observaciones

ASPECTOS	CRITERIOS	DEFICIENTE (0 - 10)	REGULAR (11 - 14)	BUENO (15 - 16)	MUY BUENO (17 - 18)	EXCELENTE (19 - 20)	OBSERVACIONES
1. Producto	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacción del cliente Proceso de producción Confiabilidad del producto 					X	
2. Precio	<ul style="list-style-type: none"> Precio medio del producto Precios accesibles Precios altos del producto 					X	
3. Plaza	<ul style="list-style-type: none"> Locales adecuados Almacenes adecuados Carga y descarga del producto 					X	
4. Promoción	<ul style="list-style-type: none"> Alcance online de la marca. Ventas realizadas por mes. Número de clientes 					X	
ASPECTOS	CRITERIOS	DEFICIENTE (0 - 10)	REGULAR (11 - 14)	BUENO (15 - 16)	MUY BUENO (17 - 18)	EXCELENTE (19 - 20)	OBSERVACIONES
5. Volumen de exportación	<ul style="list-style-type: none"> Calidad Competidores 					X	

	<ul style="list-style-type: none"> Comerciantes 						
6. Valor de exportación	<ul style="list-style-type: none"> Precio Agencia de aduana Gestión de exportación 					X	
7. Calidad de la exportación	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de empaque Calidad transporte Tipo de seguro 					X	
8. Calidad de difusión	<ul style="list-style-type: none"> Degustaciones Difusión por redes sociales Difusión por prensa 					X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN TOTAL							

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE LA APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO (Por favor, sírvase marcar con un aspa "X")		
ASPECTOS	SI	NO
¿Hubo alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? En caso de SI ¿Qué dimensión o ítem falta?		
El instrumento debe ser aplicado		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR		TÍTULO PROFESIONAL Y GRADO ACADÉMICO	
Dr. Paulo Cesar Callupe Cueva		Licenciado en Administración Doctor en Administración	
LUGAR Y FECHA	Nº DNI	FIRMA DEL VALIDADOR	TELÉFONO
Tarma 27-2-2025	42137798	<i>Paulo Cesar C</i>	988135526

Matriz de consistencia