

Analysis of the survival of coffee exporting companies in Peru: a temporal perspective (2012-2023)

Richard Ignacio Montes-Tocto ¹, Alberto Luis Pantaleón SantaMaría ², Ramiro Azañero-Díaz ³, Billy Heinrich Maco-Elera ⁴, Marco Antonio Capristán Campos ⁵, Hilda Angélica Del-Carpio- Ramos ⁵, Heidi Halina Rázuri-Rubio ⁶

¹Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, rmontes@usat.edu.pe,

²Universidad Tecnológica del Perú, c17084@utp.edu.pe

³AZATRADE S.A.C.S., informes@azatrade.info

⁴Comision de Promoción Del Peru Para la Exportación y El Turismo - PROMPERU, Perú, bmaco@promperu.gob.pe

⁵Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, mcapristan@unprg.edu.pe, hdelcarpio@unprg.edu.pe

⁶Universidad César Vallejo, Perú, hrazuri@ucvvirtual.edu.pe

Abstract– This study provides an analysis of the survival and success of Peruvian companies in coffee exportation, addressing key factors of international trade and business management. A quantitative approach and non-experimental design were employed to analyze data on coffee exports from the database of the National Superintendence of Tax Administration (SUNAT) for the period 2012 – 2023. Descriptive statistics were applied, and the analysis method used was Kaplan-Meier. The results demonstrate significant fluctuations in FOB value, Net Weight, and FOB Price of coffee exports, as well as changes in the number of exporting companies and their survival over time. It is noteworthy that, despite annual variations, there is a sustained increase in the total number of companies, with notable differences in longevity based on company size. The study's conclusions emphasize the complexity of the Peruvian coffee market and the need for adaptive and resilient strategies to be considered in foreign trade policies regarding the internationalization of companies to strengthen the survival of coffee exporting businesses. These findings have not been accounted for in previous studies.

Keywords-- Coffee Exportation, Business Survival, Kaplan-Meier Method, International Trade Indicators, Commercial Competitiveness

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

Análisis de la supervivencia de las empresas exportadoras de café en el Perú: una perspectiva temporal (2012-2023)

Richard Ignacio Montes-Tocto ¹, Alberto Luis Pantaleón SantaMaría ², Ramiro Azañero-Díaz ³, Billy Heinrich Maco-Elera ⁴, Marco Antonio Capristán Campos ⁵, Hilda Angélica Del-Carpio- Ramos ⁵, Heidi Halina Rázuri-Rubio ³

¹Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, rmontes@usat.edu.pe,

²Universidad Tecnológica del Perú, c17084@utp.edu.pe

³AZATRADE S.A.C.S., informes@azatrade.info

⁴Comision de Promoción Del Peru Para la Exportación y El Turismo - PROMPERU, Perú, bmaco@promperu.gob.pe

⁵Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, mcapristan@unprg.edu.pe, hdelcarpio@unprg.edu.pe

²Universidad César Vallejo, Perú, hrazuri@ucvvirtual.edu.pe

Abstract– Este estudio ofrece un análisis sobre la supervivencia y el éxito de las empresas peruanas en la exportación de café, abordando factores clave del comercio internacional y la gestión empresarial. Se utilizó un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, para analizar datos sobre las exportaciones de café que provienen de la base de datos de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) del periodo 2012 – 2023. La técnica aplicada fue la estadística descriptiva y el método de análisis fue Kaplan-Meier. Los resultados muestran fluctuaciones significativas en el Valor FOB, el Peso Neto y el Precio FOB de las exportaciones de café, así como cambios en el número de empresas exportadoras y su supervivencia a lo largo del tiempo. Se destaca que, pese a las variaciones anuales, hay un incremento sostenido en el número total de empresas, con diferencias notables en la longevidad según el tamaño de la empresa. Las conclusiones del estudio resaltan la complejidad del mercado del café peruano y la necesidad de estrategias adaptativas y resilientes que deben ser tomadas en cuenta en las políticas de comercio exterior sobre internacionalización de empresas para fortalecer la supervivencia de las empresas exportadoras de café. Hechos que no han sido tomados en cuenta en estudios previos.

Keywords– Exportación de café, Supervivencia Empresarial, Método de Kaplan-Meier, Indicadores Comercio Internacional, Competitividad Comercial.

I. INTRODUCCIÓN

El análisis de la supervivencia de las empresas exportadoras de café peruano es de gran importancia, ya que permite identificar los factores que determinan su éxito. Este aporte no solo enriquece el conocimiento en comercio internacional, sino que también puede servir de base para investigaciones futuras y para la formulación de políticas que promuevan la competitividad de las empresas del sector. Además, este análisis proporciona una orientación estratégica valiosa para el gobierno, inversores, socios comerciales y

demás actores de la cadena, situando a Perú en una posición ventajosa frente a otras economías.

En el mundo globalizado, las empresas y los países están interactuando de nuevas maneras. Estas nuevas tendencias están transformando la forma en que las empresas operan y compiten, y están cambiando la forma en que los países se relacionan entre sí [1], [2], [3]. La globalización económica, que ha sido un motor clave del crecimiento económico mundial en las últimas décadas, está cambiando su naturaleza. Este cambio se debe al aumento del proteccionismo y las tensiones comerciales entre las grandes potencias [4], [5]. Las guerras comerciales entre las grandes potencias, como la que tiene lugar entre Estados Unidos y China, impactan negativamente en la economía mundial. El incremento de políticas que perjudican la liberalización del comercio aumenta los costos de producción y distribución, lo que hace que los productos sean más caros para los consumidores.

También pueden provocar una desaceleración del crecimiento económico y el aumento del desempleo. En particular, impactan negativamente en las economías emergentes que dependen del comercio internacional. Estas economías suelen ser exportadoras de materias primas y productos básicos, que son los sectores más afectados por las guerras comerciales. Además, afectan a la cadena de suministro global por lo que las empresas tienen que pagar más por los productos y servicios, pueden trasladar estos costos a los consumidores. Esto puede provocar una disminución de la demanda, lo que puede llevar a la interrupción de la cadena de suministro [6].

La digitalización y la tecnología están teniendo un impacto transformador en los negocios internacionales. El comercio electrónico, la automatización y la inteligencia artificial están creando nuevas oportunidades, pero también plantean desafíos. [7], [8]. Para mantenerse competitivas, las empresas deben adaptarse rápidamente a estos cambios. Esto significa invertir

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

en tecnología, desarrollar nuevas habilidades y adoptar nuevas formas de trabajar [9]. Sin embargo, la digitalización también genera preocupaciones sobre la seguridad de los datos, la privacidad y la brecha digital. Las empresas deben tomar medidas para proteger los datos de sus clientes y cumplir con las regulaciones de privacidad. También deben trabajar para reducir la brecha digital entre los países desarrollados y en desarrollo [10].

La sostenibilidad y los problemas medioambientales han cobrado un papel central a través de la creación de nuevas políticas comerciales que buscan proteger el medio ambiente y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero [11]. La transición a energías más limpias es una de las medidas más importantes que se están tomando para combatir el cambio climático. Estas energías, como la energía solar, la energía eólica y la energía hidroeléctrica, no emiten gases de efecto invernadero [12] además de prácticas sustentables, que están promoviendo cambios en las políticas comerciales y como reacción nuevas estrategias empresariales [13].

Actualmente las empresas deben tener en cuenta el impacto de sus actividades en el medio ambiente. Esto se debe a que el impacto ambiental de una empresa puede tener un impacto negativo en su reputación y cumplimiento de las normativas internacionales. [14]. Asimismo, la pandemia COVID-19 ha tenido un impacto significativo en los negocios internacionales [15]. Las perturbaciones de las cadenas de valor mundiales causadas por la pandemia y la guerra en Ucrania están obligando a las empresas a reestructurarse y ajustarse. Estas perturbaciones dictarán la supervivencia de las empresas en los próximos años.[16]. Las empresas y los gobiernos están reconsiderando la forma en la que entienden el mercado y operan a nivel mundial, buscando formas de hacer que sus cadenas de suministro sean más resistentes a las interrupciones [17].

Los gobiernos y las empresas se han visto obligados a buscar nuevas formas de entender las características, la dinámica exportadora y la supervivencia de las empresas. Para ello, han incluido indicadores innovadores y nuevos métodos de análisis de la información comercial a través de tres dimensiones: empresa, producto y destino.[18].

A nivel mundial el consumo de café se ha visto afectado relacionado al confinamiento provocados por el COVID-19, la cual provocó una disminución en el consumo[19], revirtiéndose e incrementándose con el levantamiento de estas restricciones y reflejándose en la información de las exportaciones mundiales de café. Además de los cambios en la producción el ingreso y salida de las empresas de los mercados internacionales variaciones en los precios y cambios en la producción [20].

El comercio internacional se caracteriza por su dinamismo y constante evolución. Los cambios en el mercado, la aparición

de nuevos competidores y las nuevas tecnologías pueden suponer un desafío para las empresas y las entidades gubernamentales relacionadas con este ámbito. Por ello, es importante que estas entidades estén preparadas para adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades que ofrecen. Para ello, deben ser ágiles, es decir, capaces de reaccionar rápidamente a los cambios y tomar decisiones [21]. La agilidad es una cualidad esencial para las empresas que quieren tener éxito en el comercio internacional. Las entidades que sean capaces de adaptarse rápidamente a los cambios tendrán más probabilidades de sobrevivir y prosperar en el futuro [22].

Los desafíos que enfrentan las empresas en los mercados internacionales se ven afectados por una serie de factores, como la inestabilidad, conflictos comerciales entre grandes economías y, más recientemente, las perturbaciones causadas por la pandemia de COVID-19 [23]. Además, problemas como las fluctuaciones en las tasas de cambio, las barreras comerciales y regulatorias, y la necesidad de adaptarse continuamente a las cambiantes demandas de los consumidores y las innovaciones tecnológicas. [24].

En Estados Unidos, las políticas comerciales proteccionistas del gobierno, la creciente demanda de que las empresas vuelvan a fabricar sus productos en el país y el permanente conflicto comercial con China, ponen en riesgo la supervivencia de empresas transnacionales e imponen nuevos desafíos en productos de gran demanda internacional, como los COMMODITIES, dentro de ellos el café [25]. En China, el creciente consumo de cafés de especialidad, que se ha triplicado en los últimos cuatro años y crece a un ritmo promedio de entre 10 y 15 % [26], representa una oportunidad para los exportadores de café del mundo, pero que debe evaluarse en términos de sostenibilidad, debido a que enfrenta problemas por señalamiento de prácticas desleales [27].

Por su parte, Brasil, el principal productor de café en el mundo, enfrenta obstáculos en relación a permisos y trámites gubernamentales, además de una infraestructura inadecuada y cada vez más obsoleta, lo que resta competitividad a sus empresas y dificulta su existencia [28]. En Alemania, segundo importador de café a nivel mundial, las empresas enfrentan problemas de supervivencia debido al creciente proteccionismo del medio ambiente y su tendiente adecuación a una economía sostenible [29].

Las empresas peruanas enfrentan una serie de desafíos. Entre estos se tiene, la dependencia a la exportación de productos tradicionales, los cuales carecen de valor agregado y evidencian una economía vulnerable ante las fluctuaciones de los precios internacionales[30]; la insuficiencia en infraestructura, capacidad, recurso humano y capital en operaciones logísticas impide a las empresas ingresar a nuevos mercados de manera competitiva [31]; en cuanto al financiamiento, las tasas de referencia y falta de competencia

de un mayor número de entidades financieras que afecta la competitividad frente a otras economías del mundo [32]; la mediatización política, inestabilidad de gobierno, cambio de gobernante, ineficiente adaptación y cambios regulatorios internacionales, genera incertidumbre e incrementa el riesgo en los negocios, afectando la credibilidad y la gestión empresarial de las empresas exportadoras [33].

La situación de las exportadoras peruanas es preocupante, pero, es más, el hecho de no contar con información que permita conocer el comportamiento futuro de las exportadoras de café peruano, y que permita tomar decisiones. Esto motivó a los autores, a investigar sobre indicadores y métodos que permitan analizar la supervivencia de estas empresas. Se planteó la siguiente interrogante ¿Cuál es la supervivencia de las empresas peruanas exportadoras de café en el periodo comprendido entre 2012 y 2023?; con el objetivo de analizar la supervivencia de las empresas peruanas exportadoras de café en el periodo comprendido entre 2012 – 2023.

Desde una perspectiva teórica, la investigación aporta una ruta metodológica para analizar la supervivencia de empresas exportadoras en un período de tiempo; y ofrece una base de datos de doce años como punto de partida para facilitar la comprensión de cómo las empresas en economías emergentes, como es el caso de Perú, enfrentan desafíos y capitalizan oportunidades, sobreviven y se sostienen en los mercados internacionales. Este análisis contribuye a llenar las lagunas existentes en la literatura relacionada con la internacionalización de empresas y estrategias de exportación en contextos particulares, proporcionando así un fundamento para investigaciones y teorizaciones futuras.

En el ámbito social, este estudio aporta la comprensión de los elementos que influyen en la dinámica de la actividad exportadora y el factor de supervivencia en el mercado, con lo cual es posible diseñar estrategias que, al reforzar las empresas exportadoras, impulsan la creación de empleo, el desarrollo de capacidades y la contribución al desarrollo económico nacional.

Desde un enfoque práctico, este estudio permite a los inversores tomar decisiones sobre un riesgo calculado, con información fiable y respaldada por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). Además, sirve de soporte a los empresarios para planificar sus estrategias y renovar sus modelos de negocio; a los dirigentes de cooperativas y asociaciones productivas, para predecir cambios en el mercado y mitigar el impacto en los socios productores; a las entidades gubernamentales, para diseñar políticas de apoyo más eficientes facilitando la sostenibilidad de la actividad exportadora a largo plazo.

II. MARCO TEÓRICO

Un estudio aborda la estructura y competitividad del mercado internacional del vino, empleando herramientas analíticas como el Índice Herfindahl-Hirschman y el Índice de Exportación Neta. Estos índices, conocidos por su capacidad para evaluar la concentración de mercado y la ventaja competitiva en el comercio internacional, podrían ser aplicados para dilucidar la estructura del mercado internacional de café, así como para determinar la posición competitiva de Perú en dicho mercado. Además, se contempla la utilización del estimador de Kaplan-Meier, un método estadístico comúnmente empleado en el análisis de supervivencia. La aplicación de este estimador en el contexto de la competitividad permitiría obtener información crucial respecto a la durabilidad y estabilidad de las empresas peruanas dedicadas a la exportación de arándanos. Este enfoque analítico podría revelar insights significativos sobre la longevidad y sostenibilidad de dichas empresas en un entorno de mercado altamente competitivo [34].

Otro estudio proporciona una visión detallada de la estructura y competitividad en el mercado internacional del café. Esta investigación utiliza métodos que incluyen el análisis de la estructura de mercado y el análisis de supervivencia de Kaplan-Meier, metodologías que podrían ser útiles para examinar la dinámica del mercado de arándanos y la viabilidad a largo plazo de las empresas exportadoras peruanas de café [35]. Por otro lado, un estudio enfocado en las exportaciones energéticas de Rusia emplea regresiones logísticas y el análisis de Kaplan-Meier [36].

Estos enfoques podrían ser efectivos para identificar elementos críticos que influyen en la duración y el éxito de las exportaciones de cafés peruanos, ofreciendo una comprensión más detallada de las dinámicas de mercado y las estrategias de exportación efectivas. En otro contexto, un análisis de la industria oleoquímica de Malasia basada en palma utiliza el análisis de Kaplan-Meier para evaluar la duración de su ventaja competitiva [37]. Adaptar este método al ámbito de la exportación de café en Perú podría arrojar información importante sobre cómo las empresas peruanas mantienen su competitividad a lo largo del tiempo y bajo diversas condiciones.

Adicionalmente, una investigación sobre pequeñas y medianas empresas agroalimentarias en España analiza cómo la internacionalización y el género del gerente impactan en la supervivencia de la empresa [38]. Estos factores también podrían ser investigados en el caso de las exportadoras peruanas de café para comprender mejor el efecto de la gestión y las estrategias de internacionalización en su longevidad. Por último, un estudio sobre la supervivencia de las exportaciones de alimentos procesados de Malasia utiliza la técnica de Kaplan-Meier [39]. La aplicación de esta técnica al análisis de las exportaciones de arándanos peruanos podría proporcionar información valiosa sobre los retos y oportunidades específicos

que enfrentan las empresas en este sector. Además, es fundamental entender la situación actual de estas empresas para garantizar su sostenibilidad a lo largo del tiempo [40].

En el contexto de la teoría de competitividad [41], el análisis de las empresas exportadoras se centra en el estudio de las empresas exportadoras se enfoca en cómo los factores internos y externos influyen en su éxito en el mercado global. Esto incluye analizar cómo algunas empresas obtienen ventajas sobre otras. Además, según la teoría de ventajas competitivas [42], se examina elementos y como los recursos naturales, la infraestructura y las capacidades tecnológicas y socioeconómicas del Perú proporcionan ventajas específicas para la industria del café. El estudio de la cadena de valor en el comercio internacional abarca desde la producción hasta la comercialización en los mercados internacionales [43].

Este análisis identifica las etapas donde se agrega más valor y donde hay oportunidades de mejora, incluyendo las prácticas de cultivo, procesamiento, logística, marketing y ventas. En cuanto a los factores exógenos y su impacto en la competitividad, se consideran elementos externos como las fluctuaciones del mercado global, los cambios en las preferencias de los consumidores y las barreras comerciales [44]. Se busca entender cómo estos factores afectan la competitividad de las empresas y qué estrategias pueden implementar para reducir riesgos o capitalizar oportunidades. El papel de la innovación y la adaptación tecnológica se investiga en términos de cómo contribuyen a mejorar la competitividad y la supervivencia de las empresas [45][46].

Se explora la incorporación de nuevas tecnologías en la agricultura, el procesamiento y la distribución, y cómo esto ayuda a las empresas a ser más eficientes, mejorar la calidad de sus productos y acceder a nuevos mercados. La gestión de recursos se centra en cómo se administran elementos clave como el capital, la mano de obra y la tecnología para maximizar la eficiencia y la calidad del producto [47]. También se considera la importancia de la gestión sostenible y el impacto ambiental de las operaciones empresariales [48].

Se analizan las estrategias de internacionalización y la forma en que las empresas entran y compiten en los mercados globales [49]. Esto incluye cómo las empresas han diversificado sus mercados, enfrentado barreras comerciales y adaptado sus productos a las necesidades y preferencias de los consumidores internacionales. Además, se examina el rol de las alianzas estratégicas y las redes de negocios en la expansión internacional [50].

En el ámbito de innovación y competitividad, se investiga cómo la innovación en procesos, productos y modelos de negocio impacta la competitividad de las empresas exportadoras [51]. Se analiza la influencia de la adopción de

tecnologías avanzadas y prácticas innovadoras en la agricultura y logística para mejorar su posición en el mercado global [52].

Respecto al análisis de riesgos y gestión, se estudia la forma en que las empresas manejan los riesgos relacionados con la exportación [53]. Se destaca la importancia de una planificación estratégica y una gestión de riesgos efectiva para garantizar la supervivencia y crecimiento a largo plazo de estas empresas [54].

En cuanto al liderazgo y la cultura organizacional, se examina cómo estos factores influyen en el éxito de las empresas exportadoras [55]. Se considera el efecto de un liderazgo eficaz en la promoción de la innovación, adaptabilidad y compromiso con la calidad y sostenibilidad, y cómo la cultura organizacional afecta la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta a los desafíos del mercado [56].

El estudio sobre la responsabilidad social corporativa (RSC) analiza su papel en la estrategia corporativa de las empresas exportadoras [57]. Se investiga cómo las prácticas responsables no solo contribuyen a una imagen corporativa positiva, sino que también pueden mejorar las relaciones con consumidores, comunidades locales y gobiernos, especialmente en un contexto de creciente conciencia ambiental y social [58].

Finalmente, el indicador de Kaplan-Meier, un método estadístico no paramétrico, se usa para estimar la función de supervivencia, definida como la continuidad de las actividades exportadoras de una empresa [59]. Este indicador es valioso en estudios de supervivencia por su habilidad para manejar datos censurados, es decir, situaciones donde el evento de interés no ocurre durante el período de estudio, como empresas que siguen exportando al final del período observado [60].

La función de supervivencia de Kaplan-Meier ofrece una estimación en cada momento de la probabilidad de que una empresa siga exportando después de ese tiempo, generando una curva de supervivencia paso a paso, donde cada paso indica un evento. Este método es útil para comparar diferentes grupos, como empresas de distintos tamaños o ubicaciones, e identificar factores que pueden influir en la longevidad de las operaciones exportadoras.

III. METODOLOGÍA

Este estudio de naturaleza cuantitativa se centró en la descripción de las características esenciales relacionadas con la exportación de café en el Perú [61] sus patrones de exportación y cómo estos han cambiado a lo largo del tiempo [62] para investigar la supervivencia de las empresas exportadoras de este producto, en el periodo 2012-2023 [63].

La investigación utilizó diseño no experimental, se observaron los fenómenos tal como ocurren en su entorno natural, sin intervenir ni modificar las condiciones en las que se

registraron los datos de exportaciones de café de las empresas peruanas [64], desde 2012 hasta 2023, bajo la subpartida nacional 0901.11.90.00, que forman parte de la población del estudio.

La fuente de los datos estuvo constituida por las Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAM), las mismas que son registrados por SUNAT. Por lo tanto, al no requerir de muestra no existirá error marginal y mayor la confianza de los resultados obtenidos [31].

Los datos fueron procesados con el apoyo del software SPSS. La información obtenida se analizó a través del método de Kaplan-Meier. Este método utiliza un indicador que estima la función de supervivencia, y que se entiende como la probabilidad de que una empresa continúe exportando en el tiempo. En este contexto, el empleo del método Kaplan-Meier sirvió para visualizar a detalle la duración de las empresas en las operaciones de exportación de café, teniendo en cuenta un periodo específico.

En la tabla 2 y la figura 1, se considera el año 2012 como el año base, que sirve como punto de referencia para calcular tanto el ingreso como la salida de empresas, en los años posteriores.

El escenario considerado para el cálculo desde la figura 2 a la 6 del factor de supervivencia tiene como año base al 2023 analizado hacia el 2012, teniendo como criterio de exclusión a aquellas empresas que han realizado operaciones menores a 500 dólares debido a que regularmente se trata de operaciones poco comunes, envió de muestras, regalos, envíos postales que no se ha considerado como operaciones comerciales a los que refiere el Reglamento de la Ley General de Aduanas del Perú[65].

IV. RESULTADOS

En este apartado se describe las características esenciales de las exportaciones del café peruano; tales como, indicadores básicos del período 2012 – 2023, las entradas y salidas de las empresas exportadoras; y finalmente, el análisis del factor de supervivencia en total de la subpartida nacional seguida por el tamaño el tamaño de las empresas.

4.1. Indicadores Básicos sobre exportaciones del café peruano.

La tabla 1 se observa que las exportaciones de café peruano han experimentado fluctuaciones significativas en los últimos años. El valor FOB de las exportaciones cayó un 30.56 % en 2013, pero se recuperó un 7.35 % en 2014, acompañado por un aumento en el precio FOB a \$4.06 por kilogramo. Sin embargo, vuelve a caer en 2015, con una disminución del 18.89 % en el valor FOB y una reducción del precio FOB a \$3.31 por kilogramo, esta tendencia de incrementos y disminuciones se mantiene hasta el año 2020.

El periodo más destacado en términos de incrementos se sitúa entre los años 2021 y 2022. Durante este lapso, el valor FOB experimentó un aumento del 36.07% en 2021 y un incremento aún más notorio del 50.14% en 2022. Estos cambios estuvieron acompañados por un peso neto total de 240957 toneladas, así como por un significativo aumento en el precio FOB, alcanzando los \$5.01 por kilogramo en el año 2022. No obstante, la tendencia cambió en el año 2023, registrando una disminución del 33.41 % en el valor FOB y aunque el peso neto se mantuvo constante en este periodo, el precio FOB promedio experimentó una reducción, alcanzando los \$4.02 por kilogramo.

Estas agrupaciones de incrementos y disminuciones ofrecen una perspectiva clara de las fluctuaciones en las exportaciones de café desde Perú. Los periodos de crecimiento suelen estar seguidos de descensos, debidos a ajustes en el mercado y cambios significativos en el precio de la bolsa de valores (NYC), donde se cotiza este COMMODITIES.

TABLA I
INDICADORES BÁSICOS DE LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ PERUANO 2012-2023.

Año	Valor FOB Miles USD	Peso Neto (TM)	Precio FOB USD x KG	Empresas
2012	996,236	260,787	3.82	132
2013	691,741	236,424	2.93	124
2014	742,537	183,116	4.06	145
2015	602,327	182,122	3.31	152
2016	767,060	242,715	3.16	162
2017	710,250	246,582	2.88	164
2018	686,925	263,437	2.61	182
2019	630,342	230,162	2.74	201
2020	591,243	197,659	2.99	197
2021	804,538	201,575	3.99	227
2022	1,208,394	240,957	5.01	241
2023	804,684	201,706	4.01	265

4.2. Entrada, Salida y Saldo de empresas exportadoras de café peruano.

En la tabla 2 se muestra la entrada de empresas, la cual refiere al número de empresas que iniciaron la actividad de exportación de café en un año determinado; la salida de empresas se refiere al número de empresas que cesaron la actividad de exportación de café por año y el saldo de empresas es el número de empresas que se mantuvieron en actividad con respecto al año anterior, sumado el número de empresas que entraron al mercado en el año de estudio, menos el número de empresas que salieron del mercado en el mismo año. Teniendo como base al año 2012 donde se registró un total de 132 empresas con las que se inició el cálculo.

Se puede observar que el número de empresas que participan en las exportaciones de café peruano ha crecido de manera sostenida desde 2012, pasando de 124 empresas a 265 empresas en 2023. El único año en que se registró un ligero decremento fue 2020, pero la recuperación fue inmediata en

2021. En promedio, cada año han ingresado 50.9 empresas nuevas al sector cafetero peruano, mientras que han salido 38.8 empresas, desde 2012.

TABLA II
ENTRADA, SALIDA Y SALDO DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ POR NÚMERO DE EMPRESAS. AÑO BASE 2012 (UNIDADES).

AÑO	ENTRADA	VAR.%	SALIDA	VAR.%	SALDO	VAR.%
2012	-	-	-	-	132	-
2013	26	-	34	-	124	-6%
2014	47	45%	26	-31%	145	14%
2015	41	-15%	34	24%	152	5%
2016	45	9%	35	3%	162	6%
2017	43	-5%	41	15%	164	1%
2018	50	14%	32	-28%	182	10%
2019	57	12%	38	16%	201	9%
2020	47	-21%	51	25%	197	-2%
2021	78	40%	48	-6%	227	13%
2022	53	-47%	39	-23%	241	6%
2023	73	27%	49	20%	265	9%

En la figura 1 se presenta la tasa de ingreso y salida de empresas exportadoras de café en el Perú durante el período de 2012 a 2023. Se observa que la tasa de ingreso de estas empresas ha experimentado fluctuaciones, alcanzando sus valores más altos en 2014 y 2021, con proporciones del 32 % y 34 %, respectivamente, con respecto al total de empresas en actividad. De manera similar, la proporción de empresas que han abandonado el mercado ha sido variable, siendo 2013 y 2020 los años con las tasas más elevadas de deserción, alcanzando el 27 % y 26 %, respectivamente. En promedio, la tasa de ingreso ha sido del 27 % durante el periodo estudiado, en contraste con una tasa de salida promedio del 21 %. Este resultado devela que, en términos generales, ha habido un incremento en el número total de empresas que compiten en el mercado de exportación de café.

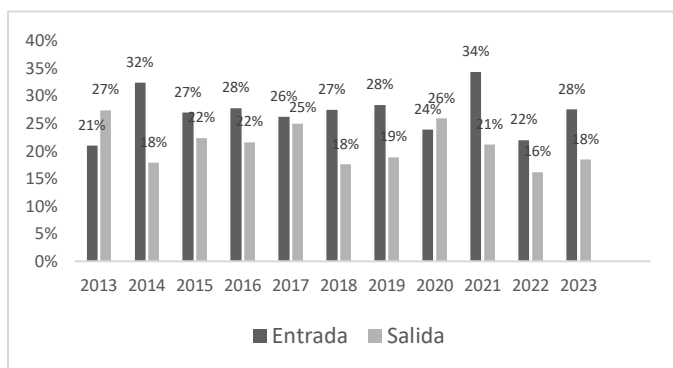


FIGURA I
EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ EN EL PERÚ QUE INGRESAN Y SALEN DEL MERCADO (PORCENTAJE).

4.3 Análisis de Supervivencia de Exportadoras de Café peruano

En la figura 2 se muestra la evolución del factor de supervivencia de las empresas exportadoras de café en el Perú, del periodo 2012-2023.

Se observa que, el 77 % de las empresas ha sobrevivido a la actividad exportadora de café peruano por 2 años. El 65% por 3 años manteniendo una tendencia decreciente mientras más años se acumulan de supervivencia, en la recta final se puede decir que solo el 19% de empresas de las que actualmente se encuentran en actividad han sobrevivido de 12 años a más. En promedio, la tasa de supervivencia de las empresas dedicadas a este rubro en general es de 5.30 años.

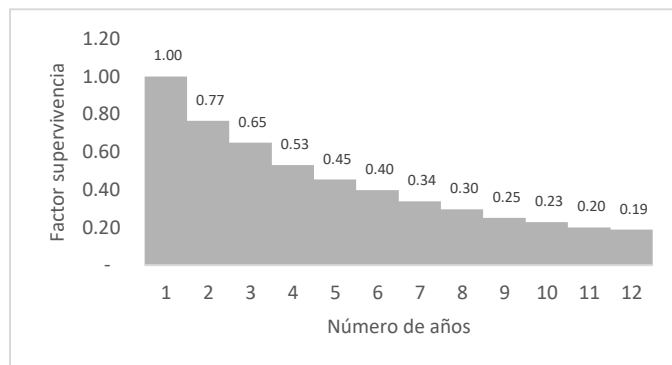


FIGURA II
FACTOR DE SUPERVIVENCIA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ EN EL PERÚ.

En la figura 3, se observa el factor de supervivencia de las empresas exportadoras de café peruano, clasificadas por tamaño. En específico, se muestra el factor de supervivencia de las grandes empresas, las cuales son aquellas que han realizado exportaciones con valores mayores a US\$10 millones[66].

En términos generales, las grandes empresas son las que tienen mayor tasa de supervivencia dentro del mercado. Se observa que un 100% sobreviven 5 años. Sin embargo, mueren o desaparecen el 6% a partir de los 6 años. Asimismo, el 18% a partir del noveno año. Y finalmente, el 24 % no sobrevive 12 años o más según el periodo en estudio. En promedio estas empresas sobreviven 11.06 años

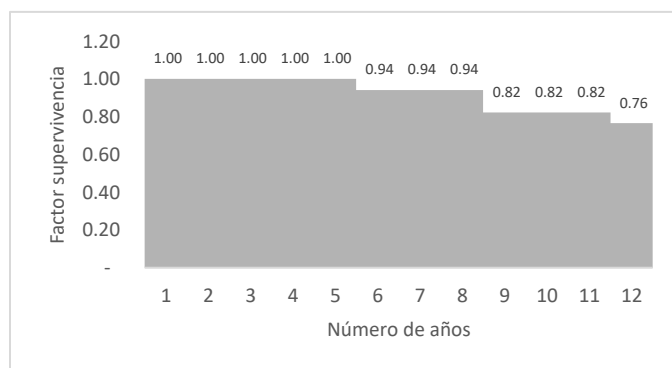


FIGURA III
FACTOR DE SUPERVIVENCIA DE LAS GRANDES EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ EN EL PERÚ.

La figura 4 muestra el factor de supervivencia de las medianas empresas, las mismas que son consideradas como tal por ventas mayores a US\$1 millón, pero menores a US\$10 millones[66]. Estas empresas tienen un factor de supervivencia en constante descenso, la cual el 95% ha sobrevivido por 2 años en el mercado, 60% por 6 años y solo el 22% ha sobrevivido 12 años o más. En promedio las pequeñas empresas sobreviven 6.96 años.

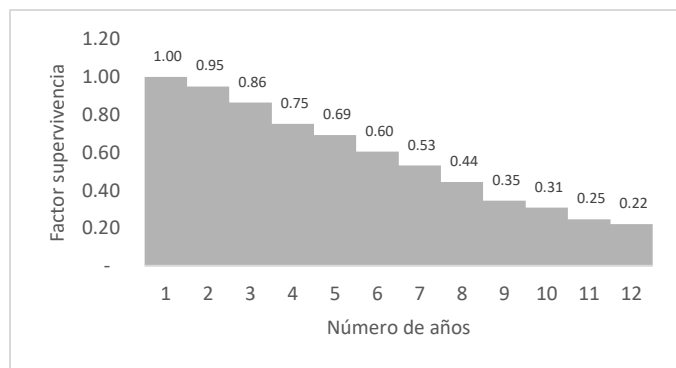


FIGURA IV
FACTOR DE SUPERVIVENCIA DE LAS MEDIANAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ EN EL PERÚ.

La figura 5 muestra el factor de supervivencia de las pequeñas empresas, las mismas que son consideradas como tal por ventas mayores a US\$100 mil, pero menores a US\$1 millón[66]. Estas empresas muestran un descenso aun mayor en relación a las medianas empresas, determinando que solo un 15% de las empresas exportadoras de café ha sobrevivido de 11 años a más en el mercado. En general las pequeñas empresas exportadoras de café sobreviven 4.70 años.

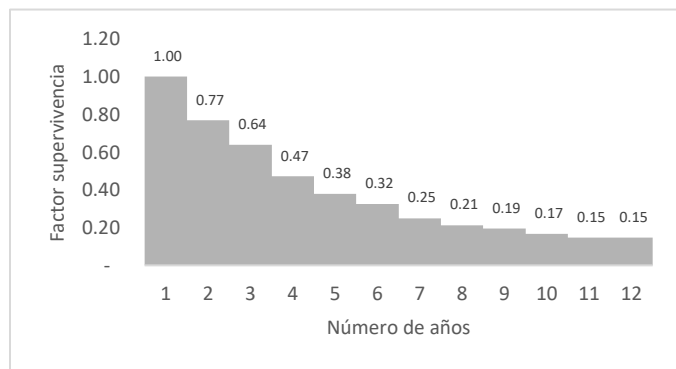


FIGURA V
FACTOR DE SUPERVIVENCIA DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ EN EL PERÚ.

La figura 6 nos permite observar la tasa de supervivencia de las micro empresas. Estas son consideradas como tal por ventas menores a US\$100 mil[66], de las cuales el 16 % ha sobrevivido por 2 años en el mercado y solo el 4 % ha sobrevivido de 7 años o más. En promedio la tasa de supervivencia de estas empresas es de 2.17 años.

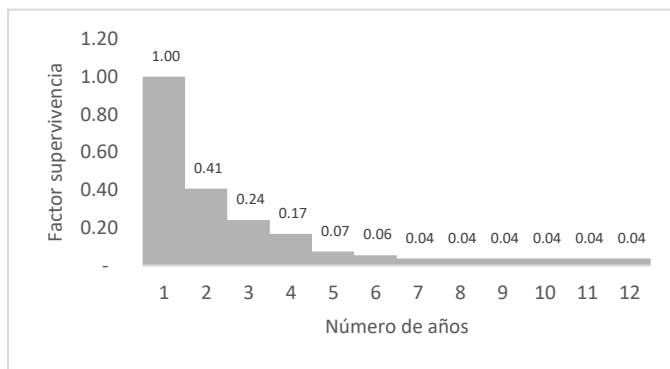


FIGURA VI
FACTOR DE SUPERVIVENCIA DE LAS MICRO EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ EN EL PERÚ

V. DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación muestran que las exportaciones de café peruano han experimentado fluctuaciones significativas a lo largo del período 2012-2023. En términos generales, se observa un aumento del valor FOB, aunque con algunas caídas pronunciadas en 2013, 2020 y 2023; lo que revela cambios y volatilidad en el mercado internacional, independientemente al impacto producido por el COVID-19. Dicho fenómeno se encuentra relacionado en mayor proporción a los factores de la oferta, como una cadena de valor en descenso, lo cual coincide con lo mencionado en el reporte de la Organización Internacional del Café (OIC) elaborado por Hernández y otros[67].

El cambio en los patrones de consumo de café en el mercado internacional se debe a que los clientes están optando por cafés de alta calidad, y nuevas formas y escenarios de adquisición, dejando de lado en muchas oportunidades las cafeterías, al preferir su preparación en casa [68]. Además, el incremento constante de las importaciones de los mercados asiáticos[69] está impulsando cambios en las estrategias de las empresas exportadoras de café peruano, lo que se refleja en una tasa de entrada de empresas con nuevas perspectivas y oportunidades en estos tiempos de alta volatilidad comercial, así como en la salida de empresas que no pudieron adaptarse al cambio.

El uso del indicador de Kaplan-Meier, tal como se aplica en estudios de otras industrias[33][38][59], permite determinar que, en general, las empresas sobreviven un promedio de 5.93 años. No obstante, las grandes empresas presentan una mayor tasa de supervivencia equivalente a 11.06 años, seguida de las medianas con 6.96 años, las pequeñas con 4.70 años y las micro empresas con 2.17. Al caracterizarse el Perú por tener una economía donde predominan las Micro y pequeñas empresas (MYPES), sobre todo en el sector agrícola, estas deben adoptar estrategias vinculadas a la asociatividad, las cuales coadyuven a su supervivencia, en concordancia con Gan Long y demás autores[70]. Además, esta observación subraya la necesidad de

un enfoque más holístico en la gestión y planeación estratégica, abordando aspectos de liderazgo, cultura organizacional y responsabilidad social corporativa [53].

En el contexto más amplio del comercio internacional, y su impacto en la supervivencia de las empresas, es evidente que la globalización económica y los desarrollos tecnológicos presentan tanto oportunidades como desafíos para las empresas exportadoras [9]. Por ello, estas deben apostar por la digitalización, la sostenibilidad y los retos medioambientales, lo cual requiere una adaptación constante a las cambiantes condiciones del mercado y a las nuevas expectativas de los consumidores [14]. Asimismo, la pandemia COVID-19 ha añadido una capa de incertidumbre, forzando a las empresas a replantear sus cadenas de suministro y estrategias de negocio para mantenerse resilientes frente a las perturbaciones económicas globales [17].

VI. CONCLUSIONES

Las exportaciones de café muestran una tendencia variable, con notables incrementos y disminuciones. La sensibilidad a los cambios en la bolsa de valores y otros factores externos destaca la necesidad de estrategias adaptativas en el sector.

A pesar de ciertas fluctuaciones, el número total de empresas exportadoras ha crecido, demostrando robustez y adaptabilidad del mercado. El descenso temporal en 2020, seguido por una rápida recuperación en 2021, sugiere una capacidad de recuperación del sector.

Las tasas de ingreso y salida de empresas muestran dinamismo en el mercado. A pesar de algunas fluctuaciones anuales, la tasa de ingreso ha superado consistentemente a la tasa de salida, indicando un aumento neto en el número de empresas activas.

La tasa de supervivencia revela que, en promedio, las empresas exportadoras de café en Perú tienen una vida útil de aproximadamente 5.30 años. Las grandes empresas tienen tasas de supervivencia superiores a las medianas y pequeñas, destacando la importancia del tamaño en la durabilidad empresarial.

VII. RECOMENDACIONES

Las empresas deben considerar estrategias flexibles y adaptativas para hacer frente a las fluctuaciones del mercado y los cambios en los precios internacionales del café. Deben incluir estrategias como la renovación de su propuesta de valor y modelo de negocio de manera anticipada al promedio de años de supervivencia en relación a su tamaño. Actualmente deben incluir propuestas orientadas hacia la conservación del medio ambiente correlacionada con un enfoque de economía circular. Asimismo, los criterios de inocuidad y calidad deben ser demostradas no solo con buenas prácticas, sino también con ensayos y análisis que certifiquen este hecho.

La continuidad en el crecimiento del número de empresas exportadoras es positiva. Si embargo es necesario fomentar el crecimiento y sostenibilidad de las empresas que ya se encuentran en el mercado, a través de programas promoción de exportaciones, misiones comerciales, participación en ferias internacionales, ruedas de negocio, entrenamiento y mejoramiento de capacidades para la internacionalización, además de un respaldo financiero por parte del gobierno que les permitan obtener financiamiento a tasas más atractivas. Para las empresas nuevas o que recién se encuentran en exploración del mercado el estado debe promover una serie de incentivos tributarios, pero sobre todo flexibilizar y agilizar los trámites relacionados a la distribución física internacional.

Las empresas deben estar atentas a factores externos que influyen en las exportaciones de café, como los cambios en la bolsa de valores. Estrategias que consideren estos factores pueden ayudar a mitigar riesgos.

Dado que las pequeñas y micro empresas tienen tasas de supervivencia inferiores, programas de apoyo específicos podrían fortalecer su resiliencia y contribuir a la estabilidad del sector a largo plazo como por ejemplo se debe ampliar el presupuesto y el alcance del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)

Al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), se debe ampliar, mejorar y renovar los programas de financiamiento del sector agroexportador, como el Programa de Compensaciones a la Competitividad (AGROIDEAS) y el Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA). Enfocados en que las empresas, puedan fortalecer sus capacidades, adquirir tecnología, y pueda gestionar sus propios procesos de investigación e innovación.

REFERENCES

- [1] K. Dharni y R. Rathore, "Status and Trends of Production and Exports of Hive Products from India", *Indian J Econ Dev*, vol. 19, núm. 1, pp. 209–215, 2023, doi: 10.35716/IJED/22506.
- [2] N. G. Lipatova, A. R. Gladkov, y E. V. Zhrebenev, *MODERN TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF RUSSIA'S EXPORT TO CHINA*, vol. 2023. 2023.
- [3] A. Carbone y R. Henke, "Recent trends in agri-food Made in Italy exports", *Agricultural and Food Economics*, vol. 11, núm. 1, 2023, doi: 10.1186/s40100-023-00274-7.
- [4] E. Karakostas, "The Effects of Currency Protectionism on the Exports of the Trade Partners-A Composite Index", *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, vol. 11, núm. 1, pp. 23–34, 2021, doi: 10.33094/8.2017.2021.111.23.34.
- [5] W. Tian y Y. Hei, "Trade Protectionism and Export Adjustment on the Extensive Margin: An Analysis Based on the China–U.S. Trade War", *Asian Economic Papers*, vol. 22, núm. 1, pp. 11–32, 2023, doi: 10.1162/asep_a_00859.
- [6] H. Nguyen, T. P. Thanh, H.-C. Moon, y B. Do, "New Trade Protectionism Response to COVID-19: An Investigation on Firm Export Performance in an Emerging Country", *Journal of Global Business and Trade*, vol. 19, núm. 3, pp. 91–99, 2023, doi: 10.20294/jgbt.2023.19.3.91.
- [7] E. Purwaningsih, Muslikh, Suhaeri, y Basrowi, "Utilizing blockchain technology in enhancing supply chain efficiency and export

- performance, and its implications on the financial performance of SMEs”, *Uncertain Supply Chain Management*, vol. 12, núm. 1, pp. 449–460, 2024, doi: 10.5267/j.uscm.2023.9.007.
- [8] S. Neethirajan, “Artificial Intelligence and Sensor Technologies in Dairy Livestock Export: Charting a Digital Transformation”, *Sensors*, vol. 23, núm. 16, 2023, doi: 10.3390/s23167045.
- [9] F. Khodadad Kashi, S. Shahhoseini, N. Mirzababazadeh, y S. Jani, “The Impact of Learning on Technology Content of Iran’s Industrial Export”, *Iranian Economic Review*, vol. 27, núm. 3, pp. 709–735, 2023, doi: 10.22059/ier.2023.323510.1007150.
- [10] P. Trapeczyński y A. Kawa, “Firm capabilities, use of Internet technologies and export performance: an empirical study of Polish exporters”, *Journal of Organizational Change Management*, vol. 36, núm. 5, pp. 681–702, 2023, doi: 10.1108/JOCM-11-2022-0322.
- [11] V. Q. Trinh, A. T. Q. Nguyen, y X. V. Vo, “Export quality upgrading and environmental sustainability: Evidence from the East Asia and Pacific Region”, *Res Int Bus Finance*, vol. 60, 2022, doi: 10.1016/j.ribaf.2022.101632.
- [12] A. Sokhanvar y K. Sohag, “What does the clean energy transition look like for Russian oil exports?”, *Energy Sci Eng*, vol. 10, núm. 12, pp. 4512–4519, 2022, doi: 10.1002/ese3.1286.
- [13] A. A. M. Yahia, Z. Li, E. M. Ebaidalla, y J. He, “EXPLORING THE IMPACT OF EXPORTS ON CLEAN ENERGY CONSUMPTION IN CHINA: AN EMPIRICAL STUDY”, *Asian Development Policy Review*, vol. 9, núm. 1, pp. 44–56, 2021, doi: 10.18488/journal.107.2021.91.44.56.
- [14] A. Fabrizi, G. Guarini, y V. Melicani, “The impact of environmental research networks on green exports: An analysis of a sample of European countries”, *Structural Change and Economic Dynamics*, vol. 69, pp. 143–154, 2024, doi: 10.1016/j.strueco.2023.11.017.
- [15] H. Haini, S. Borhanudin, y P. W. Loon, “Digitalisation, Exports, Government Support and Firms’ Finances during the COVID-19 Pandemic: Evidence from Central and Eastern Europe*”, *Economic Papers*, vol. 42, núm. 4, pp. 408–418, 2023, doi: 10.1111/1759-3441.12401.
- [16] S. Köymen-Özer y D. Maggioni, “Navigating the Storm: The Impact of Covid-19 on Turkish Exports”, *Italian Economic Journal*, vol. 9, núm. 3, pp. 943–966, 2023, doi: 10.1007/s40797-023-00249-z.
- [17] N. Čučković y V. Vučković, “COVID-19 and Global Value Chains Participation: Export Performance of Croatian Firms”, *South East European Journal of Economics and Business*, vol. 18, núm. 1, pp. 58–70, 2023, doi: 10.2478/jeb-2023-0005.
- [18] A. Frohmann, N. Mulder, y X. Olmos, “Promoción de la innovación exportadora”, 2018.
- [19] D. R. Bakaloudi *et al.*, “The Impact of Lockdowns on Caffeine Consumption: A Systematic Review of the Evidence”, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 19, núm. 9, MDPI, el 1 de mayo de 2022. doi: 10.3390/ijerph19095255.
- [20] A. Pantaleón, R. Azañero, Y. Chávayry, G. Alvares, J. Montes, y A. Pantaleón, *Dinamismo Exportador del Perú: Una Década de Ensueño 2012 – 2021*. 2022. [En línea]. Disponible en: <https://a.co/d/fASHo0T>
- [21] N. Yoshida, “Local institutions and global value chains: Development and challenges of shrimp aquaculture export industry in Vietnam”, *J Agribus Dev Emerg Econ*, vol. 7, núm. 3, pp. 318–338, 2017, doi: 10.1108/JADEE-06-2016-0043.
- [22] R. Nayan, “Integrating India with the global export controls system: Challenges ahead”, *Strategic Analysis*, vol. 35, núm. 3, pp. 439–451, 2011, doi: 10.1080/09700161.2011.559984.
- [23] S. Aziz, M. A. K. Niazi, U. Ghani, S. Kiran, y M. Noor, “Effect of trade barriers on export performance during COVID-19 pandemic: a comparative study among South Asian textile industries | Influența barierelor comerciale asupra performanței exporturilor în timpul pandemiei de COVID-19: un studiu comparativ într”, *Industria Textila*, vol. 74, núm. 2, pp. 192–202, 2023, doi: 10.35530/IT.074.02.2021110.
- [24] S. Sardak, S. Radziyevska, y I. Us, “Ukraine’s exports as a global challenge for its future”, en *CEUR Workshop Proceedings*, 2019, pp. 84–99.
- [25] Z. Mukherjee y N. Sohrabji, “Environmental Regulation and Export Performance: Evidence from the USA”, *East Econ J*, vol. 48, núm. 2, pp. 198–225, 2022, doi: 10.1057/s41302-022-00215-0.
- [26] C. Económico Comercial Diana Pita, “2020 Seminarios Virtuales Especializados OCEX Mercado de café especial en China”, Beijing, 2020. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosPresentaciones/asia-y-oceania/el-mercado-de-cafes-especiales-en-china.pdf>
- [27] L. Ling-ye y G. Ogunmokun, *Determinants of Export Performance: Research Evidence from Mainland China*. 2015. doi: 10.1007/978-3-319-17356-6_52.
- [28] M. Mataveli, J. C. Ayala, A. J. Gil, y J. L. Roldán, “An analysis of export barriers for firms in Brazil”, *European Research on Management and Business Economics*, vol. 28, núm. 3, 2022, doi: 10.1016/j.iiedeen.2022.100200.
- [29] B. Tošić, I. Mijatović, y N. Živković, *Internationalization and Sustainable Development: Export Market Strategies of Enterprises from Serbia and Germany*, vol. 562 LNNS. 2023. doi: 10.1007/978-3-031-18645-5_40.
- [30] A. Holgado y A. Romero, “Impacto de los shocks de mercado en la volatilidad de los precios de exportación de cacao en Perú: 1994–2021”, 2022, Consultado: el 9 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12557/4977>
- [31] Jose. Montes *et al.*, “Diversification of Peruvian Ginger exports 2012–2021 | Diversificación de las exportaciones peruanas de Jengibre 2012–2021”, en *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology*, 2023.
- [32] G.-P. J. Humberto y C.-V. Neicer, “Management for the Supply Chain to Increase the Export of Grapes - Perú | Gestión para la Cadena de Suministros para el Aumento de la Exportación de Uvas - Perú 2021”, en *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology*, 2023.
- [33] H. Angulo y C. Corrales, “Valuation of Rules and Certificates of Origin for the SME Export Process from Peru”, *WSEAS Transactions on Business and Economics*, vol. 20, pp. 2224–2239, 2023, doi: 10.37394/23207.2023.20.192.
- [34] K. M. Thomé, V. A. L. Paiva, y T. C. Gois, “Wine international market structure and competitiveness”, *International Journal of Wine Business Research*, vol. 35, núm. 4, pp. 561–579, 2023, doi: 10.1108/IJWBR-06-2022-0019.
- [35] T. C. Gois, K. M. Thomé, y J. M. Balogh, “Behind a cup of coffee: international market structure and competitiveness”, *Competitiveness Review*, vol. 33, núm. 5, pp. 993–1009, 2023, doi: 10.1108/CR-10-2021-0141.
- [36] K. Malec *et al.*, “Energy Logistic Regression and Survival Model: Case Study of Russian Exports”, *Int J Environ Res Public Health*, vol. 20, núm. 1, 2023, doi: 10.3390/ijerph20010885.
- [37] N. Othman, M. S. Tahir, y L. Joremi, “On the duration of trade competitiveness: the case of the Malaysian palm-based oleochemical industry”, *Heliyon*, vol. 8, núm. 11, 2022, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e11903.
- [38] P. Rodríguez-Gutiérrez, M. D. Guerrero-Baena, y M. Luque-Vílchez, “Survival in the agri-food industry: internationalisation and manager gender in Spanish SMEs”, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 44, núm. 4, pp. 359–385, 2021, doi: 10.1504/IJESB.2021.119729.
- [39] A. Idris, N. W. Ismail, S. F. Ahmad Sidique, y S. R. Kaliappan, “The export survival of Malaysia’s processed food”, *International Journal of Economics and Management*, vol. 14, núm. 2, pp. 291–300, 2020.
- [40] A. Pantaleón, I. Medina, y J. Montes, “Estimador de Kaplan Meier en la supervivencia de las empresas exportadoras de palta (Persea americana) en el Perú, 2012–2020”, *Hacer UCV*, vol. 10, núm. 3, pp. 27–32, 2021. [En línea]. Disponible en: <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/UCV-HACER/article/view/2811/2248>
- [41] A. Chursin y Y. Makarov, *Management of competitiveness: Theory and practice*. 2015. doi: 10.1007/978-3-319-16244-7.
- [42] “Strategic sustainability: Utilizing market-orientated environmental sustainability to promote competitive advantage”, *Strategic*

- Direction*, vol. 39, núm. 5, pp. 3–4, 2023, doi: 10.1108/SD-03-2023-0045.
- [43] M. H. Uddin, M. R. Razzak, y A. A. Rahman, “Sustainable supply chain management practices, dynamic capabilities and competitive advantage: Evidence from Bangladesh ready-made garments industry”, *Business Strategy and Development*, vol. 6, núm. 2, pp. 176–188, 2023, doi: 10.1002/bsd.2.232.
- [44] D. Miocevic, I. Gnizy, y J. W. Cadogan, “When does export customer responsiveness strategy contribute to export market competitive advantage?”, *International Marketing Review*, vol. 40, núm. 3, pp. 497–527, 2023, doi: 10.1108/IMR-02-2022-0043.
- [45] J. Bakit, A. Hurtado, R. Márquez, y S. Villasante, “Navigating transformations from artisanal fishers to entrepreneurial scallop farmers in Chile”, *Front Mar Sci*, vol. 10, 2023, doi: 10.3389/fmars.2023.1128527.
- [46] O. Arevalo, M. Parra, J. García-Tirado, J. Ramírez, M. Ballestas, y C. Rondón Rodríguez, *Dynamic Adaptive Capacity of Metalworking Companies in Barranquilla - Colombia: Analysis from the Export Process in the 4.0 Era*, vol. 14164 LNCS. 2023. doi: 10.1007/978-3-031-42823-4_10.
- [47] A. Navarro-García, P. Ledesma-Chaves, E. Gil-Cordero, y M. D. De-Juan-Vigaray, “Intangible resources, static and dynamic capabilities and perceived competitive advantage in exporting firms. A PLS-SEM/fsQCA approach”, *Technol Forecast Soc Change*, vol. 198, 2024, doi: 10.1016/j.techfore.2023.123001.
- [48] C. Cai y N. Li, “The threshold effect of export sophistication on natural resources-trade diversification nexus”, *Resources Policy*, vol. 86, 2023, doi: 10.1016/j.resourpol.2023.104316.
- [49] H. Khan, “Composite collaboration and the differentiation strategies adopted by emerging market firms in advanced markets during the COVID-19 pandemic”, *International Marketing Review*, vol. 40, núm. 5, pp. 1035–1053, 2023, doi: 10.1108/IMR-11-2021-0328.
- [50] X. Bekteshi y S. Alshiqi, “Marketing Strategy as Driving Force of Export Performance Small and Medium Enterprises-Case of Kosova”, *Journal of Information and Organizational Sciences*, vol. 47, núm. 2, pp. 271–281, 2023, doi: 10.31341/jios.47.2.2.
- [51] D. A. Adipathy, M. Djayasinga, y N. Aida, “Influence of innovation and exports on economic growth in ASEAN”, en *AIP Conference Proceedings*, 2023. doi: 10.1063/5.0142477.
- [52] K. G. Huang, N. Jia, y Y. Ge, “Forced to innovate? Consequences of United States’ anti-dumping sanctions on innovations of Chinese exporters”, *Res Policy*, vol. 53, núm. 1, 2024, doi: 10.1016/j.respol.2023.104899.
- [53] Z. Liu, X. Xu, Y. Cheng, y X. Xie, “Geopolitical risk of oil export and import countries and oil futures volatility: Evidence from dynamic model average methods”, *Financ Res Lett*, vol. 54, 2023, doi: 10.1016/j.frl.2023.103796.
- [54] N. C. Leitão, “The Impact of Geopolitical Risk on Portuguese Exports”, *Economies*, vol. 11, núm. 12, 2023, doi: 10.3390/economies11120291.
- [55] “Export planning and performance: An organizational culture perspective on small firms”, *New England Journal of Entrepreneurship*, vol. 4, núm. 1, pp. 31–39, 2001, doi: 10.1108/NEJE-04-01-2001-B004.
- [56] B. Dosoglu-Guner, “Organizational culture as a discriminating variable of export activities: Some preliminary findings”, *International Journal of Commerce and Management*, vol. 17, núm. 4, pp. 270–283, 2008, doi: 10.1108/10569210710844354.
- [57] A. H. H. Pérez y Y. C. Cáceres, “Business and Sustainability with a Social and Environmental Approach | NEGOCIOS Y SOSTENIBILIDAD CON ENFOQUE SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL”, *Human Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, vol. 19, núm. 3, 2023, doi: 10.37467/revhuman.v19.4921.
- [58] M. B. Peralta Mocha, R. L. Guzmán Arias, y M. D. R. Verdezoto Reinoso, “Corporate Social Responsibility in banana in Ecuador: economic, social and legal perspectives | Responsabilidad Social en empresas bananeras en Ecuador: perspectivas económicas, sociales y jurídicas”, *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 27, núm. 99, pp. 1095–1114, 2022, doi: 10.52080/rvgluz.27.99.15.
- [59] B. Bojang y A. Gibba, “The global competitiveness of West African cashew exporters”, *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, vol. 27, núm. 6, pp. 1084–1092, 2021.
- [60] M. Dai, H. Liu, y L. Lin, “How innovation impacts firms’ export survival: Does export mode matter?”, *World Economy*, vol. 43, núm. 1, pp. 81–113, 2020, doi: 10.1111/twec.12847.
- [61] Jose. Montes, Alberto. Pantaleon, y Iván. Oblitas, “Dinámica comercial de las exportaciones peruanas de café a la Unión Europea 2017-2021”, *Revista Alfa*, vol. 7, núm. 19, pp. 175–183, abr. 2023, doi: 10.33996/revistaalfa.v7i19.207.
- [62] A. Pantaleón, I. Medina, y J. Montes, “Comportamiento de la producción e importación de arroz en el Perú 2016-2020”, *TZHOECOEN*, vol. 13, núm. 2, pp. 76–83, nov. 2021, doi: 10.26495/tzh.v13i2.2001.
- [63] K. V. Carrasco Montoya, F. D. Heredia Llatas, J. C. Montes Ninaquispe, A. L. Pantaleón Santa María, y M. D. P. Pintado Damián, “Supervivencia de las empresas agroexportadoras del departamento de Lambayeque-Perú, 2013-2022”, en *Proceedings of the 3rd LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2023): “Igniting the Spark of Innovation: Emerging Trends, Disruptive Technologies, and Innovative Models for Business Success”*, Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions, 2023. doi: 10.18687/LEIRD2023.1.1.202.
- [64] Jose. Montes, Alberto. Pantaleón, Jenner. Espinoza, Fernando. Suarez, y Aarón. Oré, “Dinámica de las exportaciones del banano orgánico del Perú 2011-2021”, *ALFA. Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinarias*, vol. 7, núm. 20, pp. 325–335, 2023, doi: <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v7i20.218>.
- [65] Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, “REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE ADUANAS”. Consultado: el 29 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/normasociada/gja-00.04.htm>
- [66] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, “PENX - Plan Estratégico Nacional Exportador”, Perú, dic. 2015. Consultado: el 1 de mayo de 2024. [En línea]. Disponible en: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf?v=1581634885
- [67] M. Hernandez, R. Pandolph, C. Sãnger, y R. Vos, “PRECIOS VOLÁTILES DEL CAFÉ: COVID-19 Y FACTORES FUNDAMENTALES DEL MERCADO”, may 2020. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <http://www.ico.org/documents/cy2019-20/coffee-break-series-2c.pdf>
- [68] Tchibo GmbH, “Kaffeereport - 2023”, 2023. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://www.tchibo.de/newmedia/document/a92cb14976dd526b/fact-sheet-kaffeereport-2023.pdf>
- [69] K. Y. Méndez Barrera, “Investigación de mercados emergentes para la exportación de café Tolimense”, Universidad Antonio Nariño, Ibagué, 2022. Consultado: el 24 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/6654>
- [70] J. L. Gan Long y L. M. Leandro Aliaga, “Influencia de la estrategia de asociatividad en la supervivencia empresarial de las Mipyme del sector agrario del Perú, 2019”. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), 2021. [En línea]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10757/655080>