



Universidad Femenina del Sagrado Corazón

Facultad de Gestión Empresarial

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

GESTIÓN DE LA MARCA PAÍS Y SU INFLUENCIA EN LA
EXPORTACIÓN DEL CAFÉ DE VILLA RICA AL MERCADO DE
CANADÁ, 2022

Tesis presentada por:

Yessica Margarita Avila Suárez
Edith Julisa Paco Avellaneda

Para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de
Negocios Internacionales

Asesor:

Mg. Luis Ricardo Salazar Quea
Código ORCID: 0000-0003-0169-9565

Lima – Perú

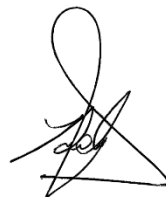
2022

Los miembros del jurado han aprobado el estilo y el contenido de la tesis sustentada por:

YESSICA MARGARITA ÁVILA SUAREZ

EDITH JULISA PACO AVELLANEDA

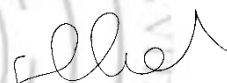
Luis Ricardo Salazar Quea
Miembro del Jurado - Asesor



Dr. Juan Manuel Fernández Chavesta
Miembro del Jurado - Presiente



Mg. Santos Davil Vargas Guillén
Miembro del Jurado



Dr. Juan Manuel Fernández Chavesta
Decano de la Facultad de
Gestión Empresarial

RESUMEN

La presente tesis se elaboró con el objetivo de determinar de qué manera una gestión de marca país influye en la exportación café de Villa Rica al mercado de Canadá, 2022.

Como parte de la investigación se define un escenario complejo para el productor de café de la Asociación de Villa Rica, por su condición de commodities, asimismo se describe la gestión de marca país que influye en la exportación del café con la necesidad de crear valor al producto para lograr mejores márgenes y resultados.

El diseño de investigación utilizado fue no experimental, transversal – correlacional ya que se analizaron las variables para lograr el objetivo planteado.

Por otra parte, se utilizó como técnica la encuesta censal y se aplicó como instrumento el cuestionario a una población que estuvo conformada por 30 miembros de las asociaciones cafetaleras de Villa Rica.

Se llegó la conclusión que la gestión de marca país es significativa para el incremento de la exportación de café de Villa Rica y útil para aperturas en mercados internacionales. Asimismo, los resultados han permitido identificar la necesidad de un trabajo conjunto como asociaciones de Villa Rica y el gobierno de promoción; en capacitaciones en Marca país y mejoras en las exportaciones.

Palabras claves: gestión de la marca país, exportación, asociaciones y café.

ABSTRACT

This thesis was developed with the objective of determining how a country brand management influences the export of coffee from Villa Rica to the Canadian market, 2022.

As part of the investigation, a complex scenario is defined for the coffee producer of the Villa Rica Association, due to its condition as commodities, as well as the management of the country brand that influences the export of coffee with the need to create value to the product to achieve better margins and results.

The research design used was non-experimental, transversal - correlational since the variables are analyzed to achieve the stated objective.

On the other hand, the census survey was used as a technique and the questionnaire was applied as an instrument to a population that was made up of 30 members of the coffee associations of Villa Rica.

It was concluded that the management of the country brand is significant for the increase in the export of coffee from Villa Rica and useful for openings in international markets. Likewise, the results have made it possible to identify the need for joint work as associations of Villa Rica and the promotion government, in country brand training and improvements in exports.

Keywords: country brand management, export, associations and coffee.