



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
TURISMO**

TESIS

**“ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS RUEDAS DE NEGOCIOS DE
LA EXPOAMAZÓNICA PERIODO 2014 – 2018”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

PRESENTADO POR:

MAGNOLIA DE JESUS OYARCE VELA

ASESOR:

Econ. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N° 016-CCGVT-FACEN-UNAP-2020

En la ciudad de Iquitos, a los **20** días del mes de **noviembre** del año 2020, a horas: **10:00 a.m.** se dio inicio haciendo uso de la **plataforma Zoom** la sustentación pública de la Tesis titulada: **“ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS RUEDAS DE NEGOCIOS DE LA EXPOAMAZONICA PERIODO 2014 - 2018”**, autorizado mediante **Resolución Decanal N°1060-2020-FACEN-UNAP** presentado por la Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo **MAGNOLIA DE JESÚS OYARCE VELA**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

LIC. ADM. JORGE LUIS MERA RAMÍREZ, Mg.	(Presidente)
LIC. NIT. RILKE CHONG VELA, Mg.	(Miembro)
LIC. NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg.	(Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron Respondidas Satisfactoriamente.

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido **Aprobada** con la calificación Muy Buena (18).

Estando la Bachiller apta para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las 11:20 A.M. del **20** de **noviembre** del 2020, se dio por concluido el acto académico.

LIC. ADM. JORGE LUIS MERA RAMÍREZ, Mg.
Presidente

LIC. NIT. RILKE CHONG VELA, Mg.
Miembro

LIC. NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg.
Miembro

Econ. FREDDY MARTIN PINEDO MANZUR, Dr.
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiguitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiguitos.edu.pe
Teléfonos: 065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



JURADO Y ASESOR



LIC. ADM. JORGE LUIS MERA RAMÍREZ, Mg.
Presidente
CLAD N° 01950



LIC. NIT. RILKE CHONG VELA, Mg.
Miembro
CLAD N° 22275



LIC. NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg.
Miembro
CLAD N° 26395



ECON. FREDDY MARTIN PINEDO MANZUR, Dr.
Asesor
CELOR N° 61

RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

Resultado del análisis

Archivo: Tesis Magnolia de Jesús Oyarce Vela.doc

Estadísticas

Sospechosas en Internet: 15,45%

Porcentaje del texto con expresiones en internet Δ

Sospechas confirmadas: 4,86%

Confirmada existencia de los tramos en las direcciones encontradas Δ

Texto analizado: 85,64%

Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizan las frases cortas, caracteres especiales, texto rolo)

Éxito del análisis: 100%

Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.

Direcciones más relevantes encontradas:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Semejanza
https://www.buenastareas.com/materias/porque-es-importante-relacionar-el-ciclo-de-vida-del-costo-con-el-ciclo-de-vida-de-un-producto/0	25	4,34 %
https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2018/Octubre-2018/Resultados-de-la-rueda-de-negocios-de-servicios-creativos-de-Cartagena-2019	13	1,56 %
https://pascualbernal.wordpress.com/las-ruedas-de-negocios-encuentros-profesionales-de-empresas	8	8,4 %
http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2018/Octubre-2018/Resultados-de-la-rueda-de-negocios-de-servicios-creativos-de-Cartagena-2019	8	1,56 %
http://es.scribd.com/document/363649385/Triptico-de-Loreto-Ucayali-y-Madre-de-Dios	7	1,87 %
http://www.libreempresa.com.bo/evento/20190430/la-rueda-de-negocios-de-la-fic-2019-espera-batir-record	8	3,08 %

Texto analizado:

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO

TESIS

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS RUEDAS
DE NEGOCIOS DE LA EXPOAMAZÓNICA,
PERIODO 2014 - 2019

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO

PRESENTADO POR:

MAGNOLIA DE JESÚS OYARCE VELA

ASESOR:

Econ. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, Dr.

IQUITOS, PERU

2020

JURADO

...
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

....
Econ. Freddy Martín Pinedo Manzur, Dr.
Asesor

DEDICATORIA

“Dicen que la mejor herencia que nos pueden dejar los padres son los estudios”.

A mi familia, especialmente a mi mamá Carmen Vela Panduro, por haber sido mi apoyo durante toda la carrera.

A mis abuelitos Jorge y Magnolia, a mi hermana Carolina y mis tíos, por todo su amor y apoyo incondicional

Magnolia de Jesús Oyarce Vela

AGRADECIMIENTO

A mi mamá Carmen, por todo su amor comprensión, paciencia y apoyo. No tengo palabras para agradecerle por todo el apoyo que me brindó en las decisiones que he tomado, unas buenas, otras malas y otras alocadas. Gracias por darme la libertad de desenvolverme como persona.

También agradezco a mi papá, a mis abuelitos Jorge y Magnolia, a mi hermana Carolina y a mis tíos, por todo el apoyo incondicional, protección y las enseñanzas recibidas, demostrando siempre que la familia esta primero, y haciendo frente juntos a cualquier adversidad.

A mi Asesor de tesis Dr. Freddy Martín Pinedo Manzur, por haberme guiado y orientado magistralmente en la elaboración de la presente tesis. Así mismo, por todas las enseñanzas y la confianza brindada desde las aulas en la que fue mi profesor.

Magnolia de Jesús Oyarce Vela

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Bases teóricas	5
1.3. Definición de términos básicos	7
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	9
2.1. Formulación de la hipótesis	9
2.2. Variables y su operacionalización	9
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	11
3.1 Tipo y diseño	11
3.2 Diseño muestral	11
3.3 Procedimientos de recolección de datos	12
3.4 Procesamiento y análisis de los datos	12

3.5 Aspectos éticos	13
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	14
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	38
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	42
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	44
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	46
A N E X O S	
1. Estadística complementaria	
2. Instrumento de recolección de datos	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014	14
Tabla 2: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2015	15
Tabla 3: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2016	16
Tabla 4: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2017	17
Tabla 5 : Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2018	18
Tabla 6: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014	19
Tabla 7: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2015	20
Tabla 8: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2016	21
Tabla 9: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2017	22
Tabla 10: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2018	23
Tabla 11: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014	25
Tabla 12: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2015	26
Tabla 13: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2016	27
Tabla 14: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2017	28
Tabla 15: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2018	29

Tabla 16: Resultados de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018	31
Tabla 17: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018	33
Tabla 18: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014 – 2018	35
Tabla 19: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014 – 2018	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014	14
Gráfico 2: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2015	15
Gráfico 3: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2016	16
Gráfico 4: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2017	17
Gráfico 5: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2018	18
Gráfico 6: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014	19
Gráfico 7: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2015	20
Gráfico 8: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2016	21
Gráfico 9: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2017	22
Gráfico 10: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2018	24
Gráfico 11: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014	25
Gráfico 12: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2015	26
Gráfico 13: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2016	27
Gráfico 14: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2017	28
Gráfico 15: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2018	29

Gráfico 16: Resultados de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018	31
Gráfico 17: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018	34
Gráfico 18: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014 – 2018	36
Gráfico 19: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014 - 2018	37

RESUMEN

La Expoamazónica es el evento comercial de mayor importancia que sirve para mostrar la oferta de las regiones amazónicas, conformada por feria, rueda de negocios, foros, eventos culturales, etc. La presente tesis tiene como objetivo determinar los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica en el periodo 2014 – 2018. Es por eso que se llevó a cabo esta investigación de tipo Cuantitativo, nivel Descriptivo y de diseño No Experimental. La tesis concluye que los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica durante el periodo 2014 – 2018, tuvieron un comportamiento variable, siendo de US\$ 7,040,530.00 el primer año, y descendió a US\$ 5,946,500.00 el año 2015, para luego tener un comportamiento creciente y cerrar el año 2018 con US\$ 22,918,000.00. El monto promedio negociado por año fue de US\$ 13,569,546.00 con una tasa anual de crecimiento promedio de 18.44%. El número de compradores y expositores participantes tuvieron una tendencia creciente en términos generales durante todo el periodo en estudio, más no así el número de citas de negocios que fue variable. El sector productivo que tuvo más pedidos fue “Agro y Agroindustria” con US\$ 45,156,080.00 que representa el 66.56% del total, impulsado por la oferta de café convencional en grano, café especial en grano y cacao en grano. La región con mayor monto negociado fue San Martín al haber cerrado pedidos por US\$ 20,760,000.00 que es el 30.60%.

Palabras Clave: Rueda de Negocios, Compradores Internacionales, Expositores, Feria Internacional.

ABSTRACT

The Expoamazónica is the most important commercial event that serves to show the offer of the Amazonian regions, made up of a fair, a business conference, forums, cultural events, etc. The objective of this thesis is to determine the results of the business rounds of the Expoamazónica in the period 2014 - 2018. That is why this research of a Quantitative, Descriptive level and Non-Experimental design was carried out. The thesis concludes that the results of the business rounds of the Expoamazónica during the period 2014 - 2018, had a variable behavior, being from US \$ 7,040,530.00 the first year, falling to US \$ 5,946,500.00 in 2015, to then have an increasing behavior and close the year 2018 with US \$ 22,918,000.00. The average amount traded per year was US \$ 13,569,546.00 with an average annual growth rate of 18.44%. The number of participating buyers and exhibitors had a growing trend in general terms throughout the study period, but not the number of business appointments that was variable. The productive sector that had the most orders was "Agro y Agroindustria" with US \$ 45,156,080.00, which represents 66.56% of the total, driven by the offer of conventional coffee beans, special coffee beans and cocoa beans. The region with the highest amount traded was San Martín, having closed orders for US \$ 20,760,000.00, which is 30.60%.

Keywords: Business Roundtable, International Buyers, Exhibitors, International Fair.

INTRODUCCIÓN

La Expoamazónica fue creada por el Consejo Interregional Amazónico – CIAM con el objetivo de dar a conocer la producción de las regiones amazónicas que la conforman, además de promover la inversión, foro de discusión, así como las expresiones culturales de la amazonía. Tiene una frecuencia anual y es rotativa. La primera versión se realizó el año 2011 teniendo como sede la ciudad de Tarapoto, de la región San Martín, la que ha ido consolidándose año a año alcanzando el estándar de una feria internacional.

Las ruedas de negocios de esta actividad es organizada, financiada y ejecutada por la Comisión de Promoción del Perú Para la Exportación y Turismo – PROMPERÚ, consistente en seleccionar los compradores internacionales de acuerdo a la oferta identificada, así como seleccionar a los expositores que cumplan los requisitos mínimos, la elaboración de agenda de citas, y la evaluación de los montos negociados al final del evento según la metodología pre existente de la institución, levantado información de los compradores y expositores y, luego, cruzándolas.

Se analizan los resultados de las ruedas de negocios obtenidos año a año, así como el número de compradores participantes, número de expositores y las citas de negocios generadas. Posteriormente, se estudia el sector productivo que obtuvo el mayor monto de pedidos, así como los productos de exportación que lo conforman. Luego, se estudia la región que aglutinó el mayor monto negociado y la estructura exportadora que posee, así como la adecuación a las exigencias de las tendencias del mercado.

Luego, se procede a validar la hipótesis general en primer término, y las hipótesis específicas posteriormente, para darse a conocer las Conclusiones a las que arriba la investigación, las que surge como respuesta a los objetivos e hipótesis del estudio. Por último, se dan a conocer las

Recomendaciones que buscan contribuir a resolver el problema de investigación y las Fuentes de Información revisadas.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

En el 2019, Pinedo presentó la tesis “Plan de Comercialización y Exportación de Servicios y Detalles Florales a Estados Unidos Para el Perú”, de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, abarcó una población de 17,280 personas, determinó que es factible exportar flores desde el Perú a Estados Unidos bajo la modalidad de envío postal, donde el comercio electrónico juega un papel fundamental para dar a conocer el producto a los posibles clientes, aprovechando la gran variedad de flores exóticas que tiene el Perú y que son ampliamente demandadas en el exterior. La tesis concluye que la clave para que este tipo de negocios tenga éxito, es el apoyo que viene brindando el gobierno peruano a los empresarios a través de los organismos como PROMPERÚ y MINCETUR; además, con Estados Unidos se tiene un Tratado de Libre Comercio vigente por lo que el producto ingresa libre de aranceles; también, el buen diseño de una página web es elemental para dar a conocer el producto; así como la gestión del recurso humano que labora en la empresa, entre otros. Esta tesis se relaciona con la investigación actual debido a que, en ella, se evalúan los diferentes mecanismos de promoción comercial para dar a conocer los productos al mundo, siendo las ruedas de negocios de la Expoamazónica una de ellas, y que tiene gran eficiencia.

En el 2017, Cordero sustentó la tesis “Ferias Internacionales y la Percepción de las Empresas Participantes”, de tipo cuantitativo, de nivel exploratorio, de diseño no experimental, y que contó con una población de 04 agencias de promoción de exportaciones. La tesis determinó que el apoyo de las agencias de promoción de exportaciones de los diferentes países resulta de vital importancia para el desarrollo exportador; y, asimismo, da a conocer los aspectos que las empresas toman en cuenta para participar en una feria internacional. La tesis concluye que las empresas consideran

favorables su participación en ferias internacionales para promover sus productos; también la consideran como una estrategia de internacionalización, entre otras cosas. Es investigación es recogida como marco teórico de la presente tesis, debido a que en ella se destaca la importancia de las ruedas de negocios llevadas a cabo en el marco de las diferentes ediciones de la Expoamazónica para promover y dar a conocer al mercado la producción local.

En el 2016, Vela ejecutó la tesis denominada “Análisis de la Participación de Empresas de la Macro Región Oriente en Eventos de Promoción Comercial, Periodo 2011 - 2015”, investigación cuantitativa, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, cuya población estuvo conformada por 436 empresas. La tesis determinó que resulta sumamente importante para las empresas productoras, la participación en ferias, ruedas de negocios, misiones comerciales, etc., para poder dar a conocer al mercado la oferta de productos, resultando sumamente importante salir a vender y ofrecer; caso contrario, al no conocer el producto, nadie compra. Para poder ser efectivos en este propósito, existen instituciones que pueden brindarles apoyo, tal es el caso de PROMPERÚ, MINCETUR, Cámara de Comercio, entre otros. El estudio concluye que el número de empresas que participaron en eventos de promoción comercial fueron 947; siendo 418 las que participaron en la Expoamazónica; las Macro Rueda Regional fue el evento en que participaron la gran mayoría ascendiendo a 445. Esta tesis es escogida como marco teórico para la presente investigación, debido a que en ésta se estudia a la participación de las empresas en las ruedas de negocios de la Expoamazónica, en el 2014 - 2018.

En el 2014, Niño presentó el trabajo “Participación en Ferias y Exposiciones Para Incrementar Los Contactos de Negocios”, de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, contó con una población de 53 ferias internacionales. El trabajo determinó que la participación de una empresa en una feria internacional le abre un sin número de posibilidades de hacer negocios, tomar contactos y poder

observar las tendencias del mercado mundial para ir alineando la producción en base a esos requerimientos. Concluye que la participación en ferias otorga ventajas al productor, debido a que le brinda oportunidades de negocios que habitualmente no llegarían a su punto de venta (tienda o taller); asimismo, le permite tomar contacto con un mayor número de posibles clientes ampliando su cartera actual. Este trabajo se relaciona con la presente tesis pues la Expoamazónica brinda todas las oportunidades descritas por el autor, permitiendo ampliar los negocios a las empresas participantes.

1.2. *Bases teóricas*

En el 2009, Kotler presentó la investigación “Diez Principios del Marketing Moderno”, en donde demuestra la importancia de dar a conocer el producto a través de los canales adecuados. Expresa que si un producto no se vende es porque el comprador no sabe que existe; y si sabe que existe, no conoce las bondades del mismo. En tal sentido, se debe agotar todas las vías para que el producto sea conocido y esté vigente en el mercado. Para ello, existen diferentes formas de promocionar el producto. Esta teoría se relaciona con la presente tesis, debido a que las ferias y ruedas de negocios son mecanismos eficientes para que se pueda visualizar el producto en el mercado; pero, además, sirve para conocer de primera mano las exigencias del mercado sobre el producto en cuanto a formas, aromas, presentaciones, colores, etc. Es por ello que resulta de vital importancia participar en este tipo de eventos, pero además se debe complementar con un trabajo eficiente en las redes sociales.

En 1809, Ricardo planteó la “Teoría de la Ventaja Comparativa”, en la que destaca que los países deben especializarse en la producción de aquellos productos que poseen ventajas, y dejar de producir aquellos en los que no tienen. El factor común para poder compararlos era la cantidad de trabajo necesario para producir una unidad de producto. En la actualidad, otro aspecto a tener en cuenta

es la diferenciación de los productos. Si todos venden lo mismo, por qué un comprador comprará a uno y no a los otros, es justamente porque esta diferencia de los demás en algún aspecto. En ese sentido, los productos amazónicos tienen la cualidad de ser exóticos, megadiversos, con sabores y propiedades únicas, razones por las cuales tienen gran demanda en el mercado internacional, y las ferias y ruedas de negocios son instrumentos adecuados para darlos a conocer.

En 1966, Vernon dio a conocer la “Teoría del Ciclo de Vida del Producto”, aplicada al comercio internacional, en la que sostiene que todo producto atraviesa por diferentes fases, etapas o ciclos, tales como: introducción, crecimiento, madurez y declive; y en cada una de ellas las estrategias tienen que ser diferentes. Es por ello que resulta sumamente importante identificar en qué parte del ciclo se encuentra. Normalmente, en la introducción del producto al mercado las ventas son lentas, los canales de distribución no se muestran asequibles a distribuir el nuevo producto, y los márgenes son altos, por lo que la estrategia de introducción tiene que ser muy fina. La fase de crecimiento muestra el proceso de consolidación del producto en el mercado, se comienza a ganar posiciones en el mercado y el público termina aceptando el producto. Luego, en la etapa de madurez se logran los mayores ingresos y el producto es totalmente aceptado, produciéndose los mayores márgenes para los empresarios. Por último, el producto entra en declive por envejecimiento y es necesario un relanzamiento. Las ferias internacionales y ruedas de negocios sirven para identificar en qué ciclo se encuentra el producto.

En 1997, Johanson & Vahlne dieron a conocer la “Teoría Sobre los Mecanismos de Internacionalización de las Empresas”, en la que plantean que existen cuatro etapas para que una empresa se internacionalice, siendo la primera la exportación espontánea, luego viene la exportación indirecta o aquella que se realiza por medio de otros agentes, esto va seguido de la apertura de un punto de venta en

el exterior, y la última etapa contempla la instalación de una fábrica en el exterior para elaborar ahí el producto. Esta teoría guarda relación con la presente tesis, ya que en ella se estudian estrategias de internacionalización diferentes utilizando herramientas como las ferias internacionales y las ruedas de negocios.

1.3. Definición de términos básicos

a) Canal de Distribución.

Medio utilizado para hacer llegar el producto al consumidor final (PROMPERÚ, 2018).

b) Citas de Negocios.

Reunión de 30 minutos aproximados entre comprador y vendedor para hacer negocios. (PROMPERÚ, 2018).

c) Comprador Internacional.

Persona o representante de firma dedicada a comprar productos en el mundo por encargo de alguna cadena internacional. (PROMPERÚ, 2018).

d) Expoamazónica.

Evento creado por el Consejo Interregional Amazónico – CIAM para promover la oferta regional amazónica. (PROMPERÚ, 2018).

e) Expositor.

Persona que participa en una feria con un stand, o en una rueda de negocios demostrando su producto para procurar hacer negocios (PROMPERÚ, 2018).

f) Feria Internacional.

Evento comercial llevado a cabo en un recinto ferial, donde los productores exponen sus productos buscando ser adquiridos por los compradores, con la característica de que algunos compradores y

algunos expositores pertenecen a un país diferente de la sede de donde se realiza el evento. (PROMPERÚ, 2018).

g) Monto Negociado.

Cifra arribada al final de una rueda de negocios como consecuencia de las citas de negocios entre compradores y vendedores (PROMPERÚ, 2018).

h) Promoción Comercial.

Actividades y herramientas llevadas a cabo con la finalidad de dar a conocer al mercado la producción de una empresa. (PROMPERÚ, 2018)

i) Rueda de Negocios.

Actividad que reúne a compradores y vendedores, mediante citas de negocios breves, con el objetivo de hacer negocios (PROMPERÚ, 2018).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de la hipótesis

Hipótesis general.

Los resultados de las ruedas de negocios en la Expoamazónica tuvieron un comportamiento creciente año a año, en el periodo 2014 - 2018.

Hipótesis específicas.

1. Los resultados de la Expoamazónica en relación al número de compradores, número de expositores y citas de negocios realizadas, durante el periodo 2014 – 2018, tuvieron un comportamiento creciente.
2. El sector productivo que más negocios logró en las ruedas de negocios de la Expoamazónica, durante el periodo 2014 – 2018, fue “Agro y Agroindustria”.
3. La región San Martín fue la que más negocios logró realizar en las ruedas de negocios de la Expoamazónica durante el periodo 2014 – 2018.

2.2. Variables y su operacionalización

➤ Variables.

- a) Resultados de la rueda de negocios.
- b) Compradores participantes.

➤ Definiciones conceptuales.

- a) Resultados de la rueda de negocios: Negocios realizados en la rueda de negocios de la Expoamazónica.
- b) Compradores participantes: Personas que tienen por misión efectuar compras y pedidos durante las ruedas de negocios.

- Definiciones operacionales.
 - a) Variable Dependiente (Y): Resultados de las ruedas de negocios.
 - b) Variable Independiente (X): Compradores participantes.

- Indicadores.
 - a) De los resultados de las ruedas de negocios:
 - Monto negociado.
 - b) De los compradores participantes:
 - Número de compradores participantes.

- Ítems.
 - a) ¿Cuáles fueron los montos negociados en las ruedas de negocios de la Expoamazónica?
 - b) ¿Cuál fue el número de compradores que participaron en las ruedas de negocios de la Expoamazónica?

- Instrumentos.

El instrumento utilizado fue la Hoja de Registro de Datos, a través de la cual se obtuvieron los montos negociados y compradores participantes en las ruedas de negocios de la Expoamazónica, datos recolectados teniendo en cuenta los objetivos de la tesis.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

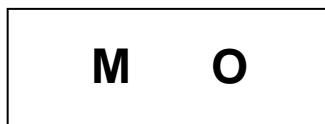
3.1 Tipo y diseño

Tipo de investigación.

La presente tesis es Cuantitativa por su naturaleza, y Descriptiva por su nivel de explicación, pues analiza los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica durante el periodo 2014 – 2018.

Diseño de la investigación.

El diseño es de tipo No Experimental pues toma los datos de los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica, tal y como se dieron en su momento y obran así en los registros, y responde al siguiente esquema:



Dónde:

M = Muestra de la investigación (en este caso es igual a la Población).

O = Observación de la muestra.

3.2 Diseño muestral

Población de estudio.

La Población está integrada por 690 expositores productores nacionales que participaron en las diferentes versiones de las ruedas de negocios de la Expoamazónica, llevadas a cabo en el periodo 2014 - 2018.

Muestra.

La muestra del estudio es igual a la población; es decir, 690 expositores productores que participaron en las ruedas de negocios de la Expoamazónica, realizadas en el periodo 2014 - 2018. Al considerar a toda la población en la presente tesis, se trata entonces de un censo. No se aplicó muestreo.

3.3 Procedimientos de recolección de datos

Esta actividad se ejecutó de la forma siguiente:

- Se confeccionaron hojas de registro de datos en las que fueron vaciadas la información requerida.
- Se accedió a la base de datos de PROMPERÚ para obtener la información sobre los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica, llevadas a cabo en el periodo 2014 - 2018.
- En esta base de datos se localizó la información relacionada a los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica.
- Los datos obtenidos fueron clasificados por número de compradores, número de vendedores, número de citas de negocios, productos negociados, regiones, entre otros.
- Por último, se procedió a la elaboración del Informe Final de la tesis, para su respectiva sustentación.

3.4 Procesamiento y análisis de los datos

- Se hizo utilizando la hoja de cálculo de excel.
- Como el análisis de datos es cuantitativo o estadístico, se hizo uso de la estadística descriptiva elaborando tablas con frecuencias simples y acumuladas, cálculo de variaciones, análisis de tendencias, etc.
- La confección de tablas consideró datos de forma descendente en cuanto a los montos negociados.
- Los resultados obtenidos fueron sometidos a discusión para ser tomados como parte del estudio, y así forme parte de las conclusiones.
- Posteriormente, se elaboraron las recomendaciones y se redactó el Informe Final de Tesis.

3.5 Aspectos éticos

El comportamiento ético de la autora y asesor estuvo presente durante el desarrollo de la tesis, respetando las citas, autores y los datos tal como figuran en la base de PROMPERÚ, sin alteraciones a propósito, respetando la veracidad de la fuente y citándola.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Participantes en las Ruedas de Negocios.

Tabla 1: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014

Tabla N° 01
Participantes en la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica, Periodo 2014

Descripción	Número	Porcentaje (%)
Compradores	30	20.70%
Expositores	115	79.30%
Citas de Negocios	526	-

Fuente: PROMPERÚ.

Gráfico 1: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014



Elaboración: En base a la Tabla N° 01.

En la Tabla N° 01 se da a conocer el número de participantes en la rueda de negocios de la Expoamazónica que se llevó a cabo el año 2014. El número de Compradores es de 30 conformado por 19 compradores internacionales y 11 compradores nacionales. Los compradores internacionales procedieron de EE. UU., Japón, Suiza, Colombia, México, Portugal, Panamá, etc.; y los compradores

nacionales pertenecen a las principales cadenas de supermercados del Perú. Los expositores fueron 115 los que se reunieron a través de 526 citas de negocios.

Tabla 2: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2015

Tabla N° 02
Participantes en la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica, Periodo 2015

Descripción	Número	Porcentaje (%)
Compradores	32	20.40%
Expositores	125	79.60%
Citas de Negocios	750	-

Fuente: PROMPERÚ.

Gráfico 2: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2015



Elaboración: En base a la Tabla N° 02.

En el año 2015, la Expoamazónica se realizó en la ciudad de Puerto Maldonado, región Amazonas, y se contó con la participación de 32 Compradores conformado por 15 compradores internacionales provenientes de EE. UU., China, México, India, Brasil, Alemania, entre otros. Por su parte, los compradores nacionales sumaron 17 que representan a las cadenas de supermercados y broker exportadores, que consolidan carga de diferentes líneas para atender pedidos del exterior. Estos 32 compradores se reunieron con 125 expositores que representan a empresas exportadoras peruanas, cooperativas de

producción, asociación de productores, entre otros, con los que sostuvieron 750 citas de negocios, a través de las cuales se lograron cerrar negocios de ventas directas y pedidos para ser atendidos en los próximos 12 meses.

Tabla 3: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2016

Tabla N° 03
Participantes en la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica, Periodo 2016

Descripción	Número	Porcentaje (%)
Compradores	32	21.50%
Expositores	117	78.50%
Citas de Negocios	556	-

Fuente: PROMPERÚ.

Gráfico 3: Participantes en la Rueda de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2016



Elaboración: En base a la Tabla N° 03.

La sede de la Expoamazónica el año 2016 fue la ciudad de Tingo María, en la región Huánuco. En la Tabla N° 03 se puede observar los participantes en la rueda de negocios de la Expoamazónica en el periodo 2016, contando con 32 Compradores de los cuales 18 fueron internacionales que arribaron de EE.UU., Alemania; Reino Unido de Gran Bretaña, India, Corea del Sur, Japón, Italia, etc.; y 14 nacionales, que pertenecen a empresas exportadoras

de artesanía y otras a las cadenas de supermercados que vienen operando en el país, así como exportadoras de productos de biocomercio. La oferta fue mostrada por 117 expositores pertenecientes a empresas exportadoras, cooperativas de producción, asociación de productores y potenciales exportadoras; las que sostuvieron 556 citas de negocios.

Tabla 4: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2017

Tabla N° 04
Participantes en las Ruedas de Negocios de la
Expoamazónica, Periodo 2017

Descripción	Número	Porcentaje (%)
Compradores	37	19.90%
Expositores	149	80.10%
Citas de Negocios	530	-

Fuente: PROMPERÚ.

Gráfico 4: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2017



Elaboración: En base a la Tabla N° 04.

El año 2017, la sede de la Expoamazónica fue la región San Martín y la rueda de negocios se llevó a cabo en la ciudad de Moyobamba. Conforme a lo visto en la Tabla N° 04, participaron 37 Compradores siendo 21 internacionales y 16 nacionales. Los compradores internacionales vinieron de EE. UU., Francia, Alemania, Italia, Corea del Sur, Inglaterra, España, entre otros, interesados

principalmente en café y cacao, así como en los derivados, y productos del biocomercio. Los ofertantes fueron 149 expositores, representantes de empresas exportadoras, cooperativas de producción, asociación de productores, emprendedores y potenciales exportadores. Los compradores y expositores sostuvieron 530 citas de negocios, en las que se cerraron algunos negocios en mesa mientras que otros gestionaron pedidos para ser atendidos en 12 meses.

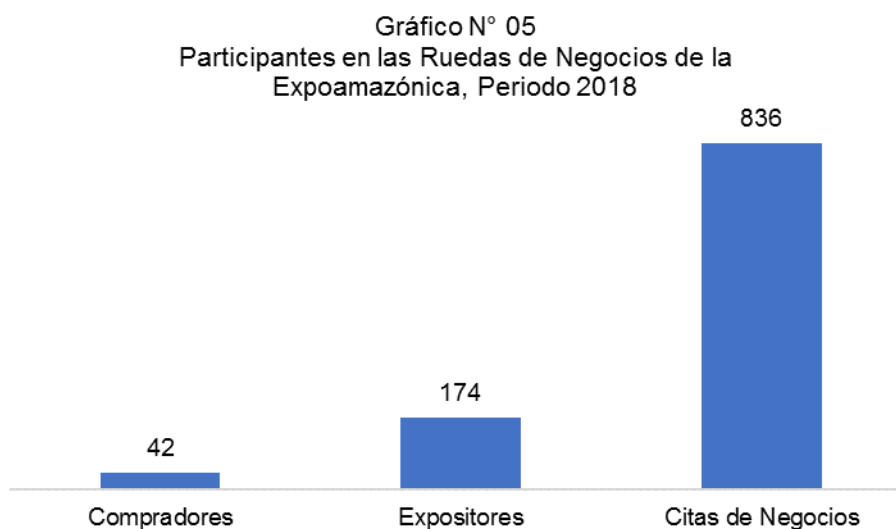
Tabla 5 : Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2018

Tabla N° 05
Participantes en las Ruedas de Negocios de la
Expoamazónica, Periodo 2018

Descripción	Número	Porcentaje (%)
Compradores	42	19.40%
Expositores	174	80.60%
Citas de Negocios	836	-

Fuente: PROMPERÚ.

Gráfico 5: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2018



Elaboración: En base a la Tabla N° 05.

La región Ucayali fue la anfitriona de la Expoamazónica 2018, teniendo a la ciudad de Pucallpa como sede de la rueda de negocios. A esta asistieron 42 compradores siendo 30 de ellos compradores internacionales que vinieron de EE. UU., China, México, República

Dominicana, Australia, Inglaterra, Francia, Italia, Corea del Sur, Japón, entre otros, interesados en comprar principalmente madera, cafés especiales, productos del biocomercio como camu camu, sachá inchi, moringa, aceite de coco, y también productos artesanales. Los expositores fueron 174 conformado por representantes de empresas exportadoras, cooperativas de producción, asociación de productores, potenciales exportadores, emprendedores. Se produjeron 836 citas de negocios traduciendo en ventas cerradas y pedidos para ser atendidos en los próximos 12 meses.

4.2 Resultados de las Ruedas de Negocios Por Sector Productivo.

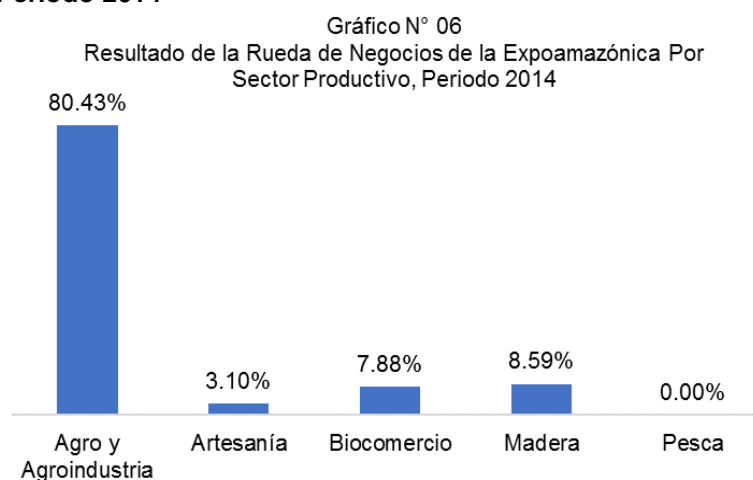
Tabla 6: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014

Tabla N° 06
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica
Por Sector Productivo, Periodo 2014

Sector	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Agro y Agroindustria	5,662,380.00	80.43%
Artesanía	218,150.00	3.10%
Biocomercio	555,000.00	7.88%
Madera	605,000.00	8.59%
Pesca	0.00	0.00%
Total	7,040,530.00	100.00%

Fuente: PROMPERÚ.

Gráfico 6: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014



Elaboración: En base a la Tabla N° 06.

En la Tabla N° 06 se muestra el resultado de la rueda de negocios de la Expoamazónica por sector productivo correspondiente al año 2014, que se llevó a cabo en la ciudad de Bagua Grande, región Amazonas. En la tabla se observa que, del total negociado en rueda, la suma de S/. 5,662,380.00 corresponde a productos del sector “Agro y Agroindustria” equivalente al 80.43%, constituido por café y cacao en grano. Luego, se halla el sector “Madera” con pedidos negociados por S/. 650,000.00 que representa el 8.59% del total. El sector “Biocomercio” negoció pedidos por S/. 555,000.00 (7.88% del total).

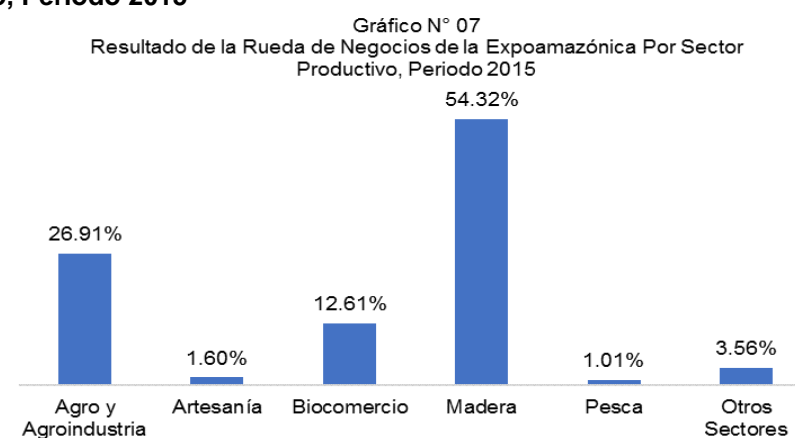
Tabla 7: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2015

Tabla N° 07
Resultado de la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2015

Sector	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Agro y Agroindustria	1,600,000.00	26.91%
Artesanía	95,000.00	1.60%
Biocomercio	750,000.00	12.61%
Madera	3,230,000.00	54.32%
Pesca	60,000.00	1.01%
Otros Sectores	211,500.00	3.56%
Total	5,946,500.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico 7: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2015



De acuerdo con la Tabla N° 07, los resultados de la rueda de negocios de la Expoamazónica por sector productivo en el año 2015, demuestra que los mayores pedidos se dieron por los productos que pertenecen al sector “Madera” alcanzando la suma de US\$ 3,230,000.00 equivalente al 54.32%; sector que mueve la economía de la región Madre de Dios, sede de esta versión de la Expoamazónica. El segundo sector con mayor pedido fue “Agro y Agroindustria” al haber conseguido negociar la suma de US\$ 1,600,000.00 que representa el 26.91% del total. El tercer sector con mayores pedidos fue “Biocomercio”, con US\$ 750,000.00 significando el 12.61% del total.

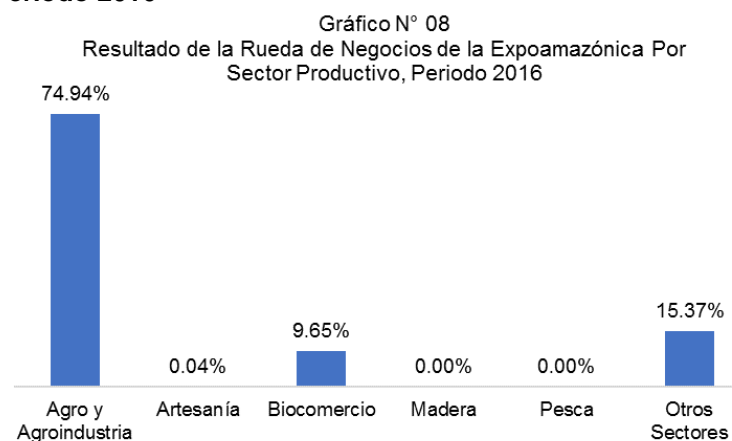
Tabla 8: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2016

Tabla N° 08
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica
Por Sector Productivo, Periodo 2016

Sector	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Agro y Agroindustria	8,526,000.00	74.94%
Artesanía	5,000.00	0.04%
Biocomercio	1,097,500.00	9.65%
Madera	0.00	0.00%
Pesca	0.00	0.00%
Otros Sectores	1,748,500.00	15.37%
Total	11,377,000.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico 8: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2016



Elaboración: En base a la Tabla N° 08.

En el año 2016, la rueda de negocios de la Expoamazónica logró un monto negociado de US\$ 11,377,000.00 explicado principalmente por los pedidos del sector “Agro y Agroindustria” que llegó al monto de US\$ 8,526,000.00; significando el 74.94% del total, siendo el café convencional en grano, café especial en grano y cacao los productos más pedidos, los mismos que son ofrecidos por campaña. El segundo lugar fue ocupado por los pedidos del sector “Biocomercio” que alcanzó la cifra de US\$ 1,097,500.00 equivalente al 9.65% del total, siendo el sachá inchi, camu camu y acaí los productos más demandados. El rubro “Otros Sectores” obtuvo pedidos por US\$ 1,748,500.00.

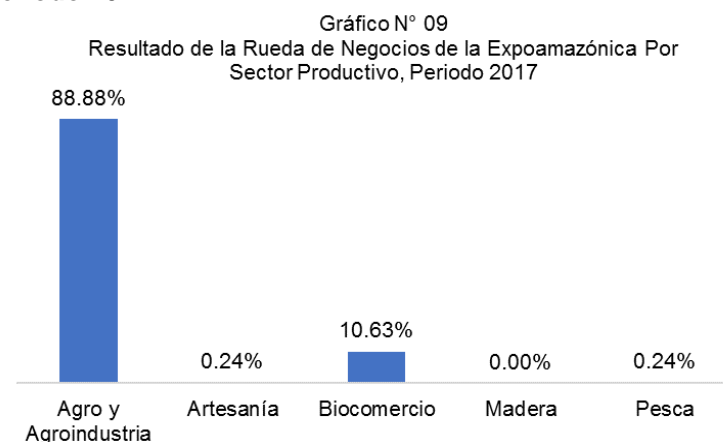
Tabla 9: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2017

Tabla N° 09
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica
Por Sector Productivo, Periodo 2017

Sector	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Agro y Agroindustria	18,279,700.00	88.88%
Artesanía	50,000.00	0.24%
Biocomercio	2,186,000.00	10.63%
Madera	0.00	0.00%
Pesca	50,000.00	0.24%
Total	20,565,700.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico 9: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2017



Elaboración: En base a la Tabla N° 09.

El año 2017, la rueda de negocios de la Expoamazónica alcanzó un monto negociado de pedidos de US\$ 20,565,700.00; siendo uno de los valores conseguidos más elevados en los últimos años. El sector productivo que obtuvo un monto negociado mayor fue “Agro y Agroindustria” con un valor de US\$ 18,279,700.00 que significó el 88.88% del total, conformado por pedidos de café en grano y cacao en grano ofertados por los productores de Amazonas, San Martín y Ucayali. El segundo sector productivo con mayor valor negociado fue “Biocomercio” con la cifra de US\$ 2,186,000.00 que representa el 10.63% del total. Los sectores “Artesanía” y “Pesca” cerraron pedidos por US\$ 50,000.00 cada uno igual al 0.24% del total.

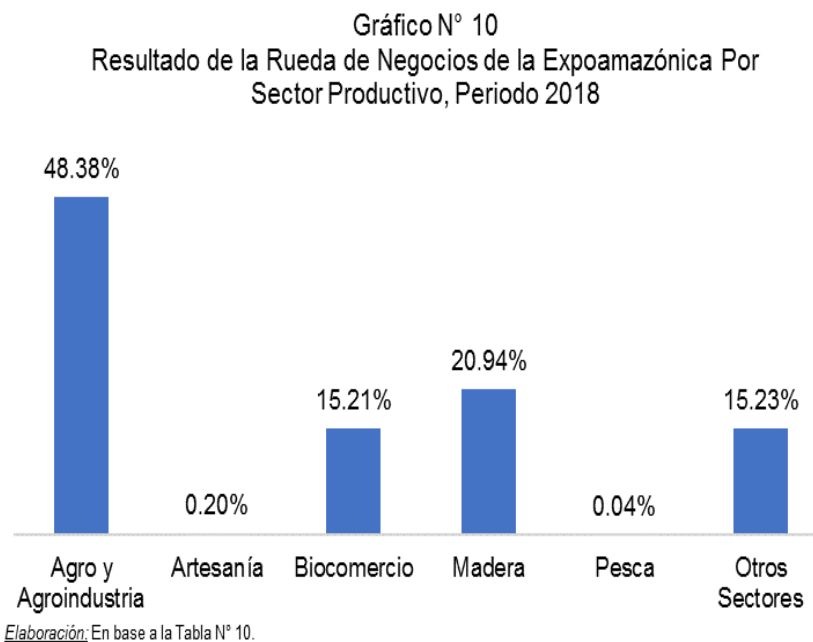
Tabla 10: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2018

Tabla N° 10
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2018

Sector	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Agro y Agroindustria	11,088,000.00	48.38%
Artesanía	45,000.00	0.20%
Biocomercio	3,485,000.00	15.21%
Madera	4,800,000.00	20.94%
Pesca	10,000.00	0.04%
Otros Sectores	3,490,000.00	15.23%
Total	22,918,000.00	100.00%

Gráfico 10: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2018

Fuente: PROMPERÚ.



En la Tabla N° 10 se enseñan los resultados de la rueda de negocios de la Expoamazónica 2018 que llegó a US\$ 22,918,000.00. El sector productivo que consiguió mayores pedidos fue “Agro y Agroindustria” el haber negociado el monto de US\$ 11,088,000.00 que representa el 48.38% del total. El segundo lugar fue ocupado por el sector productivo denominado “Madera”, que obtuvo pedidos por el valor de US\$ 4,800,000.00 equivalente al 20.94% del total. Se debe precisar que este sector es el principal exportador de la región Ucayali, sede de la actual Expoamazónica. El sector “Biocomercio” negoció pedidos por US\$ 3,485,000.00 igual al 15.21% del total.

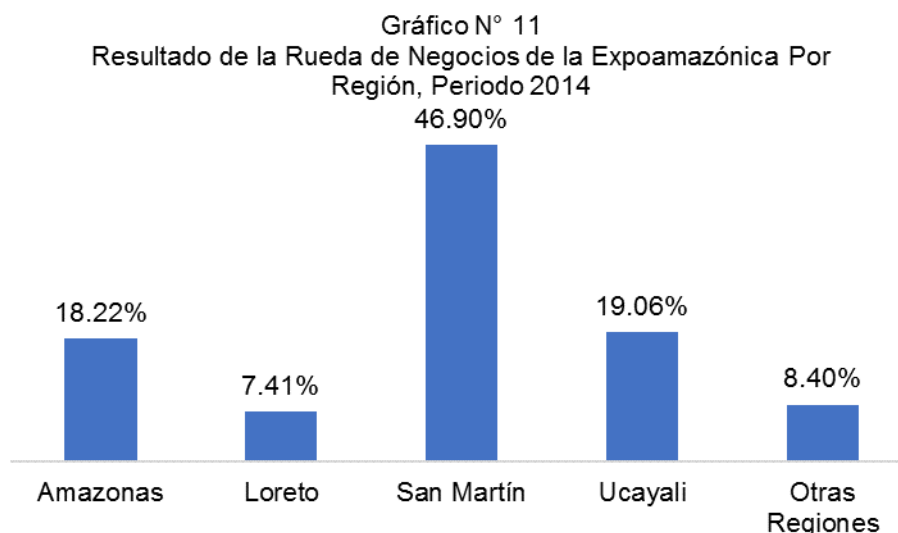
4.3 Resultados de las Ruedas de Negocios Por Región.

Tabla 11: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014

Tabla N° 11
Resultado de la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica Por Región, Periodo 2014

Región	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Amazonas	1,282,730.00	18.22%
Loreto	521,850.00	7.41%
San Martín	3,302,000.00	46.90%
Ucayali	1,342,200.00	19.06%
Otras Regiones	591,750.00	8.40%
Total	7,040,530.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.



Elaboración: En base a la Tabla N° 11.

Gráfico 11: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014

En la Tabla N° 11 se da a conocer los resultados de la rueda de negocios de la Expoamazónica por región, llevada a cabo el año 2014, destacando en primer lugar la región San Martín como la que más pedidos obtuvo, ascendiendo a US\$ 3,302,000.00 equivalente al 46.90% del monto negociado total, debido a los pedidos de café en grano y cacao en grano. La segunda región que negoció más pedidos

fue Ucayali con US\$ 1,342,200.00 igual al 19.06% del total, basado en las exportaciones de madera y derivados.

Tabla 12: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2015

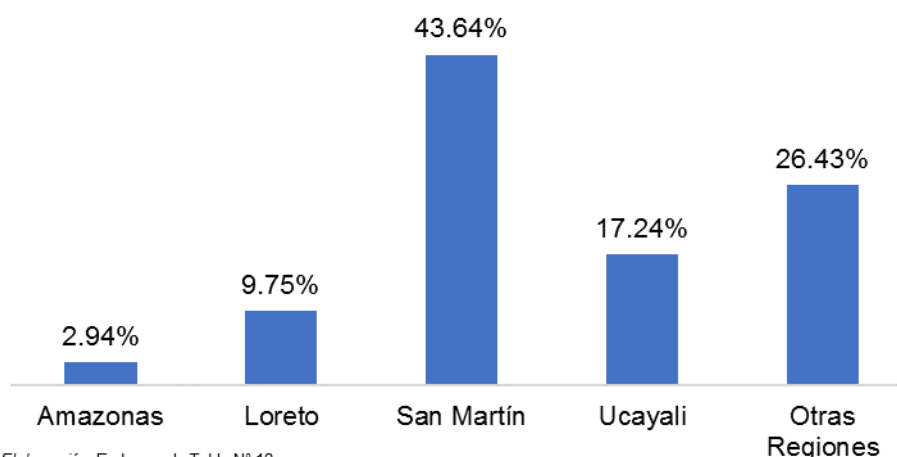
Tabla N° 12
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2015

Región	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Amazonas	175,000.00	2.94%
Loreto	580,000.00	9.75%
San Martín	2,595,000.00	43.64%
Ucayali	1,025,000.00	17.24%
Otras Regiones	1,571,500.00	26.43%
Total	5,946,500.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico 12: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2015

Gráfico N° 12
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2015



Elaboración: En base a la Tabla N° 12.

En la Tabla N° 12 se puede ver el resultado de la rueda de negocios de la Expoamazónica por región en el año 2015, resaltando la región “San Martín” como aquella que obtuvo el mayor monto de pedidos, al haber negociado el monto de US\$ 2,595,000.00 representando el 43.64% del total, producto de la venta de café en grano y cacao en grano como principales. La segunda región con mayores pedidos fue “Ucayali”, con un monto de US\$ 1,025,000.00 que equivale al 17.24% del total, teniendo a la madera como principal producto negociado. La tercera ubicación es para la región “Loreto”

que llegó a negociar la suma de US\$ 580,000.00 significando el 9.75% del total, seguido de “Amazonas” con US\$ 175,000.00 (2.94% del total).

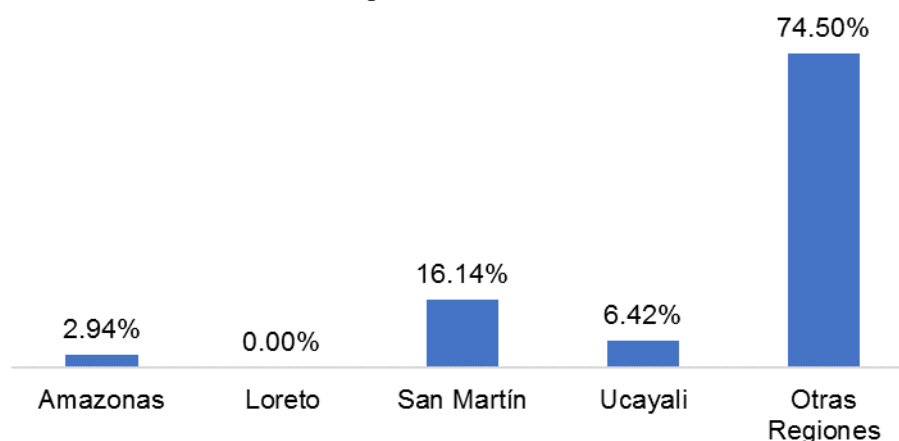
Tabla 13: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2016

Tabla N° 13
Resultado de la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica Por Región, Periodo 2016

Región	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Amazonas	335,000.00	2.94%
Loreto	0.00	0.00%
San Martín	1,836,000.00	16.14%
Ucayali	730,000.00	6.42%
Otras Regiones	8,476,000.00	74.50%
Total	11,377,000.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico N° 13
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por
Región, Periodo 2016



Elaboración: En base a la Tabla N° 13.

Gráfico 13: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2016

Los resultados de la rueda de negocios de la Expoamazónica por región, en el periodo 2016, se puede observar en la Tabla N° 13, notándose que la región San Martín fue la que consiguió el mayor monto negociado y fue por US\$ 11,377,000.00 significando el 16.14% del total teniendo como principales productos al café, cacao y derivados de estos productos, así como algunos super alimentos del sector “Biocomercio”. En segunda ubicación se halla la región Ucayali

que negoció pedidos por US\$ 730,000.00 que representa el 6.42% del total, y tuvo como oferta productos maderables y derivados. La tercera ubicación es para la región Amazonas con un monto negociado de US\$ 335,000.00 equivalente al 2.94% del total.

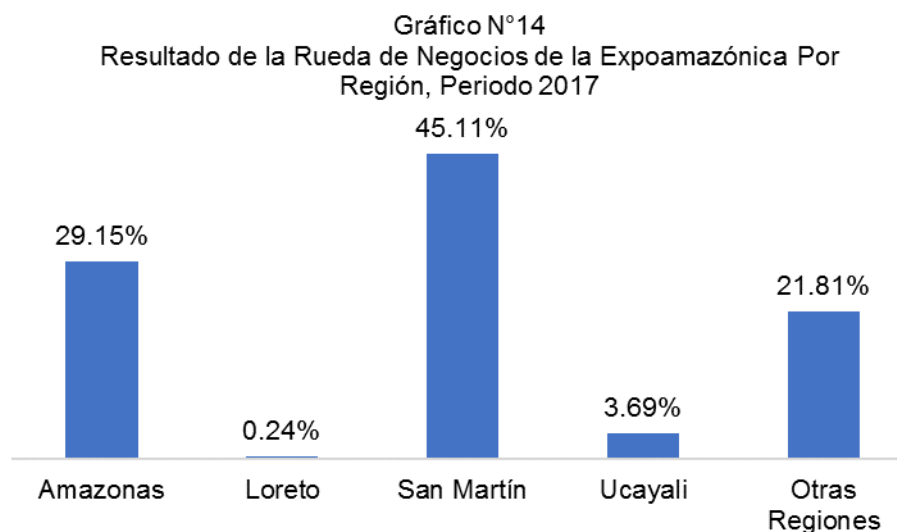
Tabla 14: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2017

Tabla N° 14
Resultado de la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica Por Región, Periodo 2017

Región	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Amazonas	5,995,000.00	29.15%
Loreto	50,000.00	0.24%
San Martín	9,277,000.00	45.11%
Ucayali	758,500.00	3.69%
Otras Regiones	4,485,200.00	21.81%
Total	20,565,700.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico 14: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2017



Elaboración: En base a la Tabla N° 14.

El año 2017, la región San Martín fue sede de la Expoamazónica desarrollándose la rueda de negocios en la ciudad de Moyobamba, su capital. Esa es una de las razones de haber conseguido el máximo monto negociado en rueda que asciende a la suma de US\$ 9,277,000.00 equivalente al 45.11% del total, ya que al haber sido locales otorgó mayores oportunidades para que puedan participar más

empresas reduciéndose considerablemente los gastos de desplazamiento. La segunda región con monto negociado más elevado fue Amazonas con US\$ 5,995,000.00 que representa el 29.15%, gracias a la oferta de café presentada seguida del cacao en grano, así como algunos productos del Biocomercio.

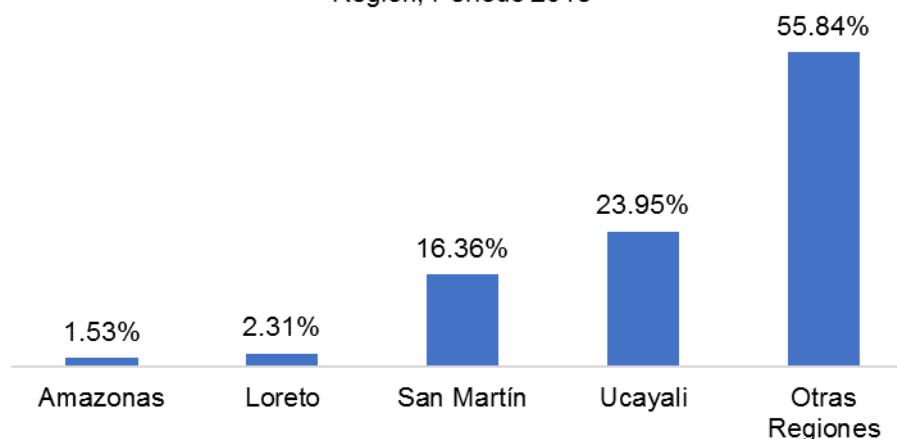
Tabla 15: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2018

Tabla N° 15
Resultado de la Rueda de Negocios de la
Expoamazónica Por Región, Periodo 2018

Región	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Amazonas	350,000.00	1.53%
Loreto	530,000.00	2.31%
San Martín	3,750,000.00	16.36%
Ucayali	5,490,000.00	23.95%
Otras Regiones	12,798,000.00	55.84%
Total	22,918,000.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico N° 15
Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por
Región, Periodo 2018



Elaboración: En base a la Tabla N° 15.

Gráfico 15: Resultado de la Rueda de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2018

El año 2018, la Expoamazónica se realizó en la región Ucayali teniendo a la ciudad de Pucallpa como sede, y cuando se analiza la región que consiguió mejores montos negociados en la rueda de negocios sobresale la misma con US\$ 5,490,000.00 equivalente al

23.95% del total, teniendo a la madera y derivados como principal producto ofrecido en la negociación. En segundo lugar, se ubica la región San Martín que consiguió pedidos por US\$ 3,750,000.00 igual al 16.36% del total, gracias a la oferta de café en grano, cacao en grano, sachá inchi, chocolates de cacao, aceite de coco, etc. En tercer puesto se encuentra la región Loreto que negoció pedidos por US\$ 530,000.00 que representa el 2.31% del total, con oferta de madera.

4.4 Validación de hipótesis.

Hipótesis general.

“Los resultados de las ruedas de negocios en la Expoamazónica tuvieron un comportamiento creciente año a año, en el periodo 2014 - 2018”.

En la Tabla N° 16 se da a conocer los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica durante el periodo 2014 – 2018, notándose que el año 2014 ascendió a US\$ 7,40,530.00 valor que significa una caída de -75.78% en comparación con el año anterior, habiéndose tenido como sede la ciudad de Bagua Grande en la región Amazonas. El año 2015, continuó decreciendo obteniéndose un monto negociado de US\$ 5,946,500.00 lo que significó una contracción de -15.54% en comparación con el periodo anterior, evento realizado en Puerto Maldonado capital de la región Madre de Dios. Posteriormente, el año 2016, el monto negociado en rueda tuvo un incremento significativo de 91.32% alcanzando la suma de US\$ 11,377,000.00; evento que se llevó a cabo en la ciudad de Tingo María, perteneciente a la región Huánuco. Al año siguiente, el 2017, la Expoamazónica tuvo como sede la ciudad de Moyobamba en la región San Martín, donde la rueda logró un monto negociado de US\$ 20,565,700.00 reportando un crecimiento de 80.77% respecto al valor del año pasado. El periodo 2018, la Expoamazónica se realizó en la ciudad de Pucallpa de la región Ucayali, rueda de negocios en la que se obtuvo el mayor monto negociado de toda la serie en estudio, llegando a alcanzar el valor de US\$ 22,918,000.00. El análisis de los promedios indica que el monto

negociado promedio anual es de US\$ 13,569,546.00; mientras que la variación promedio anual es de 18.44%.

Es necesario precisar que la Expoamazónica se ha constituido en la principal vitrina para demostrar la oferta amazónica al mundo, dando a conocer los productos agroindustriales, de la biodiversidad, procesados, maderables y derivados, exóticos, orgánicos y megadiversos, requeridos por el mundo.

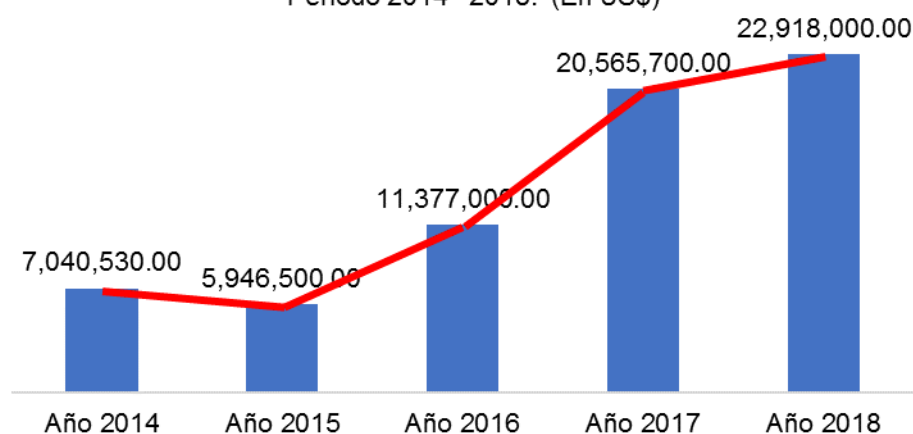
Tabla 16: Resultados de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018

Tabla N° 16
Resultados de las Ruedas de Negocios de la
Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018

Años	Total Monto Negociado (US\$)	Variación (%)
2014	7,040,530.00	-75.78%
2015	5,946,500.00	-15.54%
2016	11,377,000.00	91.32%
2017	20,565,700.00	80.77%
2018	22,918,000.00	11.44%
Promedio	13,569,546.00	18.44%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico N° 16
Resultados de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica,
Periodo 2014 - 2018. (En US\$)



Elaboración: En base a la Tabla N° 16.

Gráfico 16: Resultados de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018

Conclusión:

Se rechaza la hipótesis general, debido a que los resultados de las ruedas de negocios en la Expoamazónica no tuvieron un comportamiento creciente año a año, sino más bien variable, en el periodo 2014 - 2018.

Hipótesis específicas.

1º Hipótesis específica: “Los resultados de la Expoamazónica en relación al número de compradores, número de expositores y citas de negocios realizadas, durante el periodo 2014 – 2018, tuvieron un comportamiento creciente”.

Los participantes en las ruedas de negocios de la Expoamazónica, tanto compradores como expositores, así como el número de citas de negocios en el periodo 2014 – 2018, se muestran en la Tabla N° 17. El año 2014, la cantidad de compradores participantes fue de 30 para luego incrementarse a 32 el año 2015. Asimismo, el año 2016 también se contó con 16 compradores, igual que el año anterior, para luego incrementarse a 37 el año 2017. Finalmente, el año 2018, el número de compradores fue de 42.

Los expositores o empresarios nacionales que participaron en la rueda de negocios el año 2014 fue de 115, quienes mostraron la oferta amazónica a los compradores nacionales e internacionales. El año 2015, el número de expositores subió a 125 para luego descender a 117 el año 2016. Posteriormente, el año 2017 los expositores que participaron en la rueda de negocios subieron de manera importante a 149 y, finalmente el año 2018 se alcanzó el máximo concurso de expositores con la participación de 174 provenientes de las diferentes regiones amazónicas.

Por otro lado, el número de citas de negocios tiene que ver con la cantidad de compradores y expositores, pero también de la demanda de los compradores. En este sentido, en la rueda de negocios de la

Expoamazónica del año 2014 se llevaron a cabo 526 citas de negocios, para luego incrementarse a 750 en la del año 2015, reportándose un incremento importante en relación al año pasado lo que hizo que se le considerara la segunda más alta de toda la serie en estudio. El año 2016, se alcanzó una cantidad de citas de negocios de 526 originada por la concurrencia de 32 compradores y 117 expositores. De la misma forma, el año 2017 se registraron 530 citas de negocios en la rueda de negocios de la Expoamazónica debido a la participación de 37 compradores y 149 expositores. Por último, la rueda de negocios de la Expoamazónica del año 2018 contó con la participación de 42 compradores y 174 expositores, y se realizaron 836 citas de negocios.

El análisis de tendencia en el Gráfico N° 17 muestra que el número de compradores y el número de expositores que participaron en las ruedas de negocios de la Expoamazónica tuvieron un comportamiento creciente. En cambio, el número de citas de negocios se comportaron de forma variable durante toda la serie de estudio que fue 2014 – 2018.

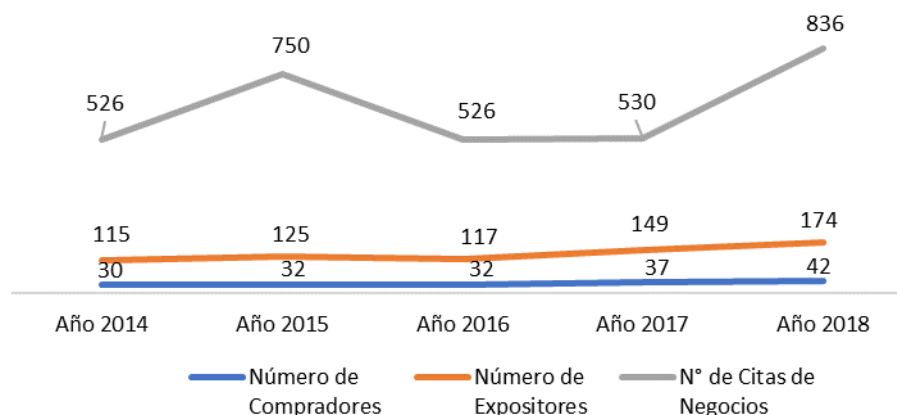
Tabla 17: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018

Tabla N° 17
Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica,
Periodo 2014 – 2018

Años	Número de Compradores	Número de Expositores	N° de Citas de Negocios
2014	30	115	526
2015	32	125	750
2016	32	117	526
2017	37	149	530
2018	42	174	836

Fuente: PROMPERU.

Gráfico N° 17
 Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica,
 Periodo 2014 - 2018



Elaboración: En base a la Tabla N° 17.

Gráfico 17: Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica, Periodo 2014 – 2018

Conclusión:

Se acepta parcialmente la 1º hipótesis específica, debido a que el número de compradores y el número de expositores tuvieron un comportamiento creciente en términos generales. Pero, se rechaza en lo relacionado al número de citas de negocios causa de que tuvo un comportamiento variable durante el periodo 2014 – 2018.

2º Hipótesis específica: “El sector productivo que más negocios logró en las ruedas de negocios de la Expoamazónica, durante el periodo 2014 – 2018, fue “Agro y Agroindustria”.

Líneas abajo, en la Tabla N° 18 se da a conocer el resultado de las ruedas de negocios de la Expoamazónica en el periodo 2014 – 2018; notándose que los mayores pedidos corresponden a productos del sector “Agro y Agroindustria” al haber ascendido a US\$ 45,156,080.00; monto equivalente al 66.56% del valor total negociado; siendo los productos café convencional en grano, café especial en grano, cacao en grano, nibs de cacao, licor de cacao, chocolate, etc., los que contribuyeron de manera mayoritaria al valor antes descrito. El segundo sector productivo con mayor valor negociado en rueda fue “Madera”, llegando a alcanzar el monto de US\$ 8,635,000.00 que significa el 12.73% del monto total. Los productos más pedidos del

sector fueron: madera aserrada de las especies cumala, tornillo, shihuahuaco, capirona; pisos de madera; molduras; tableros; tableros finger joint; entre otros. La tercera ubicación es para el sector “Biocomercio” que negocio pedidos por US\$ 8,073,500.00 que representa el 11.90% del valor total negociado, siendo los principales productos requeridos: camu camu (polvo, pulpa), sachá inchi (aceite, cápsulas), acaí (polvo, aceite), uña de gato (lío filizado, cápsulas), sangre de grado (resina), palo de rosa (aceite), y en menor medida algunas plantas medicinales como chacruna, toé, etc. El cuarto sector en importancia es “Artesanía” que logró pedidos por US\$ 413,150.00 igual al 0.61% del total, compuesto por diferentes líneas tales como: maderas exóticas (palisangre, violeta, llama rosada, etc.), tejidos (líneas shipibas, líneas ashaninkas, etc.), fibra natural (tejidos de chambira, canastas de bombonaje, etc.), pinturas amazónicas (en llanchama y pintado con sangre de grado, en tela, etc.), bisutería (collares, pulseras, aretes, adornos, etc.), y arpillería. El sector “Pesca” reportó pedidos por US\$ 120,000.00 siendo igual al 0.18% del valor total, y las especies más solicitadas fueron: paiche (filete fresco y congelado), y gamitana (filete fresco y congelado).

Por último, el rubro “Otros Sectores” obtuvo pedidos por US\$ 5,450,000.00 equivalente al 8.03% del monto negociado total de toda la serie en estudio.

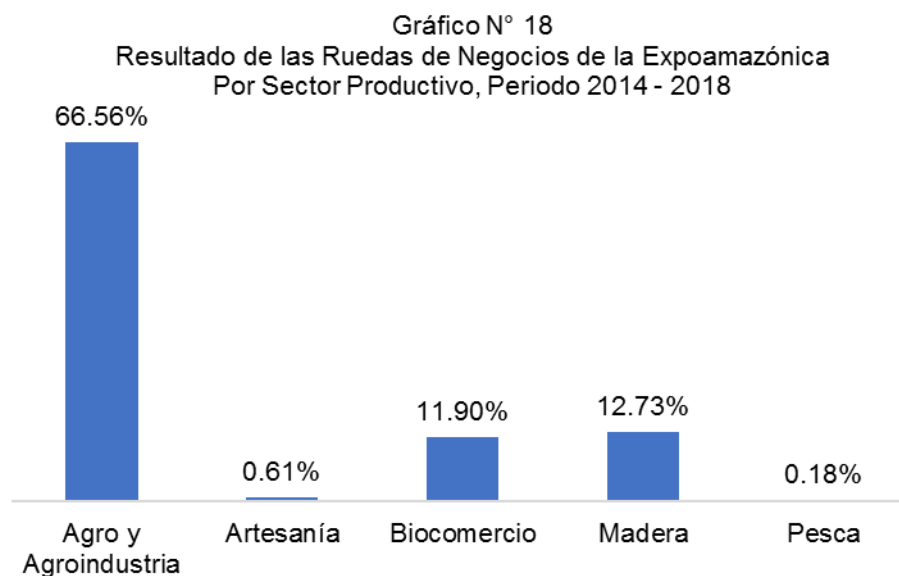
Tabla 18: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014 – 2018

Tabla N° 18
Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica
Por Sector Productivo, Periodo 2014 – 2018

Sector	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Agro y Agroindustria	45,156,080.00	66.56%
Artesanía	413,150.00	0.61%
Biocomercio	8,073,500.00	11.90%
Madera	8,635,000.00	12.73%
Pesca	120,000.00	0.18%
Otros Sectores	5,450,000.00	8.03%
Total	67,847,730.00	100.00%

Fuente: PROMPERU.

Gráfico 18: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo, Periodo 2014 – 2018



Elaboración: En base a la Tabla N° 18.

Conclusión:

Se acepta la 2° hipótesis específica en el sentido que el sector productivo que más negocios logró en las ruedas de negocios de la Expoamazónica, durante el periodo 2014 – 2018, fue “Agro y Agroindustria”, al haber conseguido un valor de US\$ 45,156,080.00 que representa al 66.56% del monto total negociado.

3° Hipótesis específica: “La región San Martín fue la que más negocios logró realizar en las ruedas de negocios de la Expoamazónica durante el periodo 2014 – 2018”.

En la Tabla N° 19 se observan los resultados de las ruedas de negocios de la Expoamazónica por región durante el periodo 2014 – 2018, que ascendió a US\$ 67,847,730.00. La región que negoció más pedidos fue “San Martín” que logró negocios por un monto de US\$ 20,760,000.00 equivalente al 30.60% del monto total. La segunda región con mayor valor negociado fue “Ucayali”, que consiguió pedidos por un valor de US\$ 9,345,700.00 que significó el 13.77% de total. Por otro lado, el tercer lugar esta ocupado por la región “Amazonas” con

pedidos por US\$ 8,137,730.00 representando el 11.99% del monto total, seguido por la región Loreto con US\$ 1,681,850.00 (2.48%).

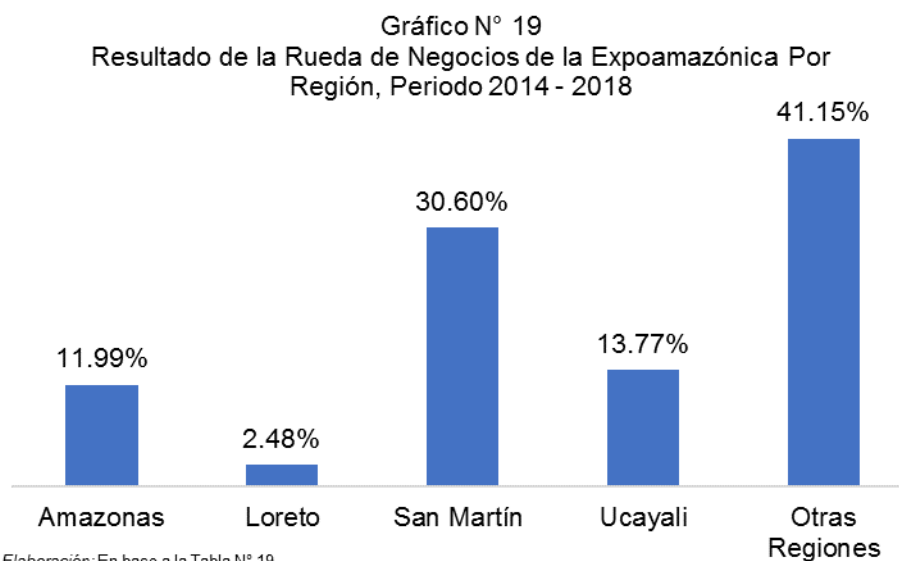
Tabla 19: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014 – 2018

Tabla N° 19
Resultado de las Ruedas de Negocios de la
Expoamazónica Por Región, Periodo 2014 - 2018

Región	Monto (US\$)	Porcentaje (%)
Amazonas	8,137,730.00	11.99%
Loreto	1,681,850.00	2.48%
San Martín	20,760,000.00	30.60%
Ucayali	9,345,700.00	13.77%
Otras Regiones	27,922,450.00	41.15%
Total	67,847,730.00	100.00%

Fuente: PROMPERÚ.

Gráfico 19: Resultado de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Región, Periodo 2014 - 2018



Elaboración: En base a la Tabla N° 19.

Conclusión:

Se acepta la 3ª hipótesis específica, ya que la región San Martín fue la que más negocios logró realizar en las ruedas de negocios de la Expoamazónica durante el periodo 2014 – 2018, alcanzando el monto de US\$ 20,760,000.00 que equivale al 30.60% del valor total.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En el 2009, Kotler en su obra “Diez Principios del Marketing Moderno” resaltó la importancia de dar a conocer el producto a través de los canales adecuados y que, además, se debe segmentar muy bien el mercado objetivo. El autor sostiene que, si el producto no es conocido por el consumidor, entonces es muy difícil que él lo demande. Puede darse que el caso que se trate del mejor producto del mundo, con propiedades inigualables, pero si nadie o muy poca gente le conoce estará llamado al fracaso. No basta con estar en el canal de distribución adecuado, sino que debe ser exhibido en la góndola correcta, ocupando un sitio preferente en los pasillos más transitados y concurridos por las personas para que le puedan ver y optar por la opción de compra. Esto debe ser soportado y difundido por una campaña de marketing donde muestre las bondades del producto, presentaciones, precios y, sobre todo, dónde encontrarlo. La campaña de marketing tiene que ser correctamente diseñada teniendo presente diferentes aspectos, tales como público objetivo, canales de comercialización, análisis de producto similares, comportamiento de la competencia, precios del mercado, nivel de ingreso del consumidor entre otros. Esta teoría enmarca la presente tesis debido a que la Expoamazónica constituye el principal evento comercial para dar a conocer al mundo la oferta de las regiones amazónicas. Fue creada por el Consejo Interregional Amazónico – CIAM conformada por: Amazonas, Huánuco, Loreto, Madre de Dios, San Martín y Ucayali, con este propósito, y debía llevarse a cabo una vez por año, con sedes rotativas entre las regiones antes descritas. La primera versión se realizó el año 2011 en la ciudad de Tarapoto en la región San Martín, y el año 2012 en Pucallpa, región Ucayali. Recién ese año, se invitó a participar a la Comisión de Promoción del Perú Para la Exportación y Turismo – PROMPERÚ para organizar y ejecutar la rueda de negocios, consistente en citas de negocios entre compradores y vendedores con la finalidad de cerrar compras o realizar pedidos para ser atendidos posteriormente. Dada la experiencia de PROMPERÚ en mercados internacionales, se selecciona adecuadamente a los compradores internacionales de acuerdo a la oferta amazónica y se sufraga todos los

gastos de participación, con el único requisito que es el que hagan pedidos. Bajo este esquema, los resultados de las ruedas de negocios han tenido un comportamiento variable, pero con tendencia positiva en los últimos tres años. Así, por ejemplo, el año 2014 se tuvo un monto negociado de US\$ 7,040,530.00 para luego contraerse el año siguiente en -15.54% alcanzando la cifra de US\$ 5,946,500.00 que fue la más baja de toda la serie de tiempo en estudio. A partir del año 2016 los resultados tuvieron una tendencia creciente yendo desde US\$ 11,377,000.00 hasta cerrar el año 2018 con un monto negociado de US\$ 22,918,000.00; el más alto de todo el periodo en estudio. Esto viene a demostrar que la Expoamazónica ha venido consolidándose a través de los años, y la rueda de negocios ha pasado a ser la principal herramienta comercial para difundir la oferta amazónica y colocarla en los mercados internacionales.

Por su parte, Ricardo (1809) postuló la “Teoría de las Ventajas Comparativas” sosteniendo que los países y las regiones deben especializar en aquellos productos que son eficientes en su producción, midiendo la eficiencia a través del menor costo de producción, lo que va redundar en un precio adecuado en el mercado, y que el producto cumpla con los estándares de calidad y, asimismo, que sea un producto homogéneo. Pero, además, con los ingresos que provienen de la venta de los productos con ventaja comparativa, se debe adquirir los bienes en los que no se tiene ventaja. En tal sentido, solo se debe producir los productos con ventaja comparativa. De acuerdo con este postulado, las regiones amazónicas que conforman el Consejo Interregional Amazónico – CIAM tienen como principal oferta a productos que pertenecen al sector “Agro y Agroindustria”, que son los ofrecidos y mayormente demandados por los compradores internacionales. Dentro de ellos tenemos al café convencional en grano y al café especial. El Perú, a través de los organismos pertinentes, viene promoviendo la producción de cafés especiales debido a la alta cotización de este producto en el mercado internacional. Se considera como café de especialidad a aquel que tiene 83 puntos o más en taza, medido por catadores o Q-Graders, de acuerdo a la tabla internacional de puntuación aprobada por la Speciality Coffee American Association (SCAA), y cuenta

como principales lugares de producción las regiones de Amazonas y San Martín. A diferencia del café convencional cuyo precio está sujeto a bolsa, ubicándose en promedio a US\$ 100.00 el quintal (saco de 46 kg.), debido a la gran oferta mundial de países como Colombia, Brasil y Vietnam. Otro de los productos con ventaja comparativa es el cacao en grano, siendo el de mayor precio el “Chuncho” o “Criollo”; pero el cultivo y producción más difundidos es el de la variedad “Híbrido CCN51” que cuenta con un menor precio. Bajo este contexto, se tuvo como resultado que el sector que más pedidos obtuvo en las ruedas de negocios de la Expoamazónica durante el periodo 2014 – 2018 fue “Agro y Agroindustria”, con el monto de asciende a US\$ 45,156,080.00 equivalente al 66.56% del monto total. En ese mismo sentido, el segundo sector con mayores pedidos negociados fue “Maderas” al haber sumado el monto de US\$ 8,635,000.00 que representa el 12.73% del total, siendo las especies maderables más demandadas: cumala, capirona, shihuahuaco, bolaina, entre otras. Las principales regiones productoras son: Loreto, Ucayali y Madre de Dios.

Asimismo, Johanson & Vahlne (1997) plantearon la “Teoría Sobre los Mecanismos de Internacionalización de las Empresas”, precisando que este proceso esta compuesto por cuatro etapas que va desde la exportación espontánea, es decir, que se realiza por que se presenta la oportunidad y nada más; seguida de la exportación indirecta, que es la realizada por los acopiadores o comercializadores; viniendo después la etapa de tener un punto de venta o un comercializador en el exterior; y, por último, abrir un centro de producción en el país de destino. En el caso de las empresas exportadoras de amazonía se ubican mayoritariamente en la tercera y segunda etapa; es decir, vienen exportando a comercializadores dentro de la cadena de distribución y son ellos los encargados de hacer llegar a consumidor final, con todos los costos asociados a esta tarea, así como al margen de utilidad propuesto. En este aspecto, la presente tesis demuestra cuáles son las regiones amazónicas que más negocios cerraron en las ruedas de negocios de la Expoamazónica 2014 – 2018 y, por ende, son las que más exportan al mundo, destacando San Martín que obtuvo pedidos por US\$ 20,760,000.00 que equivale al 30.60% del valor negociado total, gracias

a los pedidos de café en grano, cacao en grano y derivados del cacao tales como chocolates, nibs, licor y cobertura. La segunda región en importancia fue Ucayali que consiguió pedidos por el orden de US\$ 9,345,700.00 que significa el 13.77% del monto total, teniendo como principales productos de exportación: pisos de madera, madera aserrada, tableros, molduras, puerta y ventanas, etc. Es necesario precisar que el principal mercado de destino de la madera que se exporta de Ucayali es China, seguido de EE. UU., México y República Dominicana. Los exportadores de madera de esta región se encuentran convenientemente organizados en el Consorcio de Exportación de Madera de Ucayali – CEMU, siendo la interlocutora ante los diferentes organismos sobre la problemática del sector; también cuentan con exportaciones de productos de biocomercio o super alimentos, como camu camu, sachá inchi, uña de gato, moringa, etc. La siguiente región es Amazonas con un monto negociado de S/. 8,137,730.00 representando el 11.99% del valor total negociado, cifra alcanzada gracias a la oferta de café convencional y café especial. La principal zona productora de café especial es Rodríguez de Mendoza, localidad donde se ubican las mayores exportadoras, y las plantas procesadoras modernas y de mayor capacidad de producción están en Bagua Grande. Por último, está la región Loreto que logró pedidos por US\$ 1,681,850.00; cifra que hace el 2.48% de los pedidos totales. Loreto tiene como principal producto exportado a la madera y derivados, conformado por madera aserrada, pisos de madera, tableros, molduras, etc.; complementado por super alimentos como camu camu, sachá inchi, sangre de grado, etc., e ingredientes naturales como aceite de palo de rosa y otros similares.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

1. Las ruedas de negocios de la Expoamazónica en el periodo 2014 – 2018 tuvieron resultados variables, con caídas los dos primeros años y crecimiento los tres últimos. Es así que, el año 2014, se obtuvo un monto negociado de US\$ 7,040,530.00 contrayéndose en el año siguiente en -15.54%, periodo en que se reportó el menor valor de toda la serie que fue de US\$ 5,946,500.00. A partir del año 2016, se consiguió pedidos crecientes hasta cerrar el año 2018 con el monto de US\$ 22,918,000.00; el mayor de todo el periodo.
2. El número de compradores que participaron en las ruedas de negocios de la Expoamazónica en el periodo 2014 – 2018, mantuvo una tendencia creciente en términos generales, partiendo de 30 el año 2014 para cerrar en 42 en 2018. Del mismo modo, el número de expositores o productores participantes siguieron la misma tendencia positiva en términos generales, habiendo registrado participación de 115 el año 2014 para finalizar posteriormente con 174 el año 2018. Todo lo opuesto sucedió con el número de citas de negocios llevados a cabo cada año, que mostró una tendencia variable a lo largo del periodo partiendo de 526 al año 2014, incrementándose a 750 el año 2015 para luego caer nuevamente a 526 el 2016. El año 2017 el número de citas de negocios fue de 530, la misma que se incrementó notablemente el año 2018 hasta alcanzar el número de 836.
3. El sector productivo “Agro y Agroindustria” fue el que obtuvo el mayor monto negociado en las ruedas de negocios de la Expoamazónica que se realizaron en el periodo 2014 – 2014, al haber conseguido pedidos por el valor de US\$ 45,156,080.00 que representa el 66.56% del total, gracias a las exportaciones de café y cacao en grano principalmente. El segundo sector en importancia fue “Madera” que logró negociar pedidos por US\$ 8,635,000.00 equivalente al 12.73% del total, teniendo

a la madera aserrada, pisos de madera, tableros, molduras, entre otros, como los más demandados.

4. El resultado de las ruedas de negocios de la Expoamazónica por región durante el periodo 2014 – 2018, señala a San Martín como la región que consiguió el mayor monto negociado, el mismo que ascendió a US\$ 20,760,000.00 representando el 30.60% del valor total, seguido de la región Ucayali con pedidos por US\$ 9,345,700.00 igual al 13.77% del total, ligeramente superior a la región Amazonas que consiguió negociar el valor de US\$ 8,137,730.00 11.99%. Finalmente, la región Loreto registró pedidos por US\$ 1,681,850.00 equivalente al 2.48% del valor total negociado.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

1. Se recomienda continuar realizando la Expoamazónica año a año, ya que se ha constituido en la principal vitrina de la oferta de las regiones amazónicas al mundo, pero manteniendo o mejorando los estándares alcanzados en los últimos años. Y como parte de esta actividad, se debe mantener la rueda de negocios como uno de los principales instrumentos para conseguir nuevos mercados o mantener los ya existentes. Toda Expoamazónica debe ser trabajada con la debida anticipación por la región organizadora; siendo entre 10 y 12 meses el tiempo adecuado para una buena organización, así como contar con los recursos económicos para ejecutarla.
2. Se recomienda que las ruedas de negocios sigan siendo organizadas, manejadas y ejecutadas por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, ya que este organismo cuenta con el conocimiento del mercado, recursos económicos y herramientas para una ejecución exitosa de una rueda de negocios. Además, cuenta con una importante base de datos de compradores internacionales, de donde se puede invitar a los indicados de acuerdo a la oferta identificada previamente. En el formato actual, los compradores internacionales son convocados, seleccionados y financiada su participación por PROMPERÚ; en cambio, los compradores nacionales son convocados por el Gobierno Regional anfitrión. Pero, la rueda de negocios, que cuenta con la participación de compradores nacionales e internacionales, es íntegramente organizada y llevada a cabo por PROMPERÚ.
3. Se recomienda que los expositores o empresas nacionales participantes en la rueda de negocios sean capacitadas previamente para asegurarles una participación exitosa. De preferencia, la capacitación debería ser realizada por PROMPERÚ debido a que es la

entidad especializa en el tema. La capacitación previa y acreditada debe ser un requisito para que la empresa sea seleccionada.

4. Se recomienda que las empresas nacionales a participar cuenten con herramientas comerciales que faciliten el proceso de negociación en la rueda, siendo infaltable el contar con página web, catálogo comercial, algún funcionario que hable inglés, llevar muestras comerciales, información digital en USB para entregar al comprador, huella digital, entre otros. La necesidad imperiosa de contar con página web es que el comprador internacional conozca a la empresa antes de venir a participar en la rueda de negocios; así, podrá facilitar el proceso de negociación e irán de frente al tema central sin perder mucho tiempo.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Banco Central de Reserva del Perú. (2018). “Glosario de Términos Económicos y Financiero”. (Publicación). Lima: Gerencia de Estudios Económicos del BCRP.
- Cordero, C. (2017). “Ferias Internacionales y la Percepción de las Empresas Participantes”. (Tesis Magistral). Santiago de Chile: Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile.
- Johanson, J. & Vahlne, J-E. (1997). “Teoría Sobre los Mecanismos de Internacionalización de las Empresas”. (Artículo Científico). Suiza: University of Gothenburg, Sweden.
- Kotler, Ph. (2009). “Diez Principios del Marketing Moderno”. (Investigación Científica). Editorial: Ediciones Deusto S.A.; Barcelona – España.
- Niño, L. (2014). “Participación en Ferias y Exposiciones Para Incrementar Los Contactos de Negocios”. (Tesis de Especialidad). Bogotá: Especialización en Alta Gerencia, de la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Militar Nueva Granada.
- Pinedo, S. (2019). “Plan de Comercialización y Exportación de Servicios y Detalles Florales a Estados Unidos Para el Perú”. (Tesis Para Título). Lima: Carrera de Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, de la Universidad de Lima.
- PROMPERÚ – Comisión de Promoción del Perú Para la Exportación y el Turismo. “Cómo Participar en Ferias Internacionales y Ruedas de Negocios”. (Publicación). Lima: Subdirección de Promoción Comercial.
- Ricardo, D. (1809). “Teoría de la Ventaja Comparativa”. (Libro). Editorial: Fondo de Cultura Económica, México.
- Vela, C. (2016). “Análisis de la Participación de Empresas de la Macro Región Oriente en Eventos de Promoción Comercial, Periodo 2011 – 2015”. (Tesis Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión Empresarial, de la Escuela de Post Grado, de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Vernon, R. (1966). “Teoría del Ciclo de Vida del Producto”. (Investigación Científica). Estado Unidos: Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard.

A N E X O S

1. Estadística complementaria

EXPORTACIONES DE LA REGIÓN SAN MARTÍN, AÑO 2017

Partida	Descripción	Valor FOB USD
0901119000	CAFÉ SIN TOSTAR Y SIN DESCAFEINAR EXCEPTO PARA SIEMBRA	34,425,123.75
1801001900	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO EXCEPTO PARA SIEMBRA	21,826,293.71
1212991000	RAÍCES DE ACHICORIA SIN TOSTAR.	13,350,660.36
1511900000	ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE	9,699,470.53
1516200000	GRASAS Y ACEITES, VEGETALES, Y SUS FRACCIONES, PARCIAL O TOTALMENTE HIDROGENADOS	5,252,737.62
2401201000	TABACO NEGRO TOTAL O PARCIALMENTE DESVENADO O DESNERVADO	2,700,741.05
2008910000	PALMITOS PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO	2,334,842.37
2008199000	DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA, INCLUIDAS LAS MEZCLAS PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO	1,336,665.99
2401101000	TABACO NEGRO SIN DESNEVAR O DESNEVAR	969,984.00
1517900000	DEMÁS MEZCLAS O PREPARACIONES ALIMENTICIAS DE GRASAS O ACEITES, ANIMALES O VEGETALES	869,651.54
1513291000	ACEITE DE ALMENDRA DE PALMA, REFINADO Y SUS FRACCIONES	719,873.98
1515900090	LOS DEMÁS LAS DEMÁS GRASAS Y ACEITES VEGETALES FIJOS (INCLUIDO EL ACEITE DE JOJOBA), Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE EXCEPTO ACEITE DE LINO (DE LINAZA) Y SUS FRACCIONES, ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES, ACEITE DE RICINO Y SUS FRACCIONES, ACEITE DE SÉSAMO (AJONJOLÍ) Y SUS FRACCIONES Y ACEITE DE TUNG Y SUS FRACCIONES.	556,032.34
2402100000	CIGARROS (PUROS) (INCLUSO DESPUNTADOS) Y CIGARRITOS (PURITOS), QUE CONTENGAN TABACO	243,946.20
3048900000	LOS DEMÁS FILETES CONGELADOS DE LOS DEMÁS PESCADOS EXCEPTO DE SALMONES DEL PACÍFICO (ONCORHYNCHUS NERKA, ONCORHYNCHUS GORBUSCHA, ONCORHYNCHUS KETA, ONCORHYNCHUS TSCHAWYTSCHA, ONCORHYNCHUS KISUTCH, ONCORHYNCHUS MASOU Y ONCORHYNCHUS RHODURUS), SALMONES DEL ATLÁNTICO (SALMO SALAR) Y SALMONES DEL DANUBIO (HUCHO HUCHO), TRUCHAS (SALMO TRUTTA, ONCORHYNCHUS MYKISS, ONCORHYNCHUS CLARKI, ONCORHYNCHUS AGUABONITA, ONCORHYNCHUS GILAE, ONCORHYNCHUS APACHE Y ONCORHYNCHUS CHRYSOGASTER), PESCADOS PLANOS (PLEURONECTIDAE, BOTHIDAE, CYNOGLOSSIDAE, SOLEIDAE, SCOPHTHALMIDAE Y CITHARIDAE), PECES ESPADA (XIPHIAS GLADIUS), AUSTROMERLUZA ANTÁRTICA Y AUSTROMERLUZA NEGRA (MERLUZA NEGRA, BACALAO DE PROFUNDIDAD, NOTOTENIA NEGRA)* (DISSOSTICHUS SPP.), ARENQUES (CLUPEA HARENGUS, CLUPEA PALLASII), ATUNES (DEL GÉNERO THUNNUS), LISTADOS O BONITOS DE VIENTRE RAYADO (EUTHYNNUS (KATSUWONUS) PELAMIS).	208,444.60
1801002000	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, TOSTADO	202,493.58
3401110000	JABÓN DE TOCADOR (INCLUSO MEDICINAL), EN BARRA, PANES O TROZOS	135,297.13
1504201000	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES EXCEPTO ACEITE DE HÍGADO EN BRUTO	107,231.04
4407299000	LAS DEMÁS MADERAS TROPICALES ASERRADA EXCEPTO	106,846.58
1208900000	DEMÁS HARINA DE SEMILLAS O DE FRUTOS OLEAGINOSOS, EXCEPTO LA HARINA DE MOSTAZA	94,586.34
801119000	COCOS SECOS EXCEPTO PARA SIEMBRA	93,306.00
1207991000	DEMÁS SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS PARA SIEMBRA	75,000.00

1209290000	DEMÁS SEMILLAS FORRAJERAS PARA SIEMBRA, EXCEPTO DE REMOLACHA	53,194.96
2106102000	SUSTANCIAS PROTEICAS TEXTURADAS	46,513.16
1207999900	LOS DEMÁS LAS DEMÁS SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS, INCLUSO QUEBRANTADOS EXCEPTO SEMILLAS DE KARITE Y PARA SIEMBRA.	46,257.77
4413000000	MADERA DENSIFICADA EN BLOQUES, TABLAS, TIRAS O PERFILES.	44,832.48
4409229010	TABLILLAS Y FRISOS PARA PARQUÉS, SIN ENSAMBLAR DE MADERAS TROPICALES EXCEPTO DE IPÉ	37,682.70
4823909099	LOS DEMÁS PAPELES, CARTONES, GUATA DE CELULOSA Y NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA, CORTADOS EN FORMATO; LOS DEMÁS ARTÍCULOS DE PASTA DE PAPEL, PAPEL, CARTÓN, GUATA DE CELULOSA O NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA; A EXCEPCIÓN DE LOS CUBRESUELOS CON SOPORTE DE PAPEL O CARTÓN, INCLUSO RECORTADOS.	35,788.96
804502000	MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	32,820.48
2701110000	ANTRACITAS	28,322.00
3923900000	LOS DEMÁS ARTÍCULOS PARA TRANSPORTE O ENVASADO DE PLÁSTICO	28,189.49
3001909000	LAS DEMÁS SUSTANCIAS HUMANAS O ANIMALES PREPARADAS PARA USOS TERAPÉUTICOS O PROFILÁCTICOS	25,000.00
802410000	CASTAÑAS (CASTANEA SPP.) , FRESCAS O SECAS CON CÁSCARA	18,444.00
801220000	NUECES DEL BRASIL SIN CÁSCARA FRESCAS O SECAS	15,351.50
1106309000	HARINA, SÉMOLA, Y POLVO DE LOS DEMÁS PRODUCTOS DEL CAPÍTULO 8 EXCLUIDOS BANANAS O PLÁTANOS	12,000.00
602901000	ORQUÍDEAS, INCLUIDOS SUS ESQUEJES ENRAIZADOS	10,682.50
7117190000	LAS DEMÁS BISUTERÍAS DE METALES COMUNES	7,431.00
1518009000	DEMÁS GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES Y SUS FRACCIONES, COCIDOS, OXIDADOS, DESHIDRATADOS, SULFURADOS, SOPLADOS, POLIMERIZADOS POR CALOR EN VACÍO O ATMÓSFERA INERTE («ESTANDOLIZADOS»), O MODIFICADOS QUÍMICAMENTE DE OTRA FORMA, EXCEPTO LOS DE LA PARTIDA 15.16; MEZCLAS O PREPARACIONES NO ALIMENTICIAS DE GRASAS O DE ACEITES, ANIMALES O VEGETALES, O DE FRACCIONES DE DIFERENTES GRASAS O ACEITES DE ESTE CAPÍTULO, NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE	6,500.00
8438202000	MÁQUINAS Y APARATOS PARA LA ELABORACIÓN DEL CACAO O FABRICACIÓN DE CHOCOLATE	6,500.00
803901900	LOS DEMÁS EXCEPTO PLÁTANOS «PLANTAINS FRESCOS Y TIPO «CAVENDISH VALERY» Y BOCADILLO (MANZANITO, ORITO) (MUSA ACUMINATA).	6,317.85
6115950000	DEMÁS, CALCETINES Y DEMÁS ARTÍCULOS DE CALCETERÍA DE ALGODÓN	5,572.80
9205909000	LOS DEMÁS INSTRUMENTOS EXCEPTO LOS LLAMADOS «METALES»	5,450.00
8501530000	MOTORES CORRIENTE ALTERNA, POLIFÁSICOS, POTENCIA >75KW	5,000.00
9505900000	ARTÍCULOS PARA FIESTAS(EXCEPTO DE NAVIDAD),CARNAVAL, U OTRAS DIVERSIONES,INCLUSO LOS DE MAGIA Y ARTÍCULAS SORPRESA	4,860.00
1513110000	ACEITE DE COCO EN BRUTO	4,000.00
2309909000	DEMÁS PREPARACIONES UTILIZADAS PARA LA ALIMENTACIÓN DE LOS ANIMALES	3,624.35
6107110000	CALZONCILLOS Y SLIPS DE ALGODÓN	3,184.80
1106201000	HARINA, SÉMOLA Y POLVO DE MACA (LEPIDIUM MEYENII)	2,510.00
1008509000	QUINUA (QUINOA) (CHENOPODIUM QUINOA) EXCEPTO PARA SIEMBRA	2,300.00
1106302000	HARINA, SÉMOLA Y POLVO DE LÚCUMA (LÚCUMA OBOVATA)	2,160.00

1806310000	CHOCOLATES Y SUS PREPARACIONES EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS, RELLENOS	2,093.12
1806320000	CHOCOLATES Y SUS PREPARACIONES EN BLOQUES. TABLETAS O BARRAS, SIN RELLENAR	2,047.89
904221000	PAPRIKA (CAPSICUM ANNUUM, L.) TRITURADA O PULVERIZADA	1,800.00
901900000	LOS DEMÁS CAFÉS; CÁSCARA Y CASCARILLA DE CAFÉ; SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ QUE CONTENGAN CAFÉ	1,635.10
4420900000	DEMÁS MARQUETERÍA, COFRECILOS O ESTUCHES PARA JOYERÍA U ORFEBRERÍA Y MANUFACTURAS SIMILARES DE MADERA	1,454.00
602909000	LOS DEMÁS PLANTAS VIVAS, INCLUSO SUS RAÍCES, Y MICELIOS (EXCEPTO BULBOS, CEBOLLAS, TUBÉRCULOS, RAÍCES Y BULBOS TUBEROSOS, TURIONES Y RIZOMAS, Y RAÍCES DE ACHICORIA; ESQUEJES Y ESTAQUILLAS, SIN ENRAIZAR, E INJERTOS; EXCEPTO LAS ORQUÍDEAS, INCLUIDOS SUS ESQUEJES ENRAIZADOS.	1,296.00
1806900000	DEMÁS CHOCOLATE Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO	900
714901000	MACA (LEPIDIUM MEYENII), FRESCOS, REFRIGERADOS, CONGELADOS O SECOS, INCLUSO TROCEADOS O EN PELLETS	889.04
910300000	CÚRCUMA	750
8471410000	MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN QUE INCLUYA EN LA MISMA ENVOLTURA, UNIDAD CENTRAL DE PROCESO, UNA DE ENTRADA Y UNA DE SALIDA	745.5
1805000000	CACAO EN POLVO SIN ADICIÓN DE AZÚCAR NI OTRO EDULCORANTE.	600
1517100000	MARGARINA, EXCEPTO LA MARGARINA LÍQUIDA	600
8407100000	MOTORES DE AVIACIÓN , DE EMBOLO (PISTÓN)ALTERNATIVO O ROTATIVOS DE ENCENDIDO A CHISPA	500
304990000	LOS DEMÁS PECES CONGELADOS EXCEPTO PECES ESPADA (XIPHIAS GLADIUS), AUSTROMERLUZA ANTÁRTICA Y AUSTROMERLUZA NEGRA (MERLUZA NEGRA, BACALAO DE PROFUNDIDAD, NOTOTENIA NEGRA) (DISSOSTICHUS SPP.), TILAPIAS (OREOCHROMIS SPP.), BAGRES O PEZ GATO (PANGASIVUS SPP., SILURUS SPP., CLARIAS SPP., ICTALURUS SPP.), CARPAS (CYPRINUS CARPIO, CARASSIVUS CARASSIVUS, CTENOPHARYNGODON IDELLUS, HYPOPHthalmichthys SPP., CIRRHINUS SPP., MYLOPHARYNGODON PICEUS), ANGUILAS (ANGUILLA SPP.), PERCAS DEL NILO (LATES NILOTICUS) Y PECES CABEZA DE SERPIENTE (CHANNA SPP.), ABADEJO DE ALASKA (THERAGRA CHALCOGRAMMA), PESCADOS DE LAS FAMILIAS BREGMACEROTIDAE, EUCLICHTHYIDAE, GADIDAE, MACROURIDAE, MELANONIDAE, MERLUCCIIDAE, MORIDAE Y MURAENOLEPIDIDAE, EXCEPTO EL ABADEJO DE ALASKA (THERAGRA CHALCOGRAMMA).	282.05
1008902900	KIWICHA (AMARANTHUS CAUDATUS) EXCEPTO PARA SIEMBRA	0.52
TOTAL		95,825,312.73

Fuente: SUNAT - ADUANAS.

2. Instrumento de recolección de datos

Hoja de Registro de Datos N° 01
Participantes en las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica,
Periodo 2014 - 2018.

Años	Número de Compradores	Número de Expositores	Número de Citas de Negocios
2014			
2015			
2016			
2017			
2018			
Total			

Fuente: PROMPERÚ.

Hoja de Registro de Datos N° 02
Resultados de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Sector Productivo,
Periodo 2014 - 2018. (US\$)

Sectores	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Agro y Agroindustria						
Madera y Derivados						
Pesca y Acuicultura						
Biocomercio						
Artesanía						
Total						

Fuente: PROMPERÚ.

Hoja de Registro de Datos N° 03
Resultados de las Ruedas de Negocios de la Expoamazónica Por Región,
Periodo 2014 - 2018. (US\$)

Región	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Amazonas						
Huánuco						
Loreto						
Madre de Dios						
San Martín						
Ucayali						
Otras Regiones						
Total						

Fuente: PROMPERÚ.