

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“FACTORES QUE PROMOVIERON LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ VERDE EN CAJAMARCA, 2018 – 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Bach. Cristhian Manuel Pun Gomez

Asesor:

Mg. Evelin Cecilia Aragon Grados
<https://orcid.org/0000-0003-3291-9524>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	PAULO EDUARDO SORIANO TORRES	43959124
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	VICTOR HUGO HARO HIDALGO	09862514
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	JUAN CARLOS GANOZA ALEMAN	30835154
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi familia, mi madre y mi abuelo quienes me apoyaron durante toda mi formación profesional. Por ser el pilar de lo que soy hoy.

AGRADECIMIENTO

A mi asesora Evelin Aragón quien me apoyo durante este largo recorrido, con su experiencia y sabiduría.

A los representantes cafetaleros quienes me brindaron su confianza y apoyo durante la recaudación de datos para la presente investigación.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
<i>ÍNDICE DE TABLA</i>	6
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
Este grano	9
En los últimos años, el sector cafetalero a nivel mundial fue impactado por diversos factores que crearon una volatilidad e incertidumbre respecto a su producción y exportación.	9
1.8. Formulación del problema	30
1.9. Objetivos General	30
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	31
CAPÍTULO III: RESULTADOS	35
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	51
CONCLUSIONES:	58
REFERENCIAS	61
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1 FACTORES QUE PROMOVIERON LAS EXPORTACIONES: RESUMEN DE ANTECEDENTES NACIONALES.....	17
TABLA 2 FACTORES QUE PROMOVIERON LAS EXPORTACIONES: RESUMEN DE ANTECEDENTES INTERNACIONALES	18
TABLA 3 PRINCIPALES ESPECIES DE CAFÉ: ARÁBICA Y ROBUSTA	22
TABLA 4 PRINCIPALES SELLOS QUE CERTIFICAN EL CAFÉ	27
TABLA 5 MUESTRA: PRINCIPALES EXPORTADORES DE CAFÉ VERDE CAJAMARQUINO	32
TABLA 6 PRODUCCIÓN DE CAFÉ POR PRINCIPALES REGIONES TN (2018 - 2021)	35
TABLA 7 HECTÁREAS DE COSECHA DEL CAFÉ EN LAS PRINCIPALES REGIONES (2018 – 2021)	36
TABLA 8 RENDIMIENTO POR HECTÁREA COSECHADA (TN/HA).....	36
TABLA 9 ÁREAS CERTIFICADAS DEL CAFÉ ORGÁNICO POR REGIONES (2021)	37
TABLA 10 CARACTERÍSTICAS DE LA REGIÓN CAJAMARCA	38
TABLA 11 PRECIO RELATIVO DE EXPORTACIÓN DEL CAFÉ CAJAMARQUINO FOB X KG (2018 -2021)	39
TABLA 12 PRECIO EN CHACRA DEL CAFÉ EN LA REGIÓN CAJAMARCA (KG/SOLES)	39
TABLA 13 ENTREVISTA Y RESULTADOS DE LA EMPRESA COINCA.....	40
TABLA 14 ENTREVISTA Y RESULTADOS CON LA EMPRESA LIMA COFFEE PERÚ.....	43
TABLA 15 ENTREVISTA Y RESULTADOS CON LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES APROCASSI	45
TABLA 16 ENTREVISTA Y RESULTADOS CON LA COOPERATIVA SOL & CAFÉ	48

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL CAFÉ VERDE	22
FIGURA 2 MAPA SENSORIAL DEL CAFÉ CAJAMARQUINO.....	38
FIGURA 3 BANNER EXPO CAFÉ CAJAMARCA 2022.....	39

RESUMEN

El café es uno de los productos más comercializados del mundo. Su producción y comercialización les brinda trabajo a miles de familias caficultoras. Cajamarca se ha convertido en los últimos años, en la región líder en exportación de café verde al mercado internacional, superando a regiones cafetaleras tradicionales como Junín o San Martín. Por lo tanto, la presente investigación tuvo como objetivo principal describir los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021. El enfoque de la investigación es cualitativo, con un alcance descriptivo el cual permitió describir las características de los factores que permitieron la promoción de las exportaciones de café verde, así mismo se determinó un diseño transversal, no experimental. Para la recaudación de datos se utilizó la entrevista semiestructurada hacia diversos representantes cafetaleros de la región y la revisión documental. La investigación concluyó que la producción, la calidad y la promoción internacional promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca en los años 2018 al 2021. El precio internacional por otro lado no influyó, debido a que en los últimos años este tuvo índices bajos. Por último, se concluyó que un factor adicional para la promoción de las exportaciones fue el nacimiento y fortalecimiento de nuevas asociaciones y cooperativas cafetaleras, los cuales ayudaron a que el sector crezca, a que los productores tengan apoyo técnico, comercial y a mantener un alto nivel de productividad.

PALABRAS CLAVES: Café verde, Factores de promoción, Cajamarca, Exportaciones, Calidad, Producción, Promoción Internacional, Asociatividad.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La agroindustria es considerada hoy en día un sector determinante para el desarrollo económico y socioeconómico de las naciones, sobre todo en aquellos países y regiones en los que gran parte de la población subsiste gracias a ella. Dentro de este panorama, hay un producto que ha tomado gran importancia en las últimas décadas a nivel mundial, este es el Café.

El Café es uno de los productos más importantes en el comercio mundial. Su producción y comercialización aporta gran cantidad de ingresos y empleos en diversos países agroexportadores, el cual impacta directamente en la calidad de vida de los agricultores cafetaleros y sus familias. Según datos del portal web Fairtrade International (2022) “se calcula que en el mundo se consumen aproximadamente 1,600 millones de tazas de café al día, así mismo, aproximadamente 125 millones de personas viven tan solo de su cultivo”.

Este grano debido a sus características no solo aporta energía, sino gran cantidad de vitaminas, minerales y antioxidantes que ayudan a combatir diversas enfermedades. Estos beneficios de consumo lo han catapultado como un producto básico y esencial en la dieta de muchos países. Según datos de United States Department of Agriculture [USDA], los principales países exportadores de café verde a nivel mundial son Brasil, Vietnam, Colombia, así mismo, los principales importadores son Estados Unidos, Alemania e Italia y Japón.

En los últimos años, el sector cafetalero a nivel mundial fue impactado por diversos factores que crearon una volatilidad e incertidumbre respecto a su producción y exportación. Según datos estadísticos del portal web de investigación MACROTRENDS (2022), desde el año 2011 en que el precio de referencia internacional del café tocó su pico más alto en los mercados bursátiles, con índices de 3,00 US\$/Libra, comenzó un ciclo de

volatilidad en que los precios no se mantendrían estables y no igualarían esta cifra. Solo hasta el año 2014, la cotización del grano tocó nuevamente picos de cifras de alto valor con 2.11 US\$/Libra, mientras que, en el mes de Abril del 2019, se visualizó el precio de referencia más bajo de los últimos 14 años, con 0.90 US\$/Libra en la bolsa de Nueva York. Esta caída histórica de precios fue atribuida a la sobre oferta de Brasil (el principal productor y exportador del mundo) y Vietnam; así mismo por la depreciación del real brasilero el cual debido a su posición líder, desestabilizó todo el mercado internacional.

En el año 2020, el mercado mundial del café sintió la inclemencia económica que trajo la pandemia de la COVID-19, el cual desestabilizó la oferta y demanda a nivel internacional. Según el informe de la Organización Internacional del Café [OIC] (2020) la pandemia trajo un impacto negativo en el sector cafetalero de la mayoría de los países del mundo en términos de empleo, producción, exportaciones y consumo interno. Según una encuesta realizada a miembros exportadores de esta organización, indicaron que la pandemia acortó la oferta debido a las restricciones de movilización por parte de los agricultores para poder cosechar el grano, así mismo impactó en la logística interna de exportación y en la demanda internacional, debido al cierre de muchos establecimientos que vendían el producto. También impacto del aumento de costos y los bajos ingresos.

Al año 2021, el café fue considerado el commodity que tuvo el mayor aumento de precios internacionales (llegando a casi el 100% de crecimiento entre diciembre de 2020 y 2021) a nivel mundial. A finales de diciembre del 2021 los precios en el mercado internacional llegaron a los 2.26 US\$/Libra comparado con los 1.23 US\$/Libra que mostró en Diciembre del 2020. Estos aumentos de precios se debieron en primera instancia a las sequias y heladas que afectaron Brasil a inicios del 2021 (el principal proveedor del mundo) el cual afectó su producción, además de las inundaciones que afectaron Colombia, el cual acortó la oferta en el mercado internacional. Al aumento de precios internacionales se le

sumó, la problemática de los altos precios en flete marítimos y problemas para la reserva de estos debido a la llamada “crisis de los contenedores”, así también el aumento de la demanda en Europa y Estados Unidos, en donde el consumo interno se incrementó y la incertidumbre por una posible sequía mundial terminaron por incrementar los precios. El café es un producto que se comercializa en un mercado altamente volátil, con precios que pueden cambiar de un momento a otro debido a las variaciones que sufran sus principales países productores.

El café se ha convertido en los últimos años en un producto bandera del sector agroexportador peruano, el cual le brinda trabajo a miles de familias caficultoras y empresas proveedoras debido a los insumos, bienes y servicios que demanda. Perú es actualmente el 5° productor de café Arábica y 8° exportador de café verde a nivel mundial según datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Así mismo es considerado el segundo productor y exportador mundial de café orgánico.

Según datos de León José del portal Agencia Agraria de Noticias (2021), en nuestro país se cuenta con aproximadamente 454,400 hectáreas de producción de café dividido en 10 regiones cafetaleras entre las que destacan Junín, Cajamarca, San Martín, Amazonas, entre otras. Este sector les da trabajo a aproximadamente 223 mil familias. El 80% de la producción nacional de café es convencional y casi la totalidad de la especie Arábica.

Nuestro grano se exporta principalmente hacia Alemania y Estados Unidos en donde ocupamos un lugar importante en su cartera de clientes. Según datos del portal SIICEX, la partida arancelaria (0901.11.90.00 - Los demás cafés, sin tostar y sin descafeinar) ocupa el primer lugar en las exportaciones de café a nivel nacional, partida relacionada al café verde en grano.

Dentro de un sector altamente cambiante e inestable, en los últimos años una región del Perú sobresalió por su crecimiento exportador, en el sector cafetalero. Esta región es

Cajamarca, quien en 2021 fue considerada una de las regiones que lideró el ranking de mayor crecimiento exportador y a ser considerada a finales del mismo año, la región N°2 en producción y N°1 en exportación de café verde a nivel nacional.

La economía Cajamarquina está representada en un 83% por exportaciones mineras y un 17% de exportaciones agropecuarias. Dentro de este porcentaje de exportaciones agropecuarias, el café representa el 15% del total, lo cual da una mejor visión de su importancia para la economía de sus pobladores. Cajamarca lidera el ranking en ventas de café en grano verde (0901119000 - Café sin tostar ni descafeinar) esto visualizado en sus índices de exportación tanto en valor y volumen los cuales duplican los envíos de sus principales regiones competidoras, como Lima, Junín y Callao. Los niveles de exportación de café Cajamarquino, da índices de un éxito cafetalero total.

Por todo lo mencionado anteriormente, se decidió utilizar al café verde en grano proveniente de Cajamarca (0901119000 - Café sin tostar ni descafeinar) como producto a investigar y a los años 2018 al 2021 como el periodo en donde se visualizó un liderazgo total ante sus principales regiones competidoras.

Sobre la base de lo anterior, esta investigación busca describir aquellos factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca el cual les permitió posicionarse como la región líder, manteniendo esta posición de forma consistente durante los 4 últimos años. Cabe recalcar, que existen pocas investigaciones relacionadas al producto y región mencionado.

Para poder tener un mejor entendimiento de los factores que promovieron las exportaciones de café verde en los últimos 4 años en Cajamarca, se han recopilado estudios teóricos previos tanto nacionales como internacionales.

1.1.1. Antecedentes Nacionales

Ayllón y Loayza (2020) en su tesis de titulación “Principales factores que influyen en la exportación del café proveniente del valle del monzón en la región Huánuco año 2019” de la Universidad San Martín de Porres, el cual tuvo objetivo identificar los principales factores que influyen en la exportación del café proveniente del Valle del Monzón en la región Huánuco. Utilizando como instrumento de recolección de datos, cuestionarios estructurados para fines estadísticos y entrevistas a diversos especialistas se llegó a la conclusión que la productividad, el conocimiento en comercio exterior y las certificaciones internacionales son factores que impactan significativamente en las exportaciones de café. Sin embargo, se detalla que estos tres factores se encuentran aún desatendidos por la región Huánuco, La productividad de Huánuco aún es baja debido a problemas como falta de un sistema de control, capacitaciones, desconfianza en las cooperativas y falta de infraestructura. Así mismo, se visualiza una clara desatención en buscar mejorar y ampliar el conocimiento en comercio exterior. Por último, muchos productores sienten que el tema económico impide la libertad de gestionar certificaciones internacionales.

Reyes y Santana (2020) en su tesis de titulación “Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018”, utilizando como instrumento de investigación “Entrevistas a profundidad” hacia diversos especialistas del sector público y privado, así como a empresas exportadoras de café de especialidad en la provincia de Chanchamayo - Junín, concluyeron que los factores capacitación, calidad y asociatividad son factores determinantes para las exportaciones del producto. La capacitación es fundamental debido a que los productores al tener mayor formación y conocimiento podrán perfeccionar su producción y comercialización; así mismo lograr tener mayor control ante cambios repentinos en el mercado. La calidad es un factor favorable debido que los importadores cada día están mejor informados y buscan productos de alta calidad que satisfagan mejor sus

necesidades. Los exportadores pueden usar estrategias como certificaciones para evidenciar ante el público que sus productos cumplen con lo requerido. Por último, la asociatividad es un factor que en los últimos años no ha tenido un comportamiento positivo en la región debido a que la visión de estos grupos ha disminuido debido a malos manejos por parte de sus representantes. Sin embargo, se le atribuye gran importancia, debido a que su buena implementación podría ayudar al productor a mejorar su comercialización mediante la ayuda mutua y la venta en grandes volúmenes.

Cruz (2016) en su investigación titulada “Factores críticos de éxito de las empresas exportadoras peruanas, Lima” determinó que existe una relación significativa entre los factores críticos de éxito y las capacidades de las empresas exportadoras peruanas del sector agroindustria, textil, manufactura y pesquería. Los datos obtenidos sustentan que los factores críticos de éxito para las exportaciones de las empresas peruana están compuestos por “productos de alta calidad”, “adaptación a las normas y certificaciones determinadas por sus mercados”, “precios competitivos”, “Promoción y publicidad establecida para cada mercado” y “experiencia por parte de la gerencia”.

Según Toribio y Vásquez (2019), en su tesis titulada “Análisis de los Factores que Influyen en las Exportaciones de Café Orgánico hacia el Mercado de los Estados Unidos entre los años 2011-2017”, para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, concluyó que los factores que influyen en las exportaciones de café orgánico a EE.UU. son “las certificaciones orgánicas”, “TLC Perú – USA”, “El Precio”, “La Asociatividad” es un eslabón débil para mejorar debido a que muchos productores en diversas regiones no se encuentran organizados en cooperativas. El Perú debe mejorar continuamente la calidad en la cosecha y post cosecha, esto para llamar la atención de los países consumidores. El uso de certificaciones orgánicas ayuda a que el productor pueda vender a un precio más alto y tener mayor utilidad.

Según detalla Ramirez, Rocha y Tafur (2020) en su investigación titulada “Principales factores para la exportación de cacao orgánico producido en la provincia de Marañón – Huánuco” tomando como factores a estudiar producción, asociatividad, financiamiento, tecnología, logística interna, marketing y precios internacionales mediante un diseño descriptivo utilizando como instrumentos de investigación el cuestionario estructurado y la entrevista a profundidad, se concluyó que la logística interna es un factor que influye negativamente en las exportaciones de cacao debido a la mala infraestructura vial, la asociatividad se constituye como una estrategia primordial para llegar a la oferta deseada, el financiamiento se convierte en un apoyo fundamental para los planes de las cooperativas debido a que les permite hacer frente a los costos de producción y la promoción internacional mediante las estrategias de marketing y participación en ferias internacionales permiten llegar a nuevos clientes. Por otro lado, la tecnología y los precios internacionales no tiene impacto en el proceso exportador.

1.1.2. Antecedentes Internacionales

Según Espinoza, Gutierrez, Valdivia y Castillo (2016) en su artículo científico “Proceso de producción de las cooperativas asociadas a PRODECOOP para la exportación de café orgánico a mercados preferenciales. 2014- 2015” tuvo objetivo fue analizar el proceso de producción del café orgánico de los productores socios de la cooperativa PRODECOOP R, L. para el diseño de una estrategia que mejore los niveles de producción de café orgánico de calidad para la exportación. Su investigación fue de tipo aplicada con un enfoque cualitativo y utilizando como técnicas de recolección de datos la investigación documental, observación y entrevistas concluyeron que la certificación de las fincas es de gran importancia en la exportación, debido a que le brinda seguridad al cliente, así mismo al ser productos orgánicos, le da mayor beneficio al productor debido a que logran ingresar a un nicho de mercado más especializado, la calidad es una características que deben buscar todos los

productores pertenecientes a la cooperativa. También se da hincapié a la importancia de las capacitaciones a los miembros productores.

Según Gebreyesus (2015) en su investigación titulada “Determinantes del desempeño de las exportaciones de café en Etiopía” cuyo objetivo fue investigar los principales determinantes de la oferta de exportación de café en Etiopía para el período 1981-2011 determinó que los principales determinantes de las exportaciones de café fueron el “precio de exportación”, “mejoras en la producción del café” e “inversión en mejora de la infraestructura física”. Asimismo, se da importancia a la mejora en la calidad, ya que tendrían un impacto significativo.

Respecto a lo que detalla Hernández (2015), en tu tesis titulada “Competitividad exportadora de Café a Estados Unidos, caso Xicotepec, Puebla” para optar el grado de magister en Ciencias en Negocios Internacionales, cuyo objetivo fue identificar las variables competitivas que influyen en la exportación de café de Xicotepec, Puebla a EEUU; tomando como variables la “calidad”, “productividad”, “Precio”, “apoyo gubernamental”, “costos” e “innovación” concluyó que la calidad es un factor de suma importancia debido a que los caficultores cuentan con estrictos controles de calidad y sus niveles de rechazos son mínimos. La productividad es otro gran factor de importancia debido a que la localidad cuenta con suficiente mano de obra, en su mayoría las familias participan en el proceso. En cuanto a la variable precio, los caficultores consideran que este aun es razonable. El apoyo gubernamental es considerado muy beneficioso, pero a la misma vez complicado de utilizar. Advierten que en su mayoría los caficultores con grandes cantidades de hectáreas. En cuanto a los costos, son considerados regular competitivo, debido a que el gobierno realiza pequeños subsidios, los costos de ventas son bajos y los pagos de sueldos también. Por último, la innovación es considerada de gran importancia para la competitividad, debido a que los productores al realizar mejoras en sus plantaciones, tener conocimiento en estrategias para

vencerá a las enfermedades y la compra de nuevas maquinarias determinan que el rendimiento mejore.

Según detalla Mulugeta (2018) en su tesis titulada “The Determinants of the Export Competitiveness of the Coffee Industry in Ethiopia” cuyo objetivo principal era analizar la competitividad y los determinantes de las exportaciones de café en Etiopia, concluyó que los determinantes que afectan las exportaciones de café en etiopia son “El nivel de producción”, “Los precios internacionales”, “El tipo de cambio” y “El volumen de exportación”.

Los factores resaltantes según los antecedentes encontrados previamente se visualizan en el siguiente cuadro resumen

Tabla 1

Factores que promovieron las exportaciones: Resumen de Antecedentes Nacionales

Autores	Título	Factores
* Ayllón Pariona Rocio Evelyn * Loayza Ingao Rafael Edgardo	Principales factores que influyen en la exportación del café proveniente del valle del monzón en la región Huánuco año 2019	* Productividad * Conocimiento en COMEX * Certificaciones Internacionales
* Reyes Tigre Carlos Victor * Santana Cárdenas, Godofredo Martín	Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018	* Capacitación * Calidad * Asociatividad

Fabiola Cruz Navarro Soto	Factores críticos de éxito de las empresas exportadoras peruanas, Lima	* Precios * Calidad * Promoción Internacional * Experiencia y Conocimiento en COMEX
* Toribio Olivares Tania Marisol * Vásquez Varillas Natalia Milagros	Análisis de los factores que influyen en las exportaciones de café orgánico hacia el mercado de los Estados Unidos entre los años 2011-2017	* TLC * Certificación Orgánica * Precio * Asociatividad * Promoción Internacional
* Ramirez Arroyo Rafael * Rocha Calderon Miriam * Tafur Maren-go Verenisrse	Principales factores para la exportación de cacao orgánico producido en la provincia de Marañón - Huánuco	* Logística Interna * Asociatividad * Financiamiento * Promoción Internacional

Elaboración Propia

Tabla 2

Factores que promovieron las exportaciones: Resumen de Antecedentes Internacionales

Autores	Título	Factores
* Chavarría Zeyra * Ruiz Marycruz * Valdivia Yessenia * Castillo Beverly	Proceso de producción de las cooperativas asociadas a PRODECOOP para la exportación de café orgánico a mercados preferenciales. 2014-2015	* Certificaciones * Calidad * Capacitaciones
* Tadese Gebreyesus	Determinants of Coffee Export Performance in Ethiopia	* Precio * Producción * Infraestructura

* Alicia Hernandez Tolentino	Competitividad exportadora de Café a Estados Unidos, caso Xicotepec, Puebla	<ul style="list-style-type: none"> * Calidad * Productividad Laboral * Precio * Apoyo gubernamental * Costos * Innovación
* ASSEFA MULUGETA KONDAL	The Determinants of the Export Competitiveness of the Coffee Industry in Ethiopia	<ul style="list-style-type: none"> * Niveles de Producción * Precio Internacional * Tipo de Cambio * Volumen de exportación

Elaboración Propia

Del análisis de los antecedentes se estableció que las variables a investigar para poder describir a los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca son “Producción, “Calidad”, “Precio internacional” y “Promoción Internacional”.

1.2. Bases Teóricas

1.2.1. Factores de Éxito

Domínguez y Sóbenes (2019) citando a Charles (2011) definieron que los factores clave de éxito son determinantes que influyen en la posición competitiva de una organización dentro de un sector en específico. Estos factores no son estáticos ni fijos, sino que varían según la industria en donde opere la organización y son de suma importancia para tener éxito. Así mismo, dependen de las características económicas y tecnológicas del sector, como también de la capacidad competitiva de la organización.

Los factores claves de éxito son aquellos determinantes tanto controlables como no controlables que influyen en el nivel de competitividad y por lo tanto de éxito en el desarrollo de una organización. Estos factores influyen en la capacidad de una empresa de diferenciarse de sus principales rivales y, por ende, les proporciona una posición privilegiada a los ojos de sus clientes. Los factores claves de éxito pueden ser tanto internos como externos, es decir,

pueden ser generados por la misma empresa o pueden nacer del entorno externo, en la cual la organización no tiene control.

Según Villegas (2005) citando a Ferguson (1982) Los factores críticos de éxito son factores internos o externos a la empresa que deben ser identificados y reconocidos porque soportan o amenazan el logro de los objetivos de la empresa e incluso su existencia.

Requieren de atención especial para evitar sorpresas desagradables o la pérdida de oportunidades. Pueden ser internos o externos, positivos o negativos en su impacto

El éxito exportador y sus determinantes ha sido parte de múltiples estudios a lo largo de los años, pero no se ha logrado tener un consenso por parte de los especialistas, esto debido a que existe muchos antecedentes sobre factores determinantes, con diferentes muestras, técnicas de análisis, diferencias de los sectores estudiados, diferencias de los países analizados y diferencias entre el tipo de empresas parte de las muestras.

Teniendo en consideración estas limitantes, Perez, Garcia, San Martín y Fernandez (2006) en su investigación, buscaron sintetizar la literatura existente respecto a las teorías previas sobre los factores de éxito a la exportación, concluyendo que los determinantes a la performance exportadora son: La Planificación de la exportación, el compromiso de la directiva, la estrategia de selección de mercados, Marketing Mix, la orientación al mercado, la estrecha relación con distribuidores en el extranjero, las competencias internacionales de la empresa, las ventajas competitivas de la actividad exportadora y las características del sector.

1.3. Producción

1.3.1. Definición de Producción

La Producción se relaciona a la planeación, diseño, dirección y control de los sistemas de fabricación de bienes y servicios. La producción de un bien físico comprende el concepto del cambio físico de un bien y se divide en: producción manufacturera, producción de conversión y producción de reparaciones (D'Alessio, 2002).

Según el portal Econopedia (2022) “La producción agrícola es el resultado de la explotación de la tierra para obtener bienes, principalmente, alimentos como cereales y diversos tipos de vegetales”.

1.3.2. Proceso de producción del café verde

Según datos del portal Info Cafés (2022) el proceso de producción del café conlleva los siguientes pasos:

1) **Desarrollo de la planta:** La germinación de la planta se realiza por lo general en viveros con temperatura y humedad controlada. Cuando los plántones alcanzan ciertos centímetros de altura, se trasplantan a parcelas hasta alcanzar su madurez. Las parcelas empiezan a dar frutos entre los 3 a 5 años de vida dependiendo del clima, suelo y variedad de grano.

3) **Extracción del grano (Beneficio):** Este proceso se realiza de dos maneras: vía seca y húmeda. La vía húmeda es el método más utilizado en Perú y consiste en remojar el café cerezo con el objetivo de remover la capa que lo recubre y de esta manera obtener el “café pergamino”. Después de asegurarse de tener solo frutos maduros, el café se introduce en máquinas despulpadoras que terminan de retirar las cáscaras de las semillas. Luego de pasar por la máquina despulpadora, el café queda recubierto por el “mucílago”.

Las semillas cubiertas con el mucílago se dejan reposar en tanques llenos de agua (10 a 20 horas). Este proceso de fermentado ayuda a que el mucílago termine de desprenderse. Por último, el grano se vuelve a lavar para retirar la totalidad de las impurezas.

4) **Secado:** Es el proceso mediante el cual se desprende la cáscara que recubre al café pergamino y lo convierte en café verde. El proceso de secado se realiza extendiendo los granos de café al sol en suelos de cemento, lozas cubiertas con lona o tarimas de madera. El proceso de secado debe ser cuidado utilizando un rastrillo que mueva los granos para obtener una uniformidad de secado. Se busca obtener un grado de humedad del 12%.

5) **Trillado:** Al culminar el proceso de secado, se procede a trillar el café. El trillado se realiza colocando los granos en máquinas que retiran las cáscaras pergamino, obteniendo café oro.

Figura 1

Proceso de Producción del Café Verde



Elaboración Propia

1.3.3. Especies y variedades de café verde

El género *Coffea* café pertenece a la familia Rubiaceae, y cubre más de 6.000 especies, pero solo pocos están aptos para el consumo humano y su comercialización. En Perú se cultiva principalmente Café Arábica (*Coffea Arábica*) y su principal variedad es la “Typica” el cual representa el 70% de la producción nacional, seguidos por las variedades Caturra, Borbón, Pache, Catimor. En menor proporción se produce el tipo *Coffea canephora* (*Coffea robusta* o *Café Robusta*).

Tabla 3

Principales especies de café: Arábica y Robusta

Especies:	Características:
-----------	------------------

**Coffea Arábica:
Café Arábica**

- * Es un grano con mejor sabor y suavidad, pero con menor grado de cafeína que la especie robusta.
- * El café Arábica posee entre 0.8% y 1.4% de cafeína.
- * Esta especie se caracteriza por producir cafés de alta calidad.
- * Es un grano frágil, y debe producirse en climas subtropicales, húmedo, con sombra y sol.
- * Su cultivo se realiza de manera delicada a una altura entre 500 y 2400 msnm
- * Representa aproximadamente el 60% de la producción mundial.



**Coffea Canephora:
Café Robusta**

- * Originario de África Central, producido en zonas secas y con un sabor final menos dulce.
- * El café Robusta posee un 4% de cafeína.
- * Representa aproximadamente el 40% de la producción mundial.
- * Su precio y calidad es menor a la Arábica.
- * Su cultivo se realiza a una altura menor a los 1000 msnm.



Elaboración Propia.

La producción del café peruano se distingue en 3 segmentos: Grandes volúmenes o Café convencional (80%), Café de especialidad (2.4%) y Café Orgánico (17.6%).

* **Café de especialidad:** Corresponden a aquellos cafés de alta calidad, que han pasado por un proceso de certificación y están destinados a nichos especializados. Este tipo de café se califica con un puntaje entre el 1 al 100 según los estándares de la SCA (Specialty Coffee Association). Un puntaje ideal está dentro del rango 80 al 100. Los indicadores para determinar un café de especialidad son el Sabor, Aroma, Acidez, Post Gusto, Equilibrio, Cuerpo, Dulzura, Uniformidad, Taza Limpia.

* **Café Orgánico:** Es el café que garantiza al consumidor que ha pasado por un proceso de producción con lineamientos sociales y ambientales. En Perú el café orgánico se cultiva bajo sombra, es decir, el cafeto crece rodeado de otras plantaciones como la naranja, plátano, limón, mandarina, etc. Este tipo de café debe ceñirse a certificaciones internacionales que garanticen al consumidor que su producto ha sido producido sin insumos químicos.

1.4. Calidad

Los consumidores a nivel mundial son cada vez más exigentes en cuanto a la calidad y origen de los productos que consumen. Esto conlleva a que los productores empiecen a preocuparse por mejorar las características de sus productos y protegerlos contra los peligros los puedan afectar.

Según ISO 9000 “la calidad es el grado en que un conjunto de características inherentes a un producto satisface las necesidades del consumidor”.

Según Walter Shewhart la “calidad es un problema de variación, el cual puede ser controlado y prevenido mediante la eliminación a tiempo de las causas que lo provocan”, es decir, le atribuye importancia a la anticipación y prevención. Por otro lado, Edward Deming en su obra “Calidad, Productividad y Posición Competitiva” destacó la importancia de “establecer el objetivo de mejorar constantemente el producto y el servicio, con la meta de ser competitivos y seguir en el mercado” dándole hincapié a la búsqueda de la mejora continua, logrando avances para que la calidad sea cada vez mejor hacia el cliente (Instituto para la calidad, 2013).

La calidad de un café de excelencia depende de diversos factores como, por ejemplo, el tipo de grano a cultivar, tipo de suelo, la altura de cosecha, el clima y los cuidados en la producción.

1.4.1. Análisis de la calidad Físico y Sensorial del café verde

La calidad del café verde es determinada por un conjunto de indicadores tanto físicos y organolépticos que promueven a los consumidores a pagar un precio mayor por el producto, cuyos atributos consideran mejores que la competencia.

La calidad del café en grano verde se puede evaluar de dos formas, mediante el análisis físico y sensorial:

* **Análisis Físico:** La calidad física del café verde se determina mediante una evaluación visual, es decir, por medio de una valoración de las cantidades de granos sanos, libres de

imperfecciones, que cumplan con los requisitos de calidad establecidos por la SGA o por la propia empresa en una determinada muestra. Los análisis más comunes son “Conteo de defectos”, “Granulometría” y “Medición de la humedad”.

1) Conteo de defectos: este análisis se realiza mediante el olor del café (los olores desagradables son indicadores de mala calidad) y el análisis del color.

2) Medición de la humedad: La humedad de un grano óptimo de café debe estar en un rango del 10% al 12%. Un porcentaje menor a 10 indica que el grano está seco.

3) Granulometría: El tamaño de los granos se identifica mediante una serie de herramientas llamadas “malla” por los cuales pasa el grano de café. Una muestra homogénea es muy valorada por los clientes.

* **Análisis Sensorial:** Este análisis es considerado actualmente como el más confiable y se basa en la estimulación de los sentidos mediante la “degustación o catación”. Se busca analizar atributos como el sabor, fragancia, acidez, sabor residual, cuerpo y balance. La metodología más conocida para analizar y determinar la calidad del café excepcional o también llamado café de especialidad es la “puntuación SCA”. Esta metodología de puntuación permite certificar a los granos que demuestren la más alta calidad mediante un proceso de cata realizado por catadores “Q Grade” certificado por las SCA analizando 10 criterios como la Fragancia, Sabor, retrogusto, Acidez, Cuerpo, equilibrio, uniformidad, dulzor, taza limpia y General.

La puntuación tiene una escala de 0 a 100 en donde los cafés con puntajes superior a 80 son considerados especiales:

- 90-100: Excepcional – Especial
- 85-89,99: Excelente – Especial
- 80-84,99: Muy bueno – Especial

- <80: Comercial – No especial

El tipo de grano también puede determinar la calidad en primera instancia, el grano Arábica se considera de calidad superior al Robusta. Así mismo si ha sido cultivada en altura, también es un índice de buena calidad. Un grano recolectado en su momento óptimo tendrá más calidad que un grano recolectado fuera de tiempo (Inmaduro). El proceso de cosecha a mano es aún la forma más segura de recolectar granos óptimos, pues garantiza que se elijan cerezos de calidad. Algunos autores establecen que el “café lavado o beneficio húmedo” suele ser mejor que el beneficio seco. El cultivo ecológico sin pesticidas es hoy en día muy valorado por muchos consumidores, así mismo el cultivo en sombra (plantación del cafeto entre otras plantaciones) es una de las más ecológicas, lo cual es muy valorado por el mercado internacional.

1.4.2. Certificaciones y sellos de calidad en el café

Los sellos son logos de colores distintivos que van impresos en el empaque de un determinado café. Existen diversos tipos de sellos que le indican al comprador extranjero, que una determinada marca de café cumple con ciertos estándares de calidad como ambientales, sociales, económicos y de origen. Detrás de cada sello, se encuentra una empresa certificada internacionalmente que ha avalado la calidad del producto y le ha otorgado el distintivo mediante un previo análisis

Por otro lado, la certificación es el proceso mediante el cual un productor demuestra a una empresa certificadora, que cumple con ciertos estándares necesarios para llevar impreso un determinado sello, el cual es evaluado analizando toda la trazabilidad de la producción.

Los principales sellos certifican estándares ambientales, sociales y de origen:

- **Sellos de Sostenibilidad ambiental:** Está orientado a un público con conciencia ambiental y están dispuestos a pagar más por ello. Europa es su principal mercado.

- **Sello de justicia social – FairTrade:** Garantiza que la empresa suministradora le ha ofrecido un precio justo al productor para que pueda mantener una rentabilidad aceptable.
- **Sellos de Origen:** Mecanismo que le permite al consumidor certificar que el producto comprado proviene de un lugar en específico, con sus características de calidad propia del área de cultivo.

Tabla 4

Principales sellos que certifican el café

Certificación	Descripción
UTZ Certified	<p>La certificación UTZ es un estándar a nivel internacional que representa la agricultura sostenible. Les permite a los agricultores tener asistencia técnica y conocer nuevos métodos de cultivo, mejora en las condiciones laborales y cuidado del medio ambiente. El organismo encargado de la certificación es "Union Certifications"</p> 
Rainforest Alliance Certified	<p>Los requisitos básicos para poseer el sello es mantener mejores prácticas de siembra, cuidado del medio ambiente, prohibición al trabajo infantil y dar mejores condiciones favorables.</p> <p>La certificación Rainforest alliance certified busca promover la responsabilidad social, ambiental y ayuda económica a las comunidades agrícolas.</p> 
USDA Organic	<p>El sello USDA Organic está regulado por el departamento de agricultura de los Estados Unidos y avala que el producto es 100% orgánico y ha sido cosechado en una tierra libre de agentes</p> 

químicos o radiación. El primer paso para certificarse es ingresar al Programa Nacional Orgánico de Estados Unidos

FairTrade

El sello Fair Trade o de Comercio Justo vincula a productores, empresas y clientes en un sistema de comercio ético, justo y sostenible. Esta certificación le permite al productor asociarse en cooperativas, vender su producto a un precio mayor que le permita cubrir sus costos debido a la prima mínima de Fairtrade e invertir en proyectos empresariales y acceso a crédito.



Elaboración Propia

1.5. Precios Internacionales

Según el Centro del Comercio Internacional (2022) los precios de referencia cotidianos del café físico o verde son determinados principalmente por las condiciones de la oferta y la demanda (Bolsa de New York). La calidad en taza y disponibilidad (oferta disponible) son los criterios generalmente utilizados al determinar el precio de venta final. Así mismo, intervienen otros factores que hacen fluctuar el precio como las expectativas del mercado, la especulación, variaciones en el tipo de cambio, costos de producción, rendimiento físico, etc. A estos precios se les suma ciertas “Primas” por tener certificaciones como el Fair Trade (Comercio Justo) o u Orgánico.

1.6. Promoción Internacional

Según Lerma y Márquez¹ (2010) la promoción es el conjunto de estrategias enfocados en estimular la compra de bienes o servicios, en un determinado canal de distribución internacional. En el Perú, existen múltiples instituciones tanto públicas como privadas que se encargan de promocionar estrategias de la mano con los proveedores para posicionar sus productos en el mercado internacional. Entre las instituciones más importantes

que promueven las exportaciones del grano aromático se tiene a ADEX, Promperú, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Junta Nacional del Café, Cámara Peruana del Café y Cacao, Gobiernos Regionales, entre otros. Los instrumentos más utilizados para la promoción de las exportaciones son las ferias internacionales, misiones comerciales, comercio electrónico y contactos directos en países de origen.

- **Ferias Internacionales:** Las ferias internacionales son exhibiciones mediante el cual diferentes oferentes y posibles compradores, se unen en un determinado lugar para poder negociar posibles alianzas estratégicas, información acerca de tendencias y formas de comercialización para su contrato.

- **Misiones Comerciales:** Es una estrategia de promoción mediante el cual un grupo de productores, empresarios y agencias del gobierno siguiendo un determinado plan realizan un viaje internacional para poder promocionar sus productos ante posibles compradores.

- **Ventas personales internacionales:** Esta estrategia de promoción se realiza enviando vendedores, comisionistas o representantes para poder contactar directamente con el posible cliente en el país de destino.

- **Oficinas de Comercio Exterior (OCEX):** Las oficinas de comercio exterior peruanas son los órganos que el estado utiliza para promocionar la oferta exportable del país, identificar posibles nichos de mercado, crear vínculos estratégicos con instituciones del país de destino y promocionar la participación de productos peruanos en ferias internacionales, misiones comerciales, entre otras. Así mismo constituyen un apoyo para aquellas marcas que quieran incursionar en un determinado país brindándoles asistencia en materia de información y contactos.

1.7. El Café Verde, Definición, Características y Variedades.

Es importante conocer las características y clasificación del café verde, el grano más exportado en la región Cajamarca.

Descripción del producto

- Nombre Comercial: Café verde sin tostar, sin descafeinar
- Partida Arancelaria: 0901.11.90.00
- Descripción según partida: Los demás cafés, sin tostar y sin descafeinar
- Nombre comercial: Café en grano verde

El Café verde en grano es aquel que no ha pasado por un proceso de tostado. El café en su forma natural tiene un aroma más intenso y un sabor ligeramente más amargo. El café verde posee dos componentes de suma importancia: el ácido clorogénico y la cafeína. En su estado natural (Grano Verde) el principal componente es el ácido clorogénico. Al tostar el café verde se aumenta el componente de cafeína, y se reduce el de ácido clorogénico. Entre las principales virtudes del café en grano verde podemos encontrar su poder antioxidante debido a sus índices de ácido clorogénicos. Así mismo, sobresalen sus efectos antiinflamatorios. Su capacidad para evitar la acumulación de grasa en el cuerpo, la reducción del apetito, la mejora en el sistema nervioso, entre otros grandes beneficios.

1.8. Formulación del problema

¿Cuáles fueron los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021?

1.9. Objetivos General

Describir los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

1.9.1. Objetivos Específicos

O1. Describir a la Producción como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

O2: Describir la Calidad como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

O3: Describir el Precio como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

O4: Describir la Promoción Internacional como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La presente investigación es de enfoque cualitativo, debido a que se busca la opinión de los diversos proveedores Cajamarquinos respecto a su percepción frente a los factores que promovieron sus exportaciones de café verde al mercado internacional. Según Hernández, Fernandez y Baptista (2014) “El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. Se involucran a unos cuantos casos porque no se pretende necesariamente generalizar los resultados del estudio, sino analizarlos intensivamente. Su muestra está compuesta por casos individuales, representativos no desde el punto de vista estadístico, sino por sus “cualidades”.

El alcance que se determina para la presente investigación es de tipo descriptivo, ya que se busca detallar y describir las características de los factores que promovieron las exportaciones de café verde Cajamarquino. Según Hernández, Fernandez y Baptista (2014) “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. El diseño de la investigación es No Experimental – Transversal debido

a que no manipularemos deliberadamente las variables investigadas y analizaremos estas variables en un momento determinado de tiempo.

Población y Muestra: El tamaño de la población está conformada por 37 organizaciones exportadoras de café verde en la región Cajamarca quienes superaron en el año 2021 la barrera del millón de dólares FOB de exportación según datos estadísticos de ADEX DATA TRADE. La muestra se determinó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia en donde se eligió a 04 empresas representativas del sector en base a su posición en el ranking de exportadores de café verde Cajamarquino y a su disponibilidad para el acceso a la información. Según Otzen y Manterola (2017) el muestreo no probabilístico por conveniencia “Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos en la investigación. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador”.

Tabla 5

Muestra: Principales exportadores de café verde Cajamarquino

RUC	Razón Social	Total
20603964153	COMERCIO AMAZONIA S.A.	USD 34,802,983.56
20512896252	OLAM AGRO PERÚ S.A.C.	USD 34,454,439.61
20107974467	COMPAÑÍA INTERNACIONAL DEL CAFÉ SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	USD 22,731,797.40
20522061035	EXPORTADORA ROMEX S.A.	USD 15,987,393.38
20438297775	COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CENFROCAFE PERU	USD 14,788,980.99
20109195848	PROCESADORA DEL SUR S.A.	USD 11,991,560.96
20480385579	COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES SOL&CAFÉ LTDA.	USD 9,716,960.25
20525416543	COOPERATIVA AGRARIA NORANDINO LTDA.-COOP.NORANDINO	USD 7,964,732.41
20147123052	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA "LA PROSPERIDAD" DE CHIRINOS	USD 6,308,400.41
20601057353	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA COFFEE PERÚ	USD 6,087,158.45
20113940515	COOPERATIVA AGRARIA " FRONTERA SAN IGNACIO " LTDA.	USD 5,922,371.36
20601714893	COOPERATIVA AGRARIA Y SERVICIOS MÚLTIPLES CAFE AMOJU	USD 5,436,873.88
20488081820	PRODUCTOS Y SERVICIOS NOR ORIENTE S.A.C.	USD 4,387,284.01
20437547263	COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES APROCASSI	USD 4,379,421.65
20600596382	FINCA CHURUPAMPA PERU S.A.C.	USD 4,233,767.99

Elaboración Propia

Fuente ADEX Data Trade

Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Los instrumentos utilizados para la recolección de datos en la presente investigación son la Entrevista semiestructurada con preguntas abiertas, el cual será validado por 03 expertos y la revisión documental.

* **Entrevistas Semiestructurada:** Según Díaz, Torruco, Martínez y Varela (2013) la entrevista se define como una conversación propuesta con un objetivo determinado, el cual es la obtención de respuestas verbales a las interrogantes planteadas según el problema propuesto. La entrevista semi estructurada, parte de preguntas planteadas por categorías, que pueden ajustarse a los entrevistados conforme este dialogo se realice, es decir, se caracteriza por realizar preguntas libres adicionales con lo cual se abre el debate. De esta manera se realizarán entrevistas semiestructuradas online a diversos representantes de organizaciones pertenecientes al sector agroexportador del café utilizando preguntas abiertas con el fin de conocer mediante su opinión y experiencia las características los factores propuestos y si estos promovieron las exportaciones del café verde Cajamarquino al mercado Internacional en los últimos años.

* **Revisión Documental:** Se realizaron búsqueda de datos e información de instituciones directamente relacionadas al sector, los cuales detallaron información relevante que apoyen los datos obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas.

Técnicas e instrumentos de análisis de datos: Los datos extraídos de las entrevistas semiestructuradas y de la revisión documental, se procesó e interpretó mediante la técnica del “Análisis de Contenido”. Según Guix Joan (2008) El análisis de contenidos es una herramienta de gran utilidad basada en el análisis y la interpretación de fuentes documentales y en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido manifiesto, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, para descubrir y evidenciar sus contenidos latentes. El objetivo es conocer no sólo lo que se transmite literalmente, sino todo aquello que pueda influir o condicionar el mensaje implícitamente.

Procedimiento: La recolección de datos se inició mediante el proceso de la revisión documental. Este permitió recaudar información de los principales portales web y herramientas suministradas por PROMPERÚ, ADEX, MIDAGRI. Las fuentes de información se eligieron siguiendo aquellas bases de datos consideradas confiables y que tengas relación a las variables elegidas. Posteriormente se redactó las preguntas abiertas que se realizarían en las entrevistas, el cual fue validado por 03 expertos (Véase Anexo).

Posteriormente se contactó con los representantes de las diversas organizaciones líderes en la exportación de café verde Cajamarquino según ADEX Data Trade. El contacto se realizó mediante correos electrónicos, pactando las entrevistas y absolviendo sus dudas. Las entrevistas se realizaron siguiendo las preguntas previamente validadas por expertos, mediante el uso de las plataformas Zoom y Google Meet. Posterior a la recolección de datos se plasmó los resultados en la investigación realizando una comparación entre la data obtenida y los antecedentes encontrados para posteriormente culminar con la redacción de las conclusiones mediante el análisis de contenido de los datos obtenidos.

Aspectos Éticos: La presente investigación fue elaborada utilizando información verídica, tanto la recaudada mediante el análisis documental como la información brindada por los entrevistados. De igual manera, se aclara que la información recaudada será citada correctamente, amparando la propiedad intelectual de los autores, según el art. 44 de la Ley sobre el Derecho de Autor (D.L. N°822). Así mismo, se les suministró a los participantes de las entrevistas una clara explicación de la naturaleza de la investigación y su rol en esta, para poder obtener el pertinente consentimiento del uso de su información.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Por medio de los hallazgos descritos a continuación, se pretende responder a la pregunta de investigación el cual busca describir a los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021. Los resultados obtenidos por medio de la revisión documental y las entrevistas semi estructuradas se dividieron según los objetivos específicos planteado en la matriz de consistencia.

3.1. Describir a la Producción como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

3.1.1. Producción de Café a nivel nacional

Tabla 6

Producción de Café por principales regiones por Toneladas (2018 - 2021)

Departamento	Producción 2018	Producción 2019	Producción 2020	Producción 2021
San Martín	91,423	85,439	82,809	77,786
Cajamarca	63,893	71,794	71,793	76,752
Junín	89,837	80,430	72,335	68,463
Otras Regiones	124,464	125,657	126,269	141,743
Total, Nacional	369,620	363,320	353,206	364,744

Fuente: Sistema de información regional para la toma de decisiones - SIRTOD (INEI)
Elaboración Propia

La tabla N°6 detalla de manera general los niveles de producción en Toneladas de las principales regiones cafetaleras durante los últimos años. San Martín ha sido en los últimos años la región líder en la producción de café a nivel nacional, llegando a los 77,786 Toneladas en 2021, aunque esta región muestra índices de caídas en su producción. Así mismo Junín ha mostrado índices de contracción en su producción en los últimos años con una caída del – 23.79% entre el 2018 al 2021. Por otro lado, la región Cajamarca ha mostrado una tendencia positiva, mostrando índices de crecimiento en su producción del 20.13% desde

el 2018 al 2021. San Martín representa el 23.35% de la producción total nacional, seguido de cerca por la región Cajamarca el cual representa el 20.54%.

3.1.2. Hectáreas cosechadas

Tabla 7

Hectáreas de cosecha del café en las principales regiones (2018 - 2021)

Región	Cosechas de café (ha) 2018	Cosechas de café (ha) 2019	Cosechas de café (ha) 2020	Cosechas de café (ha) 2021
Cajamarca	64,647.00	64,908.00	65,691.00	66,182.50
San Martín	94,343.60	93,987.10	94,647.00	78,276.10
Junín	99,137.00	94,913.00	91,203.00	92,256.00

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI)

Elaboración Propia

Cajamarca muestra incrementos en sus índices de hectáreas para cosecha en los últimos años. Estos índices tienen una variabilidad porcentual de + 0.40%, +1.62% y +0.34% en los años 2019, 2020 y 2021. Caso contrario lo mostrado por la región San Martín que, si bien posee mayores hectáreas de cosecha, estas han tenido una reducción de -0.38%, +0.70% y -17.30% en los años 2019, 2020, 2021. Junín por otro lado, también muestra una desaceleración en sus hectáreas con índices de -4.26%, -3.91% y +1.15% en los años 2019, 2020 y 2021.

3.1.3. Productividad Agrícola

Tabla 8

Rendimiento por Hectárea Cosechada (TN/HA)

Región	Rendimiento (Tn/ha) 2018	Rendimiento (Tn/ha) 2019	Rendimiento (Tn/ha) 2020	Rendimiento (Tn/ha) 2021
Cajamarca	0.99	1.11	1.09	1.16
San Martín	0.97	0.91	0.87	0.98
Junín	0.91	0.85	0.79	0.74

Elaboración Propia

Cajamarca es la región que mostró los mayores índices de rendimiento por hectárea cosechada de café. Su rendimiento se ha mantenido por encima de las regiones San Martín y Junín a pesar de tener menos hectáreas.

3.2. Describir la calidad como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

3.2.1. Regiones productoras de café orgánico (2021)

Tabla 9

Áreas certificadas del café orgánico por regiones (2021)

Región	Hectáreas Certificadas (ha)
Cajamarca	58,300.00
Junín	55,176.00
Amazonas	15,041.00
San Martín	14,996.00
Otras Regiones	25,565.00
Total	169,078.00

Fuente: JNC

Elaboración Propia

Según datos de la Junta Nacional del Café, Perú es considerado al 2021 el segundo exportador de café orgánico con 169,078 hectáreas certificadas, solo después de Etiopía con 182,963 y superando a México el cual tiene 82,525 hectáreas totales. Dentro del país, Cajamarca es la región líder con 58.300 hectáreas certificadas, superando a Junín, Amazonas y San Martín con 55,176 y 15,041 y 14,996 hectáreas certificadas respectivamente.

3.2.2. Mapa Sensorial del Café según “Cafés del Perú”

Cajamarca es una región que se ubica en la zona norte del país dividido políticamente en 13 regiones incluido su capital “Cajamarca”. Las zonas cafetaleras de esta región son las provincias de Jaén y San Ignacio. El café Cajamarquino se cosecha en la zona Selva de la región. La altitud de cosecha de la región oscila entre los 550 y 1950 msnm, con climas templados en valles y cálidos en quebradas. Las variedades que sobresalen son la Caturra, Catimor y Bourbon.

Tabla 10

Características de la región Cajamarca

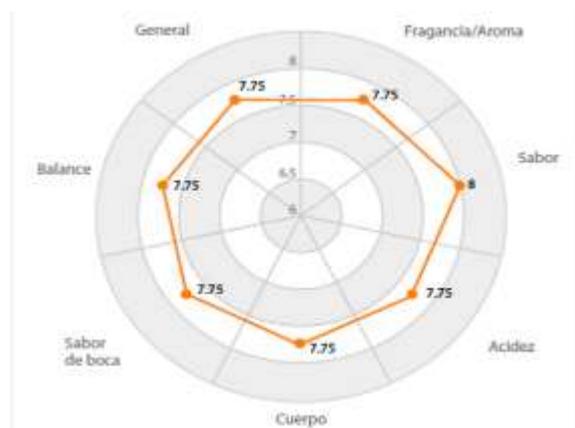
Región	Características
Cajamarca	Zona: Norte Superficie productora: 66,182.50 Toneladas producidas: 76,752.00 Variedades: Caturra, Catimor y Bourbon. Altitud: 550-1950 msnm Fecha de cosecha: Abril-Agosto Temperatura: 21.7 °C Precipitación: 1282 mm PH de suelo: 4.5

Fuente: "Cafés del Perú" - PROMPERU

Elaboración Propia

Figura 2

Mapa Sensorial del café Cajamarquino



Fuente y Elaboración: PROMPERÚ

El Perfil sensorial del café de especialidad elaborado por PROMPERÚ para la región Cajamarca detalló la excelente calidad en taza que entrega la región al mercado internacional. El índice más importante de este estudio es el "Sabor" el cual obtuvo el máximo puntaje, seguido por excelentes resultados en las demás variables.

3.3. Describir el precio como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

3.3.1. Precio Relativo de exportación

Tabla 11*Precio relativo de exportación del café Cajamarquino FOB x KG (2018 -2021)*

Año	2018		2019		2020		2021	
Precio relativo (FOB USD/KG)	USD	2.41	USD	2.61	USD	3.00	USD	4.08
Exportación (Kg)	105,686,584.25		89,930,639.33		80,790,471.25		61,812,891.20	
FOB TOTAL (USD)	254,716,340.14		234,887,656.48		242,692,629.25		252,180,467.75	

Fuente: PROMPERÚ
Elaboración Propia

El precio del café verde de exportación en Cajamarca mostró índices bajos pero crecientes desde el año 2018. Su crecimiento fue de 8.37%, 15.01% y 35.81% a los años 2019, 2020 y 2021 respectivamente. Al último año 2021, su precio llegó a un valor de 4.1 USD/KG. Este aumento de precios debido a la reducción en sus niveles de exportación por kilos y la escasez de la oferta brasilera a nivel mundial, lo cual trajo una mejora en términos de valor.

3.3.2. Precio en Chacra del café Cajamarquino (2018 al 2021)

Tabla 12*Precio en chacra del café en la región Cajamarca (KG/Soles)*

Región	2018		2019		2020		2021	
Cajamarca	S/	6.01	S/	6.11	S/	6.95	S/	9.66

Fuente: SIEA – MIDAGRI
Elaboración Propia

Se puede observar que desde el 2018 el precio en chacra ofrecido al caficultor ha sido bajo, solo al año 2021 el precio de referencia subió a los 9.66 soles por kilogramo.

3.4. Describir a la Promoción Internacional como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

3.4.1. Promoción Regional del Café

Figura 3

Banner Expo Café Cajamarca 2022



Fuente: Portal Andina, Agencia peruana de noticias

La figura N°3 nos muestra el banner publicitario de la Expo Café Cajamarca 2022 el cual es un espacio que se realiza año tras año para poder promover la cultura cafetalera Cajamarquina. Este evento es promovido por el gobierno regional y entidades privadas relacionadas al sector, el cual tiene como objetivo impulsar el desarrollo productivo y económico de los caficultores y empresarios de la zona, así mismo la promoción de las ventas internacionales.

3.5. Entrevistas Semi Estructuradas

3.5.1. Perfil del Entrevistado - COINCA

Tabla 13

Entrevista y Resultados de la empresa COINCA (Compañía Internacional del Café)

Perfil del Entrevistado N°1

Nombre:	Kurt Futterknecht
Cargo:	Gerente de Exportaciones
Organización:	Compañía Internacional del Café
Ubicación:	Jaén - Cajamarca
Tipo de entrevista:	Entrevista Semi Estructurada
Lugar de Entrevista:	Google Meet

Elaboración Propia

Según comentó Kurt Futterknecht, gerente de Ventas y exportaciones de la empresa COINCA, la organización es parte de un grupo cafetalero que se encuentra ubicada en múltiples países del mundo como Colombia, México, Honduras, Vietnam, Estados Unidos entre otros. Kurt detalla que la industria del café nacional en los últimos años fue golpeada fuertemente por la enfermedad de la roya amarilla, el cual afectó duramente las plantaciones de café en el año 2013. Aproximadamente en el año 2018 se empezó a ver mayor apoyo técnico y de fertilizantes por parte del estado para tratar de revertir la situación lo cual ayudó mucho a mejorar la productividad tal y como se ve en la actualidad. Cajamarca tuvo la capacidad de enfrentar la problemática de la roya amarilla debido a que sus plantaciones de café eran más jóvenes, fuertes y cuidadas que las plantaciones de otras localidades como Chanchamayo en Junín. Cajamarca al no sufrir en gran medida el impacto, pudo tomar ventaja respecto a las regiones más afectadas. Adicional se visualiza una mayor predisposición de las nuevas generaciones cafetaleras en el norte a mejorar la producción de su café con ideas más innovadoras en cuanto a su cultivo, fertilización y cosecha.

COINCA no produce café sino se encarga de comprar granos por medios sus 09 redes de acopio conformado por pequeños y medianos intermediarios quienes se encargan de reunir el café de los diversos productores en Cajamarca. Esto debido a que los pequeños productores no tienen la capacidad de entregar un volumen de gran tamaño por si solos. Los tipos de café que mayormente compran son la variedad Typica, Caturra, Bourbon. Aproximadamente el 90% de los acopiado se exporta y lo demás se suele vender en el mercado local.

El control de la calidad la realizan en 02 niveles, primero se saca una muestra de los granos que el intermediario acopió, con esta muestra se realiza el análisis físico y posteriormente en su área de análisis, realizan la prueba organoléptica por medio de la catación del café preparado. La empresa cuenta desde hace 10 años con certificaciones de calidad como la Rainforest Certification, Fair Trade y certificados orgánicos avalados por Estados Unidos y la Unión Europea. Estos sellos son muy requeridos por los importadores en países como U. S.A y Alemania. Para las exportaciones de café convencional no utilizan sellos, es decir solo se rigen a las normas internas del país como la NTP 209.027:2018.

Los precios base de compra son determinados por la oferta y la demanda, es decir mirando a la competencia más directa actualmente el cual es Honduras. Así mismo, toman como base el precio interno en chacra y las primas que nacen de las certificaciones obtenidas como el orgánico. En los últimos 04 años el precio se ha mantenido estables pero bajos. Antes del COVID los precios en chacra se mantenían estables, solo al año 2021 los precios tuvieron una subida abrupta debido a los problemas de producción de Brasil. Esto incentivó en gran medida a los productores Cajamarquinos.

Según detalla Kurt, *“Los precios no es un factor que haya promovido en gran medida en los últimos 04 años las exportaciones debido a que se mantuvieron bajos, es más se está visualizando aumentos en costos de producción. De todas maneras, al mantenerse estable, los productores mantuvieron un optimismo al futuro”* Por otro lado el tipo de cambio es un factor que no tuvo un impacto tan fuerte como para bajar los niveles de acopio y exportaciones.

COINCA no utiliza estrategias de promoción como apoyo de instituciones públicas o privadas debido a que utilizan oficinas propias de importación en los países más importantes, de esta forma tenemos contacto directo con nuestros clientes. El representante de estas oficinas realiza el trato con el cliente en el país de destino y nos hace el pedido.

Kurt considera que el factor más importante que influyó en las exportaciones Cajamarquinas en los últimos 4 años fue la gran calidad que le imponen a sus granos de café, esto debido a sus buenos manejos en la parte productiva y la privilegiada zona geográfica (Altura, Clima) en donde se encuentran ubicados sus cafetos. Según detalla Kurt “La búsqueda de la calidad debe ser un punto clave de mejora debido a que si esta no es consistente nos puede hacer perder mercado, como por ejemplo lo ocurrido con Japón quienes bajaron sus niveles de importación desde Perú”. Así mismo detalla que el buen cuidado en la producción va ligado con la mejora de la calidad.

3.6.1. Perfil del Entrevistado – Asociación de productores agropecuarios Lima Coffee

Perú

Tabla 14

Entrevista y Resultados con la empresa Lima Coffee Perú

Perfil del Entrevistado N°2	
Nombre:	Katherine Hernández Campos
Cargo:	Jefe de Logística y Exportaciones
Organización:	Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Peru
Ubicación:	Jaén - Cajamarca
Tipo de entrevista:	Entrevista semi estructurada
Lugar de Entrevista:	Zoom Meetings

Elaboración Propia

Según comenta la encargada del área logística y exportaciones Katherine Hernández, Lima Coffee es una empresa que cuenta con 06 años en el mercado, nacida para el negocio agroexportador ubicado en la localidad de Jaén, Cajamarca.

La empresa no produce café, no poseen tierras propias sino se encargan de acopiar granos a sus 800 asociados de las localidades como Jaén y San Ignacio. Este acopio se realiza mediante el establecimiento de bases en diversas localidades, los cuales son los encargados de realizar el acercamiento con los productores. Se debe tener en cuenta que la organización decidió asociarse con productores que puedan cosechar en alturas mayores a los 1000 msnm.

Lima Coffee exporta café verde de las variedades Caturra, Bourbon amarillo, bourbon rojo, Geisha, Catimor entre otras variedades propia de la localidad. Estas se venden en su modalidad de “café de especialidad”, así mismo exportan café certificado como orgánico, Rainforest Alliance y FairTrade. La producción se da mediante el beneficio húmedo.

En los últimos 04 años el volumen de sus exportaciones tuvo una variación positiva, al iniciar las exportaciones en 2016 se enviaban entre 10 a 25 contenedores, al 2021 llegaron hasta los 110 contenedores anuales. En los últimos 04 años la productividad se ha mantenido estable, salvo en 2020 en que la pandemia afectó los procesos de cosecha y acopio y redujo la producción, pero en poca medida. Sus principales países clientes son Estados Unidos y Bélgica. En cuanto a las enfermedades, la Roya Amarilla no ha afectado en los últimos 04 años en gran medida las localidades de San Ignacio y Jaén. Estas han sabido enfrentar la enfermedad gracias a sus cafetos jóvenes, con buena fertilización y su ubicación en gran altura. Las parcelas de café de sus principales productores en Jaén y San Ignacio se encuentran a una altura entre los 1,200 y 2,000 msnm. Esta altura reduce la producción, pero aumenta la calidad del grano, así misma aleja que la roya afecte en gran medida.

El precio internacional en los últimos 4 años se ha mantenido estables pero bajos, esto era un desaliento para los productores, al 2021 los precios se dispararon debido a la coyuntura mundial, esto fue un alivio para los productores. *“Así mismo, el tipo de cambio en el año 2021 estuvo alto, eso beneficio en los márgenes de ganancias de la empresa”*. Los precios de exportación de su café se determinan de manera mixta, por ejemplo, al tener la certificación de comercio justo, su precio mínimo es de \$ 1.40 x Libra y con una prima de \$ 20 por libra. Al tener la certificación orgánica, adicional a la prima fair trade se le suma una prima orgánica de \$ 0.30 por libra. Así mismo se utilizan los datos de la bolsa de Nueva York. También se considera el costo de producción.

Para mantener la calidad del café, la empresa posee 02 catadores Q-Grader certificados por la SCA los cuales se encargan de realizar el proceso de análisis físico y sensorial. Hay que tener en cuenta que se exporta casi la totalidad del café, es decir un café con un puntaje de 82 tiene clientes al igual que uno de 85 puntos, salvo el precio que si cambia. Esta calidad también se representa mediante los sellos Rainforest Alliance, FairTrade y Control Union.

En cuanto al café, no realizan labores de publicidad. Lo que si realizan son participaciones en ferias internacionales importantes como la “Specialty Expo Café” promovida por la SCA, así mismo se procura enviarle toda la información que requiera el cliente para poder tener mejor noción de la organización y sus productos Se visualiza una participación de los programas del estado como agro ideas el cual le da apoyo a los productores para mejorar su producción.

De los factores que se revisó, el factor más importante es la calidad. Según menciona Katherine, *“se ha observado que los clientes pueden pagar grandes sumas de dinero por un café de excelente calidad, cosechado a una buena altura y con certificaciones que la avalen así el precio el precio este alto”*. Este reconocimiento de calidad ayuda a que la región cafetalera de Cajamarca se posicione en la mente del consumidor y este la tome como primera opción de compra. También se debe mencionar la importancia del fortalecimiento y crecimiento de las cooperativas cafetaleras Cajamarquinas, quienes alentaron a los pequeños productores a unir fuerzas y exportar en grandes volúmenes, adicional a la asistencia técnica que estos les brindan a los agricultores en temas de mejora de la productividad y cuidado de sus parcelas. La empresa actualmente posee 800 asociados productores.

3.7.1. Perfil del Entrevistado – Cooperativa APROCASSI

Tabla 15

Entrevista y resultados con la Cooperativa de Servicios Múltiples Aprocassi

Perfil del Entrevistado N°3

Nombre:	Larisa Tenorio
Cargo:	Encargada del área comercial y Exportaciones
Organización:	Cooperativa de servicios múltiples Aprocassi
Ubicación:	San Ignacio – Cajamarca
Tipo de entrevista:	Entrevista semiestructurada
Lugar de Entrevista:	Google Meet

Elaboración Propia

La cooperativa APROCASSI tiene 22 años de vida institucional ubicada la localidad de San Ignacio, Cajamarca conformada por 634 productores asociados. Las campañas de cosecha pico son en los meses de Junio, Julio y Agosto. Se cosecha café arábico de la variedad caturra, Catimor, Bourbon principalmente, de las localidades de San Ignacio y Jaén.

La producción en los últimos años se ha mantenido, pero al 2020 y 2021 se visualiza una disminución en menor medida debido a problemas climáticos. *“Al año se exporta aproximadamente 80 contenedores de café verde. En 2020 debido a la pandemia de la COVID 19, nuestras exportaciones cayeron de una forma mínima, con exportaciones entre 70 a 72 contenedores debido a las restricciones de los agricultores para desplazarse al campo y a las bodegas de acopio”*.

La cooperativa tiene un área de producción encargada de brindarle asistencia técnica y capacitación a los productores en temas como abonamiento, renovación de fincas para la mejorar su calidad y productividad. Según menciona Lenin, *“hace unos años en 2018 se implementó un sistema de secado artificial, para que los productores no tengan que limitarse al secado bajo el sol y puedan realizar dicho trabajo en lugares controlados todos los meses del año independientemente del clima”*. La organización ha realizado diversos diagnósticos en las fincas de sus asociados para poder instalar sistemas agroforestales. La producción se da mediante el beneficio húmedo y utilizando tarimas de elevación que aleja a los granos del suelo para el proceso de secado hasta llegar al 12% humedad.

La cooperativa exporta café de especialidad y café orgánico cosechado en altura para brindarle mayor calidad al producto. Los certificados que posee la cooperativa son el fairtrade, orgánica, RainForest, SPP, entre otros. Cada muestra de café acopiado se vende, tienen marcas para la venta de cafés con 81 puntos y hasta cafés con 85 puntos.

El precio toma como base el rendimiento físico del café y la bolsa de Nueva York, luego se le aumentan las primas respecto al sello que posea. En los últimos años el precio ha estado bajo pero estable, salvo los últimos años en que el precio se disparó debido a las heladas de Brasil. Esta subida de precios afectó mínimamente al consumo y la demanda. Consideramos que el precio no ha sido una variable de gran impacto para aumentar las exportaciones.

En cuanto a la promoción la cooperativa participa en ferias internacionales promovida por instituciones públicas como PROMPERU y actividades de marketing por medio de su página web. Tienen fuertemente el concepto de que el cliente debe estar muy bien informado para que su decisión de compra aumente. Así mismo se le da hincapié a la marca Perú el cual les da mayores ventanas de venta para sus productos.

De las 4 variables mencionadas, la producción y la calidad son las más importantes para promover las exportaciones de café. *“Una buena producción nos dará un buen café de calidad tal y como lo desea el cliente. Una buena calidad crea confianza y posicionamiento, de esta manera las exportaciones se han mantenido”.*

APROCASSI indicó que otra variable a tomar en cuenta es la cantidad de cooperativas de la región y la seriedad de su administración, las cuales les permite a los productores unir fuerzas aumentar su volumen de exportación, tener asistencia técnica, y mayor confianza empresarial. Por último, resaltar la privilegiada zona geográfica de Cajamarca que le permite al café ser sembrado en altura, con parcelas jóvenes que dan mayores rendimientos de producción y con un clima acorde.

3.8.1. Perfil del Entrevistado - Cooperativa Sol & café

Tabla 16

Entrevista y resultados con la Cooperativa Sol & Café

Perfil del Entrevistado N°4	
Nombre:	Lenin Gómez
Cargo:	Asistente Comercial
Organización:	Cooperativa Sol &Café Ltda.
Ubicación:	Jaén
Tipo de entrevista:	Entrevista semiestructurada
Lugar de Entrevista:	Google Meet

Elaboración Propia

Sol & Café es una cooperativa que tiene su rango de trabajo en las regiones de Jaén y San Ignacio el cual que nace bajo un proyecto de la organización Caritas en el año 2003. Actualmente cuentan con 1,160 productores de café, cacao y arroz. Actualmente producen café verde de la variedad típica, caturra, bourbon, Pache, Mundo Novo, Geicha. Lo más solicitados son los Caturras, Typicas y Geichas. La producción se realiza mediante el beneficio húmedo, siguiendo los lineamientos de los certificados orgánicos obtenidos.

Antes del COVID la producción y exportación se mantenían estables, pero al llegar la pandemia todo cambio. La forma de acopio, compra, de recolección, la producción bajo, no de una forma brusca, pero si bajo un poco. *“Al 2021. Las exportaciones en cantidades bajaron, pero debido al aumento de precios trajo beneficios a nuestros productores”*.

Hasta el año 2021 los productores invertían dinero en mejorar su producción en áreas como el secado, fertilizantes, buscando mejoras en sus procesos, pero este año 2022 debido a múltiples factores como la crisis de los fertilizantes, por ejemplo, tuvieron que acortar de alguna forma esa inversión. Esa inversión años atrás los ayudó a mantener su producción estable y a mejorar la calidad de sus cafetos. Según mencionó Lenin *“Nosotros como cooperativa le brindamos asesoría técnica a los agricultores desde hace muchos años, para que nuestros asociados pudieran tener una producción estable y puedan exportar la totalidad*

del volumen. Las plagas no han sido un gran problema para la producción en Cajamarca, es decir, si afecta, pero no al nivel de los años 2011, 2012 o 2013”.

En cuanto a la calidad, detalla que Cajamarca está situada en un lugar preferencial debido a su locación geográfica, esto les ayuda a cosechar café de calidad. Tener en cuenta que la región empezó a sobresalir debido a que en los años en que la roya amarilla atacó al país, sus cafetos eran más jóvenes y fuertes. Mientras que regiones como Junín sufrieron la pérdida de grandes cantidades de cosecha.

También consideró que las cooperativas fue el punto de quiebre para el aumento y mejora de la producción y exportación en Cajamarca. Lenin mencionó *“antiguamente las grandes empresas privadas tenían el control de los precios y les pagaban a los agricultores menos de lo que valía su producto, en cambio nosotros tratamos de ver a los agricultores como un ente esencial en nuestro trabajo, le pagamos lo justo, los ayudamos a certificar sus hectáreas de producción para de esa forma tener un mejor precio y le brindamos asistencia técnica siempre que lo requiera. Un productor por si solo no podría cumplir con los grandes volúmenes que piden las empresas internacionales, con nosotros tiene una venta asegurada, siempre y cuando sea un café de calidad y bien cuidado”.*

APROCASSI produce café de especialidad y orgánico. Tienen 4 certificaciones, entre FairTrade, RainForest, USDA Orgánico, símbolo de pequeño productor y “café practices” desde hace 10 años. *“Estas certificaciones nos han ayudado a ganar nichos de mercado en estos últimos años. Estados unidos, Bélgica y Alemania son nuestros principales clientes, estos países son muy conscientes de la responsabilidad social y suelen pedir cafés con sellos que apoyen a los agricultores, medio ambiente”.* Así mismo mantienen una trazabilidad del café, para mantener la calidad de esta, por medio del análisis físico, sensorial y apoyo directo al agricultor mediante su área técnica. *“La calidad es uno de los pilares de nuestra cooperativa y es muy valorado por nuestros clientes”.*

Los precios internacionales en los últimos 2 años aumentaron y trajo un impacto negativo para la cooperativa ya que al ser más alto el precio, el acopio también se hace más caro. Los productores están felices con estos precios altos pero la cooperativa tiene un margen de ganancia menor. Aun así, las exportaciones no han bajado bruscamente porque los clientes no han dejado de buscar nuestros productos, a pesar del precio más alto. *“Nuestros precios están fijados en base al mercado internacional, como la bolsa de Nueva York, adicional de la prima dependiendo del sello que haya logrado el productor. Por ejemplo, una prima orgánica es de + 0.30 dólares x lb, el de comercio justo llega al + 0.20 dólares por libra, la prima para el raiforest puede llegar de los 5 a 20 dólares dependiendo de la negociación del quintal”*. El aumento del tipo de cambio no tuvo un impacto significativo en sus exportaciones.

Aprocassi utiliza el tipo de promoción directa, también participan en ferias internacionales, misiones comerciales, pero con recursos propios. *“No utilizamos el apoyo de PROMPERU porque preferimos crear nuestras propias estrategias de promoción hacia nuestros clientes. Estas estrategias nos ayudaron a encontrar nuevos clientes en los últimos 4 años, aunque no de una forma tan significativa ya que, por medio de nuestra experiencia de años, ganamos clientes fieles que son la base de nuestro negocio”*. Consideran que la confianza de sus productos de alta calidad y la confianza que brindan son la base para mantener sus exportaciones en los últimos 4 años. *“Nuestros clientes saben que cumpliremos con entregarles sus productos a tiempo y con la calidad que requieren. Adicional considero que un factor clave para el aumento de las exportaciones en Cajamarca fueron la creación y crecimiento de las cooperativas. Esta unión de cafetaleros cajamarquinos fueron el pilar del crecimiento del sector”* detalló el representante de Aprocassi. Detalló que antiguamente los cafetaleros no tenían mucho apoyo, tenían que buscar intermediarios o ir directamente a las grandes empresas, pero con las cooperativas tuvieron ayuda técnica, capacitación, trabajo en

la renovación de sus cafetales. Con esto la calidad mejoró, los volúmenes aumentaron y los clientes pusieron sus ojos en la región.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Limitaciones:

Las limitaciones en la presente investigación fueron:

- La búsqueda y contacto con las empresas entrevistadas se vio impactada por los pocos medios de contacto que existen actualmente. Los correos y números de contactos en sus páginas web, en muchas ocasiones se encontraban desactualizadas, por lo que se tuvo que recurrir a plataformas como LinkedIn, Facebook, Agenda ADEX.
- Los entrevistados tuvieron demoras para confirmar las entrevistas debido a que detallaron que se encuentran en tiempos de plena cosecha propia del sector, por tal motivo el trabajo ha aumentado y el tiempo es corto.

En este capítulo se procederá a realizar el análisis, validación y relación de la teoría planteada con los resultados obtenidos.

4.1. Análisis del objetivo específico 1: Describir la producción como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

El análisis documental respecto al factor “Producción” detallo que la productividad en la región Cajamarca es más alta en comparación que la de sus principales regiones competidoras. Si bien se visualiza según la data que sus niveles de hectáreas para cosecha y producción son menores que San Martín y Junín, la región Cajamarca ha aprovechado en los últimos 04 años mejor sus recursos permitiendo tener grandes niveles de producción y por tal motivo de exportación. Los entrevistados coincidieron que la producción en Cajamarca gozó

del beneficio de la producción en altura propia de la región, así mismo, el apoyo técnico y especializado brindado por las asociaciones y cooperativas como por ejemplo la instalación de parcelas agroforestales, renovación de plantaciones, mejoras en el abono, mejora de suelos, mejora en el riego, entre otros.

Este es un punto a favor para la región Cajamarca que lo hace sobresalir de otras como por ejemplo Huánuco, tal y como lo detallan Ayllón y Loayza (2020) quienes sustentaron en su tesis que la producción en la región Huánuco, zona del Valle del Monzón presenta aún puntos por mejorar para promover sus exportaciones, esto relacionado a faltas de sistemas de control, falta de capacitaciones, desconfianza entre productores que impiden la libre asociatividad y una inadecuada infraestructura el cual no les permite tener los niveles de producción deseados. Los niveles de producción no es el más alto del país, pero si se ha visto un aumento de cuanto, a las toneladas producidas para exportación en los últimos 04 años. Estos aumentos en los niveles de producción apoyan al sector exportador, Así como lo detallan Rocha y Tafur (2018) en donde indicaron que el volumen de producción del cacao en Huánuco como un commodity similar al café, influye en gran medida en los niveles de exportación, debido a que el cliente importador puede satisfacer su gran demanda, caso contrario pondría la mira en otras regiones. Así mismo avala lo detallado por el autor Tadese Gebreyesus quien en su tesis estableció que los niveles de producción en Etiopia proporcionaron una base sólida para la formación de la oferta exportable, pero que aún el gobierno debía invertir en aumentar la cantidad de la oferta producida a través de nuevas y mejores plantaciones y/o intensificación (mayor productividad). Esto datos sustentan lo detallado por los entrevistados quienes establecieron que los agricultores Cajamarquinos sin apoyo por parte del estado o de las cooperativas tendrían una tarea difícil para producir en forma correcta, con la mejor calidad, productividad y comercializar a grandes volúmenes satisfaciendo la demanda internacional.

4.2. Análisis del objetivo específico 2. Describir la calidad como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

El café Cajamarquino se caracteriza por tener una alta calidad en taza, esto está confirmado por la investigación realizada por PROMPERÚ y proyectada en su mapa sensorial en donde se visualiza altos puntajes en términos de su sabor, balance, cuerpo el cual lo califica como un café de especialidad de alto nivel. Así mismo, Los datos obtenidos por medio de la revisión documental demuestran que la región Cajamarca es considerada al 2021 la región N°1 en producción orgánica, el cual es una modalidad muy cotizada por la demanda mundial de los principales países importadores. Estos estándares de calidad son apoyados también por la altura propicia para la cosecha de cafés premium y el apoyo técnico y capacitaciones de las diversas organizaciones públicas y privadas en términos de mejoras en la producción. La importancia de la calidad es avalada por Reyes y Santana (2020) en su tesis, en donde detallaron que el factor calidad es fundamental para promover las exportaciones de café, esto debido a que con el pasar de los años, los consumidores demandan más y mejores productos con atributos resaltantes. Todos los entrevistados resaltaron la importancia de las certificaciones de calidad otorgados por instituciones internacionales a sus asociados como el Fair Trade, USDA Organic, UTZ Certified, el cual le brinda gran ayuda al productor en términos de mejoras en su productividad y sobre todo calidad, el cual les permite abrirse mercados potenciales y a tener beneficios en términos de precios. Las certificaciones son una excelente forma de poder garantizarle al consumidor que su producto cumple con los estándares que requiere. Esto es confirmado por Navarro (2016) quien, en los resultados obtenidos en su investigación, estableció que la calidad era un factor que promovía el éxito en las empresas exportadoras limeñas. Esta búsqueda por la calidad se demostraba con la gestión de diversos certificados que la avalaran como los sanitarios, de origen, entre otros acorde al mercado internacional actual. Así mismo, los autores Toribio y

Vasquez (2019) en su tesis de titulación, detallaron que la certificación orgánica hoy en día es un factor de gran importancia para poder lograr la entrada a muchos mercados internacionales, como a los Estados Unidos y Alemania, entre otros países europeos. La importancia de las certificaciones orgánicas fue confirmada por los autores Chavarría, Ruiz, Valdivia y Castillo (2015) quienes concluyeron que la certificación de sus fincas cafetaleras le brinda mayor seguridad al cliente respecto al producto, así mismo, el certificado de comercio justo le brinda mayor beneficio al productor. La mayoría de los productores cumplen con los parámetros de calidad que les exige PRODECOOP para obtener café en cantidad y calidad teniendo mejor rentabilidad en sus tierras. Así mismo, Hernández (2015) en su tesis de maestría, estableció a la calidad como la variable que mayor impacto tiene en la competitividad exportadora de café. Los productores consideran a la calidad de suma importancia para evitar rechazos en sus pedidos, pérdida de contrato y poder obtener un precio mucho mayor.

Según los entrevistados, la calidad es importante no solo para poder cumplir con los valores y cultura interna que busca promover la organización, si no para poder satisfacer mejor a sus consumidores en distintos países. Así poder ingresar a nuevos mercados especializados, mantener la demanda y aumentarla. Consideran que la calidad es un factor fundamental en el mercado cafetalero para mantener la fidelidad de sus clientes internacionales. Adicional, confirmaron que los certificados permiten tener un precio mayor al exportar y de esta forma poder sacar adelante la cosecha a pesar de los altos niveles de producción visualizados en los últimos años.

4.3. Análisis del objetivo específico 3. Describir el precio internacional como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

Los resultados obtenidos en la revisión documental mostraron que los precios en chacra ofrecidos al caficultor en la región Cajamarca en los últimos años estuvo bajo, aunque aún por encima del precio ofrecido a otras regiones. Este precio base es otorgado según la oferta y la demanda detallada en la bolsa de New York, sumado a las primas conseguidas por los caficultores y otorgadas por las diversas instituciones internacionales. Así mismo se visualiza que al año 2021, el precio tuvo un aumento significativo debido al aumento del precio de referencia internacional. Todos los entrevistados consideraron que los precios internacionales bases no influyeron en los niveles de exportación en los últimos años, debido a que se consideraron bajos. Lo que ayudó a que los precios internos aumentaran y eviten que los caficultores abandonen sus chacras fueron las primas otorgadas por las certificaciones internacionales. La autora Hernández (2015) en su tesis de maestría consideró que, en el contexto de su localidad, el precio tuvo una importancia regular para la promoción de las exportaciones. El precio estuvo estable y no afectó a los niveles de producción o cosecha. Así mismo consideró que existe aún un nivel de intermediación muy alto entre ellos y el consumidor final, quien obtiene la mayor parte de las ganancias. Por otro lado, Toribio y Vasquez (2019) establecieron que el precio internacional era de gran importancia para la comercialización del café convencional pero que no impactaba en gran medida las exportaciones de café orgánico, debido a que la certificación orgánica les brinda a los caficultores un precio mayor al base lo que alienta la producción y venta. Por último, Mulugeta (2018) quien investigó los determinantes de la competitividad en las exportaciones de café en Etiopía concluyó que, si bien el precio interno del café promueve la producción, su influencia es estadísticamente insignificante respecto a las exportaciones.

Se debe tener en cuenta que los precios de venta del grano se determinan en primera instancia por la oferta y la demanda. En los últimos años los datos mostraron que los precios de venta estuvieron bajos y estables con índices de precios en chacra de 06 soles el kg en

promedio durante los años 2018 al 2020. Solo al último año 2021 el precio se disparó hasta los 9.66 soles el kg. debido a los problemas climáticos ocasionados por Brasil. Estos precios bajos entre el 2018 y 2020 ocasionaron en cierta medida, que algunos caficultores abandonaran sus parcelas de café y optaran por cosechar otros frutos a nivel nacional. Según comentaron los entrevistados, Cajamarca pudo sobresalir a este periodo de bajos precios debido al apoyo técnico recibido por diversas instituciones públicas y sobre todo por las cooperativas para mejorar la calidad. Así mismo, el poseer áreas certificadas con café orgánico ayudó a que las ventas se mantuvieran estables debido a las primas de precio que obtienen gracias a ellas. Esto apoya lo detallado por Toribio y Vasquez, debido a que el café Cajamarquino al ser en su mayoría orgánico logra sobresalir de los bajos precios del mercado y no estancarse como otras regiones.

4.4. Análisis del objetivo específico 4. Describir a la promoción internacional como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.

Según los resultados obtenidos por la revisión documental, Cajamarca es una región que ha invertido en la promoción de la calidad cafetalera de sus pequeños productores. Ejemplo importante, la creación del evento Expo Café Cajamarca el cual tiene la finalidad de impulsar el desarrollo productivo y económico de los caficultores y empresarios de la zona. Los entrevistados detallaron que la promoción y el apoyo gubernamental era de suma importancia para ganar mercado y mejorar el contacto con sus consumidores, pero que en su mayoría no utilizaban las herramientas de promoción otorgados por organismos del estado. En su mayoría, preferían utilizar sus recursos propios para crear estrategias y participar en ferias internacionales, misiones comerciales, entre otros. Estos resultados son avalados por los autores Rocha y Tafur (2018) en su tesis de titulación, los cuales detallaron que la promoción y marketing es un factor fundamental para la exportación de cacao orgánico en la

región Huánuco, debido a que su implementación ha logrado aumentar la cartera de clientes de los pequeños productores de la provincia de Marañón. Por otro lado, los resultados son refutados por los autores Toribio y Vásquez (2019) concluyeron que, si bien actualmente existen planes y programas nacionales destinados a la promoción y desarrollo del sector cafetalero, aún existe una débil articulación entre el estado peruano, los organismos gubernamentales y los productores. Por último, según resultados de la presente investigación, Cajamarca es una región que impulsa y ha promocionado las exportaciones de café verde de pequeños productores en los últimos años, lo cual contradice lo establecido por Toribio y Vasquez. Cajamarca ha creado eventos que hoy en día son considerados modelos entre las regiones el cual promueve la innovación y calidad entre los caficultores.

Implicancias:

La presente investigación desarrolló un análisis que busca establecer conceptos que ayude a entender al sector cafetalero y detallar a los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021. Así también, se busca ser el punto de inicio para futuras investigaciones con el objetivo de entender mejor el modelo de éxito que esta región ha logrado crear en los últimos años y así poder ser replicado en otras regiones. De esta manera al ser replicado, se pueda mejorar la calidad de vida de los agricultores y sus familias.

Conclusiones:

- La producción Cajamarquina se caracteriza por su alto rendimiento, en comparación de sus regiones competidoras. Su especial cuidado y apoyo técnico en términos de mejoras en sus tierras, cultivos, renovación de fincas y cafetales, así como también, la inversión en innovadores métodos que mejoren su productividad, por parte de los pequeños cafetaleros y cooperativas, los hacen sobre salir en el sector nacional. Poseer plantaciones más jóvenes y fuertes que el de sus principales regiones competidoras, les han permitido afrontar durante muchos años la problemática de la roya amarilla. Así mismo, su geografía el cual les permite cosechar a grandes alturas y en un clima tropical, es considerado una ventaja competitiva. Estas mejoras y cuidados en su producción los ha llevado a tener elevados índices de producción y a su vez elevados índices de exportación a nivel nacional. Por tal motivo se determina que la buena gestión en producción fue un factor que promovió las exportaciones de café verde Cajamarquino en los últimos 04 años.

- La Calidad Cajamarquina se caracteriza por su alto nivel en taza, esto demostrado por la investigación publicado por el sello “Cafés del Perú” promovido por PROMPERÚ, el cual determinó que el café de especialidad Cajamarquino goza de una aceptación y puntuación elevada, en especial es términos de su sabor, balance y cuerpo. Así mismo, Cajamarca es considerada la región líder en producción de Café Orgánico a nivel nacional, el cual les brinda apertura a muchos mercados internacionales. Los sellos y certificaciones internacionales obtenido por los caficultores Cajamarquinos obtenidos en su mayoría gracias a las cooperativas, les permitieron tener beneficios como un mejor precio, prestigio y posicionamiento en el mercado internacional. Así mismo les permitió seguir ganando clientes en mercados más especializados como el de orgánicos. La calidad es el factor que permitió a las cooperativas mantener sus niveles de exportación estables durante los últimos años a pesar de los bajos precios. Por tal motivo se determina que la calidad fue

un factor que promovió las exportaciones de café verde Cajamarquino durante los años 2018 al 2021.

- El precio internacional durante los últimos 04 años se visualizó en niveles bajos, por lo cual muchos caficultores a nivel nacional optaron por abandonar sus plantaciones, esto sumado a los altos costos de producción. Las cooperativas Cajamarquinas apoyaron a los caficultores a sacar adelante a sus exportaciones pese a los bajos precios internacionales de referencia mediante el ofrecimiento de primas por los cafés certificados. Solo al año 2021, se visualizaron precios altos debido a la crisis climática que enfrenta Brasil, el principal proveedor del mundo. Este aumento de precios ayudó a entender por qué si bien hay una reducción de la exportación en kilogramos, se visualiza un aumento de las exportaciones en términos de valor. Por tal motivo, se determina que el precio internacional no promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los últimos 04 años.

- La promoción internacional del café verde en Cajamarca es promovida por su gobierno regional y diversas instituciones gubernamentales con estrategias como ferias internacionales, eventos dirigidos a los caficultores netamente de la región, entre otros. Aun así, las cooperativas indican que, en búsqueda de una mejor autonomía en términos de sus estrategias, no utilizan estas herramientas, sino invierten en recursos propios para promocionarse ante sus clientes, el cual les ha traído muchos beneficios como la obtención de nuevos clientes y el aumento de sus ventas. Aun así, se determina que la promoción internacional es un factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los últimos 04 años.

- Por último, se llegó a la conclusión adicional que el fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas ha sido el pilar que impulsó la producción y exportación de café verde Cajamarquino en los últimos 04 años según los mencionado por todos los entrevistados. Las cooperativas se han encargado de brindarle al productor un espacio en donde tienen ayuda técnica, capacitaciones, apoyo con la renovación, fortalecimiento de sus cafetales, asesoría en temas de uso de fertilizantes, apoyo empresarial y exportación directa en grandes volúmenes al mercado internacional. También se le atribuye el fortalecimiento de la agricultura orgánica y de especialidad. Esta nueva generación de cooperativas ayudo a promover exportaciones estables y rentables mediante el apoyo, innovación y preocupación por el bienestar del productor Cajamarquino.

- Hernández, A. (2015). Competitividad exportadora de café a Estados Unidos, Caso: Xicotepec, Puebla [Tesis de Doctorado - Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. Obtenido de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/999/ININEE-M-2015-1254.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6ta Edición). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- InfoCafés. (2020). *Procesamiento del Café*. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/infocafes/procesamiento-del-cafe/>
- Junta Nacional del Café. (15 de Marzo de 2022). *Perú y Etiopía lideran producción mundial de café orgánico*. Obtenido de <https://juntadelcafe.org.pe/peru-y-etiofia-lideran-produccion-mundial-de-cafe-organico/#:~:text=REGIONES%20L%C3%84DERES%20EN%20CAF%C3%89%20ORG%C3%81NICO&text=Precis%C3%B3%20que%2C%20seg%C3%BA%20reportes%20de,y%20San%20Mart%C3%ADn%20con%2014%2C996>.
- La Guía del Café. (2022). *El panorama internacional del precio*. Obtenido de <https://www.laguiadelcafe.org/guia-del-cafe/el-comercio-mundial-del-cafe/El-panorama-internacional-del-precio/>
- La importancia de la calidad*. (2013). Obtenido de Instituto de la Calidad - PUCP: <http://200.16.4.26/wiki-calidad/la-importancia-de-la-calidad#sthash.UzLYNWmp.dpbs>
- León, J. C. (03 de Agosto de 2021). *Midagri: Producción nacional de café alcanzaría las 391.650 toneladas, lo que representaría un incremento de 5%*. Obtenido de Agencia Agraria de Noticias: <https://agraria.pe/noticias/midagri-produccion-nacional-de-cafe-alcanzaria-las-391-650-t-25284>
- Lerma, A., & Marquéz, E. (2010). Comercio y marketing internacional. Obtenido de <http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/Comercio%20y%20marketing%20internacional.pdf>
- MacroTrends. (2022). *Coffee Prices - 45 Year Historical Chart*. Obtenido de <https://www.macrotrends.net/2535/coffee-prices-historical-chart-data>
- Mulugeta, A. (2018). *The Determinants of the Export Competitiveness of the Coffee Industry in Ethiopia*. Obtenido de <http://213.55.95.56/bitstream/handle/123456789/17169/ASSEFA%20MULUGETA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organización Internacional del Café (ICO). (2020). *Efectos de la COVID 19 en el sector mundial del café: Encuesta de los miembros exportadores de la OIC*. Obtenido de <https://www.ico.org/documents/cy2019-20/coffee-break-series-3c.pdf>

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. International Journal of Morphology. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Perez, F., Navarro, A., San Martín, R., & Barreiro, J. (2006). *La Performance de Exportación: Revisión Teórica y Propuesta de un marco Integrador*. Obtenido de file:///C:/Users/crist/Downloads/Dialnet-LaPerformanceDeExportacion-2010917%20(3).pdf
- Ramirez , R., Rocha, M., & Tafur, V. (2020). *Principales factores para la exportación de cacao orgánico producido en la provincia de Marañón - Huánuco*. doi:10.32911/as.2020.v13.n1.678
- Ramirez, R., Rocha, M., & Tafur, V. (2020). *Principales factores para la exportación de cacao orgánico producido en la provincia de Marañón - Huánuco*. Revista de Investigación Aporte Santiaguino, Ingeniería e Innovación. doi:10.32911/as.2020.v13.n1.678
- Reyes, C. V., & Santana, G. M. (2020). Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018 [Tesis de Título - UPC]. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652891/Reyes_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reyes, M. (22 de Setiembre de 2021). *¿CÓMO SE PRODUCE EL CAFÉ EN EL PERÚ?* Obtenido de Portal Buenazo: <https://buenazo.pe/notas/2020/08/07/produccion-cafe-58>
- Toribio, T. M., & Natalia, V. V. (2019). Análisis de los Factores que Influyen en las Exportaciones de Café Orgánico hacia el Mercado de los Estados Unidos entre los años 2011-2017 [Tesis de Título - UPC]. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626069/ToribioO_T.pdf?sequence=3
- Westreicher, G. (2022). *Economipedia*. Obtenido de Producción agrícola: <https://economipedia.com/definiciones/produccion-agricola.html#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20agr%C3%ADcola%20es%20el,y%20cosecha%20en%20el%20campo.>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

Formulación del Problema	Objetivo de la investigación	Variable	categorías	Indicador	Metodología
Problema General	Objetivo General		Categorías		Tipo de Investigación
¿Cuáles fueron los factores que promovieron las exportaciones del café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021?	Determinar los factores que promovieron las exportaciones del café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.	Variable	* Producción * Calidad * Precio Internacional * Promoción Internacional	* Producción: Niveles de Producción * Producción: Inversión en tecnología de cosecha y postcosecha * Producción: Tipos y variedades de café producido. * Producción: Niveles de Productividad. * Calidad: Certificados de calidad en granos de café	Cualitativo - Descriptivo
		Factores		* Calidad: Control de la calidad Física y Sensorial * Precio: Determinación del precio al café de exportación. * Precio: Variaciones del precio de exportación. Promoción: Inversión en publicidad. * Promoción: Apoyo de instituciones gubernamentales.	Diseño No Experimental - Transversal
Problemas Específicos	Objetivos Específicos				Población
P1: ¿Como la producción promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021?	Ob1: Describir la producción como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.				37 organizaciones Exportadoras de café verde en Cajamarca
P2: ¿Como la calidad promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021?	Ob2: Describir la calidad como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.				Muestra: 04 organizaciones exportadoras de café verde
P3: ¿Cómo el precio Internacional promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021?	Ob3: Describir el precio Internacional como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.				Instrumentos: Entrevista semiestructurada Revisión documental
P4: ¿Como la promoción Internacional promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021?	Ob4: Describir a la promoción Internacional como factor que promovió las exportaciones de café verde en Cajamarca durante los años 2018 al 2021.				

Anexo 02: FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un Instrumento destinado a medir la variable: “**Factores**” de la tesis titulada “**Factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca, 2018 - 2021**”, para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, por la Universidad Privada del Norte.

En ese sentido, solicito pueda evaluar los ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas.

Agradezco anticipadamente su colaboración y estoy seguro de que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Amado Guerra Benilda Maria
- 1.2. Grado Académico: Magíster en Finanzas
- 1.3. Profesión: Contador Público
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente a tiempo completo.
- 1.6. Años de experiencia profesional: 15 años.
- 1.7. Años de experiencia en el tema o materia: 6 años en contabilidad y 9 en finanzas.

1.6. Autor del instrumento: **Pun Gómez Cristhian Manuel**

II. Criterios de relevancia

a) Relevancia

El grado en el que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca. Esta se determinará con una calificación que varía de 0 a 3. El ítem “Nada relevante” (puntaje 0), “Poco relevante” (puntaje 1), “Relevante” (puntaje 2), Totalmente relevante (puntaje 3).

b) Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que se está midiendo. Su calificación varía de 0 a 3. El ítem “Nada coherente” (puntaje 0), “Poco coherente” (puntaje 1), “Coherente” (puntaje 2), Totalmente coherente (puntaje 3).

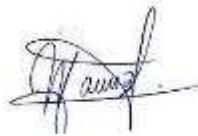
c) Claridad

El grado en el que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada claro” (0 punto), “Medianamente claro” (puntaje 1), “Claro” (puntaje 2), “Totalmente claro” (puntaje 3).

	ITEMS	Relevancia				Coherencia				Claridad				(Observaciones) Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Precio													
1 1	¿Cómo determinan el precio de su café verde para exportación? ¿Ha habido fluctuaciones importantes en el precio? ¿Qué factores originaron las fluctuaciones?				X				X				X	
1 2	¿Considera que el precio de su café es competitivo respecto a sus principales competidores?				X				X				X	
1 3	¿Cómo han manejado las variaciones del tipo de cambio en los últimos años? ¿Han influido en su proceso exportador?				X	X				X				La pregunta debería centrarse en la estrategia que usan para mitigar el riesgo de tipo de cambio. Por tanto, se podría plantear la pregunta así: ¿Qué operaciones de gestión de riesgo cambiario han realizado para mitigar el riesgo de tipo de cambio?
1 4	¿Considera al precio del café como un factor que promovió las exportaciones de café verde al mercado internacional?				X				X				X	
N. o	ITEMS	Relevancia				Coherencia				Claridad				(Observaciones) Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Promoción Internacional													
1 5	¿Elaboran estrategias de promoción internacional para su producto?				X	X				X				Considero que debería ser más directa la pregunta, como: ¿Qué estrategias de promoción internacional realizan para promover la venta de su café?
1 6	¿Tienen apoyo de instituciones relacionadas al gobierno regional o nacional respecto a la promoción de sus exportaciones?				X	X				X				Considero que debería ser más directa la pregunta, como: ¿Qué instituciones del gobierno regional o nacional los apoyan para promover las exportaciones de café?
1 7	¿Considera que la promoción internacional ha impactado en el crecimiento real de sus exportaciones?				X	X				X				Considero que debería ser más directa la pregunta, como: ¿Cuánto considera que ha impactado la promoción internacional de café en sus exportaciones?
1 8	¿De los factores productividad, calidad, precio y promoción, cual considera que ha tenido mayor impacto en la promoción de sus exportaciones de café verde? ¿Considera que existe otra variable a tomar en cuenta?				X	X				X				Esta es una excelente pregunta, pero no debería estar dentro de la variable "Promoción Internacional". Mi sugerencia es que se cree una última línea que diga: "Pregunta de conclusión" y ahí colocar como una especie de cierre.

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir (X) No aplicable ()

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. J. ...', written over a horizontal line.

Firma: _____

DNI: 41281079

Anexo 03: FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un Instrumento destinado a medir la variable: “**Factores**” de la tesis titulada “**Factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca, 2018 - 2021**”, para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, por la Universidad Privada del Norte.

En ese sentido, solicito pueda evaluar los ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas.

Agradezco anticipadamente su colaboración y estoy seguro de que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Herrera Gutiérrez Jimmy Omar
- 1.2. Grado Académico: _Magíster en Administración Estratégica de Empresas
- 1.3. Profesión: _Licenciado en Administración de Negocios Internacionales
- 1.4. Institución donde labora: _Universidad Privada del Norte
- 1.5. Cargo que desempeña: __Docente a Tiempo Completo
- 1.6. Años de experiencia profesional: _15 años
- 1.7. Años de experiencia en el tema o materia: _15 años

1.6. Autor del instrumento: **Pun Gómez Cristhian Manuel**

II. Criterios de relevancia

a) Relevancia

El grado en el que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca. Esta se determinará con una calificación que varía de 0 a 3. El ítem “Nada relevante” (puntaje 0), “Poco relevante” (puntaje 1), “Relevante” (puntaje 2), Totalmente relevante (puntaje 3).

b) Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que se está midiendo. Su calificación varía de 0 a 3. El ítem “Nada coherente” (puntaje 0), “Poco coherente” (puntaje 1), “Coherente” (puntaje 2), Totalmente coherente (puntaje 3).

c) Claridad

El grado en el que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada claro” (0 punto), “Medianamente claro” (puntaje 1), “Claro” (puntaje 2), “Totalmente claro” (puntaje 3).

N°	ITEMS	Relevancia				Coherencia				Claridad				(Observaciones) Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1	¿Cómo se ha percibido el crecimiento de las exportaciones de café verde en la región Cajamarca en los últimos años? ¿se ha cumplido con lo que tenían proyectado?				X				X				X	
	Producción													
2	¿Qué tipo y variedad de café verde producen? ¿Cuál es el porcentaje de su producción destinada a la exportación?				X				X				X	
3	¿Ha variado su volumen de producción de café verde para exportación? ¿Cuáles fueron los motivos?				X				X				X	
4	¿Invierten en nuevas tecnologías para mejorar el rendimiento de la cosecha?				X				X				X	
5	¿Han tenido problemas con plagas u enfermedades que hayan impactado en su cosecha en los últimos años?				X				X				X	
6	¿Considera que sus niveles de producción son una ventaja competitiva que promueve sus exportaciones?				X				X				X	
	Calidad													
7	¿Producen granos de café bajo los lineamientos de la SCA para cafés de especialidad o café orgánico? ¿Qué certificados avalan la calidad de sus productos?				X				X				X	
8	¿Realizan inversión en I&D para mejorar la calidad del grano de café verde a exportar?				X				X				X	
9	¿Realizan análisis y control de la calidad física y sensorial de sus granos de café? ¿Cómo se desarrolla y en que periodos?				X				X				X	
10	¿Considera a la calidad brindada como un factor que promovió sus exportaciones de café verde al mercado?				X				X				X	

		Relevancia	Coherencia	Clarida	(Observaciones)
--	--	------------	------------	---------	-----------------

	ITEMS									d				Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Precio													
11	¿Cómo determinan el precio de su café verde para exportación? ¿Ha habido fluctuaciones importantes en el precio? ¿Qué factores originaron las fluctuaciones?				X				X				X	
12	¿Considera que el precio de su café es competitivo respecto a sus principales competidores?				X				X				X	
13	¿Cómo han manejado las variaciones del tipo de cambio en los últimos años? ¿Han influido en su proceso exportador?				X				X				X	
14	¿Considera al precio del café como un factor que promovió las exportaciones de café verde al mercado internacional?				X				X				X	
N°	ITEMS	Relevancia				Coherencia				Claridad				(Observaciones) Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Promoción Internacional													
15	¿Elaboran estrategias de promoción internacional para su producto?				X				X				X	
16	¿Tienen apoyo de instituciones relacionadas al gobierno regional o nacional respecto a la promoción de sus exportaciones?				X				X				X	
17	¿Considera que la promoción internacional ha impactado en el crecimiento real de sus exportaciones?				X				X				X	
18	¿De los factores productividad, calidad, precio y promoción, cual considera que ha tenido mayor impacto en la promoción de sus exportaciones de café verde? ¿Considera que existe otra variable a tomar en cuenta?				X				X				X	

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()



Firma: _____ **DNI:** 40321572

Anexo 04: FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un Instrumento destinado a medir la variable: “**Factores**” de la tesis titulada “**Factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca, 2018 - 2021**”, para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, por la Universidad Privada del Norte.

En ese sentido, solicito pueda evaluar los ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas.

Agradezco anticipadamente su colaboración y estoy seguro de que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Requejo Granados Dany Jimmy

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Ad en negocios internacionales

1.4. Institución donde labora: DHL Global Forwarding

1.5. Cargo que desempeña: OCC Steering Analyst

1.6. Años de experiencia profesional: 12 años

1.7. Años de experiencia en el tema o materia: 10 años

1.6. Autor del instrumento: **Pun Gómez Cristhian Manuel**

II. Criterios de relevancia

a) Relevancia

El grado en el que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar los factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca. Esta se determinará con una calificación que varía de 0 a 3. El ítem “Nada relevante” (puntaje 0), “Poco relevante” (puntaje 1), “Relevante” (puntaje 2), Totalmente relevante (puntaje 3).

b) Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que se está midiendo. Su calificación varía de 0 a 3. El ítem “Nada coherente” (puntaje 0), “Poco coherente” (puntaje 1), “Coherente” (puntaje 2), Totalmente coherente (puntaje 3).

c) Claridad

El grado en el que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada claro” (0 punto), “Medianamente claro” (puntaje 1), “Claro” (puntaje 2), “Totalmente claro” (puntaje 3).

N°	ITEMS	Relevancia				Coherencia				Claridad				(Observaciones) Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1	¿Cómo se ha percibido el crecimiento de las exportaciones de café verde en la región Cajamarca en los últimos años? ¿se ha cumplido con lo que tenían proyectado?			X			X				X			La percepción es muy subjetivo, podrías usar otro término más para obtener una respuesta más objetiva.
	Producción													
2	¿Qué tipo y variedad de café verde producen? ¿Cuál es el porcentaje de su producción destinada a la exportación?				X			X					X	
3	¿Ha variado su volumen de producción de café verde para exportación? ¿Porque motivos?				X			X					X	Revisar la escritura de las preguntas: ortografía
4	¿Invierten en nuevas tecnologías para mejorar el rendimiento de la cosecha?				X			X					X	
5	¿Han tenido problemas con plagas u enfermedades que hayan impactado en su cosecha en los últimos años?				X			X					X	
6	¿Considera que sus niveles de producción son una ventaja competitiva que promueve sus exportaciones?				X			X					X	
	Calidad													
7	¿Producen granos de café bajo los lineamientos de la SCA para cafés de especialidad o café orgánico? ¿Qué indicadores de calidad suelen requerir sus principales clientes?				X			X					X	Por otro lado, considero que para medir el tema de calidad, se debe hacer referencia a la cantidad de certificados que tiene la empresa y el producto para la exportación.
8	¿Realizan inversión en I&D para mejorar la calidad del grano de café verde a exportar?				X			X					X	
9	¿Realizan análisis y control de la calidad física y sensorial de sus granos de café? ¿Cómo se desarrolla y en que periodos?				X			X					X	
10	¿Considera a la calidad brindada como un factor que promovió sus exportaciones de café verde al mercado?				X			X					X	

	ITEMS	Relevancia				Coherencia				Claridad				(Observaciones) Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Precio													
11	¿Cómo determinan el precio de su café verde para exportación? ¿Ha habido fluctuaciones importantes en el precio? ¿Qué factores originaron las fluctuaciones?				X				X				X	
12	¿Considera que el precio de su café es competitivo respecto a sus principales competidores?				X				X				X	
13	¿Cómo han manejado las variaciones del tipo de cambio en los últimos años? ¿Han influido en su proceso exportador?				X				X				X	
14	¿Considera al precio del café como un factor que promovió las exportaciones de café verde al mercado internacional?				X				X				X	
N°	ITEMS	Relevancia				Coherencia				Claridad				(Observaciones) Por favor indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem.
	Promoción Internacional													
15	¿Elaboran estrategias de promoción internacional para su producto?				X				X				X	
16	¿Tienen apoyo de instituciones relacionadas al gobierno regional o nacional respecto a la promoción de sus exportaciones?				X				X				X	
17	¿Considera que la promoción internacional ha influido en el crecimiento real de sus exportaciones?			X				X				X		Considero usar el término IMPACTADO en vez de influido, pues caso contrario debería mostrar resultados cuantitativos de la influencia de la promoción internacional.
18	¿De todos los factores mencionados, que factor consideran el más importante relacionado a sus exportaciones?			X				X				X		¿La pregunta está poco clara, a qué factores se refiere?

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir (X) No aplicable ()

Firma:



Mg. Dany Requena Granados

DNI: 43781178

FICHA DE ENTREVISTA – EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ VERDE

Preguntas de Introducción:

- ¿Cómo describiría la situación actual de las exportaciones de café verde? ¿Se está cumpliendo con lo que ustedes tenían proyectado?

Producción:

- ¿Qué tipo y variedad de café verde producen y exportan? ¿Cuál es el porcentaje de la producción que destinan a la exportación?
- ¿Ha variado el volumen de su producción de café verde para exportación en los últimos 4 años? ¿Cuáles fueron los motivos?
- ¿En los últimos 4 años se ha invertido en tecnología para la mejora de la producción?
¿Como ha impactado esta inversión tecnológica en el volumen de sus exportaciones?
- ¿Han tenido problemas con plagas o enfermedades que hayan impactado en sus volúmenes de producción?
- ¿En los últimos 4 años, que inversión en conocimiento técnico se le ha otorgado a su personal en temas de producción de café?
- ¿Qué mecanismos han implementado para mejorar su proceso productivo?
- ¿Considera que su producción posee una ventaja competitiva respecto a sus competidores nacionales?

Calidad:

- ¿Producen café de especialidad certificado por la SCA (Specialty Coffee Association) o Café Orgánico? ¿Es valorado por sus consumidores al momento de elegir su producto?
- ¿Qué certificaciones de calidad o sellos ha conseguido la empresa y sus productos en los últimos 4 años y como ha impactado en sus exportaciones?
- ¿En los últimos 4 años, se realizó inversión en I&D para mejorar la calidad del grano del café verde de exportación? ¿Qué resultados han obtenido?
- ¿Qué controles y medidas de aseguramiento de la calidad ha implementado la empresa en la producción de su café? ¿Realizan análisis físico o sensorial a sus productos? ¿Como se desarrolla y con que periodicidad?
- ¿Considera que la calidad final brindada a sus consumidores logra satisfacer sus necesidades y promovió sus exportaciones en los últimos 4 años?

Precio Internacional:

- ¿Cómo determinan el precio de exportación de su café verde? ¿Ha habido fluctuaciones importantes en los últimos 4 años y que factores la originaron? ¿Estas fluctuaciones de precios han impactado de alguna manera en sus exportaciones?
- ¿Considera que el precio de exportación de su café verde ha sido competitivo respecto a sus competidores?
- ¿Cómo se ha manejado las fluctuaciones del tipo de cambio en los últimos 4 años? ¿Ha influido en sus exportaciones? ¿Cómo enfrentan el riesgo cambiario?

Promoción Internacional:

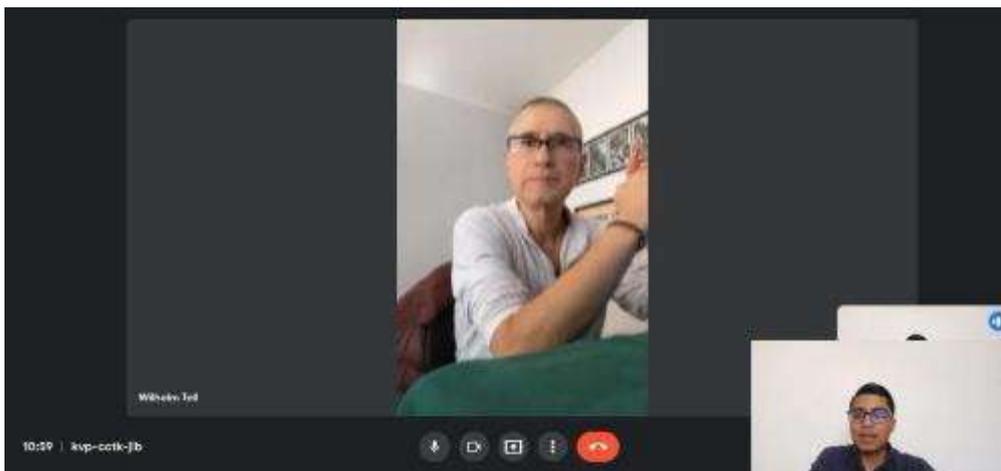
- ¿En los últimos 4 años, se han implementado estrategias de publicidad como participación en ferias internacionales, ruedas de negocios, etc?

- ¿Qué instituciones públicas o privadas los apoyan para promocionar su producto en el mercado internacional?
- ¿Cuánto considera que sus estrategias y acciones de promoción internacional han impactado en sus exportaciones en los últimos 4 años?

Pregunta de Conclusión:

- ¿De los factores productividad, calidad, precio y promoción, cual considera que ha tenido mayor impacto en la promoción de sus exportaciones de café verde en los últimos años? ¿Considera que existe otra variable a tomar en cuenta?
-

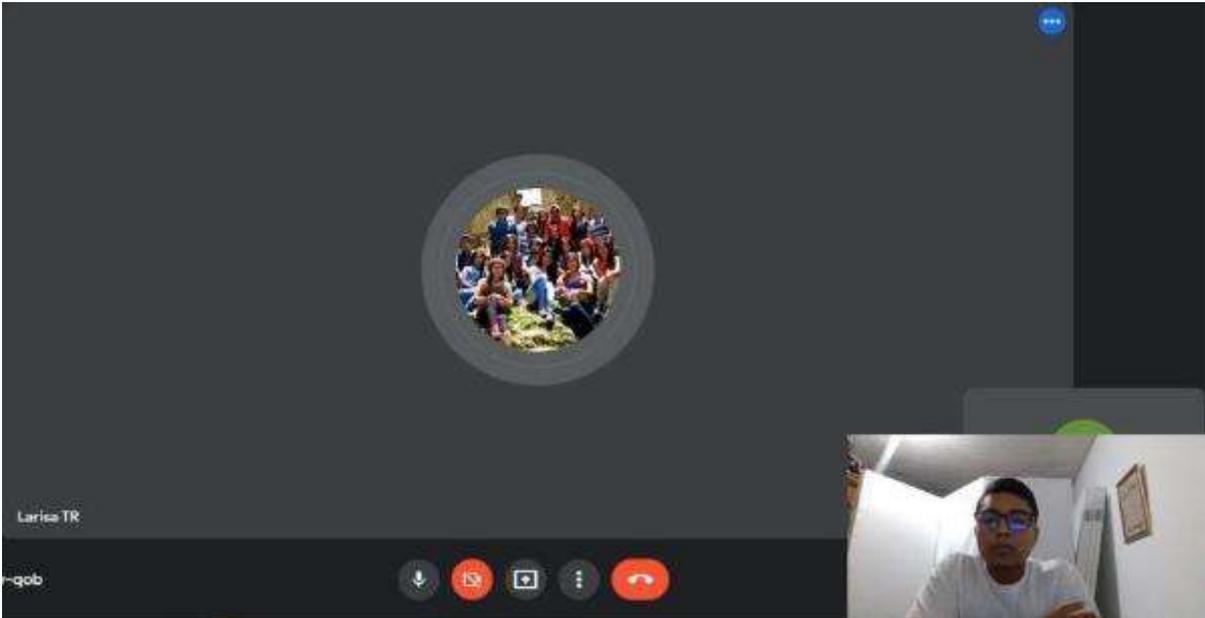
Entrevista empresa COINCA



Entrevista Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Peru



Entrevista Cooperativa APROCASSI



Entrevista Cooperativa Sol y Café

