



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES
TESIS
ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN
DE CAFÉ VERDE DE LA EMPRESA INTEGRRA
COFFEE SAC HACIA PAÍSES NÓRDICOS, 2021-2022**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN NEGOCIOS INTRNACIONALES**

Autor(es):

**Bach. Calderón Díaz, Erick Lizandro
<https://orcid.org/0000-0002-3360-2943>**

**Bach. Huamán García Talía Lizeth
<https://orcid.org/0000-0002-3871-4258>**

Asesor:

**Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo
<https://orcid.org/0000-0002-1555-7851>**

**Línea de Investigación:
Gestión Empresarial y Emprendimiento**

Pimentel– Perú

2022

APROBACIÓN DEL JURADO

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ VERDE
DE LA EMPRESA INTEGRA COFFEE SAC HACIA PAÍSES NÓRDICOS,
2021-2022**

Aprobación de informe de investigación

Asesor

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Presidente

Mg. Reyes Arroyo, Carlos Andre

Secretario (a)

Dr. Espinoza Rodríguez, Hugo Redib.

Vocal

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, somos **egresados** del Programa de Estudios de **Negocios Internacionales** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ VERDE DE LA EMPRESA INTEGRA COFFEE SAC HACIA PAÍSES NÓRDICOS, 2021-2022

El texto de nuestro trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

(Calderón Díaz, Erick Lizandro)	DNI: 76076797	
(Huamán García Talía Lizeth)	DNI: 75696605	

Pimentel, 11 de Noviembre de 2023.

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicado a mi Familia, a mis Padres y a mi hermano que han sido el soporte y motivación para culminar mis estudios y seguir adelante en dirección a cumplir mis metas y objetivos propuestos, a ellos principalmente por ser ejemplo de perseverancia y no rendirse, por los valores inculcados que me permitieron culminar mis estudios académicos satisfactoriamente.

Calderón Díaz Erick Lizandro

Este logro fruto de esfuerzo se lo dedico a mi Familia, a mis Padres principalmente por brindarme el apoyo incondicional en mi carrera profesional, siendo ellos el soporte y motivación para salir adelante, el cual permitió cumplir a una de mis metas trazadas, por todas las enseñanzas y valores inculcados que llevo siempre conmigo y que me permiten ser mejor persona cada día, a mis hermanos por confiar en mí y brindarme su apoyo siempre.

Huaman Garcia Talia Lizeth

AGRADECIMIENTO

Brindamos agradecimiento especial a cada una de las personas que contribuyeron en el desarrollo y culminación de esta investigación, a cada uno de nuestros docentes por brindarnos conocimientos esenciales que permitieron desarrollar nuestra investigación empleando diferentes métodos y herramientas útiles para la obtención de información reflejada en la investigación, asimismo un agradecimiento especial a Integra Coffee SAC y cada uno de los especialistas que colaboraron en la validación de los instrumentos de recolección de datos y a la información brindada mediante su experiencia que fueron reflejadas en cada una de las entrevistas que fueron de gran utilidad para cumplir los objetivos propuestos de la presente investigación.

Los autores

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ VERDE DE LA EMPRESA INTEGRAL COFFEE SAC HACIA PAÍSES NÓRDICOS, 2021-2022

Calderón Díaz, Erick Lizandro¹

Huamán García Talía Lizeth²

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue proponer un estudio de mercado para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos, cuyo problema general fue formulado de la siguiente manera: ¿De qué manera un estudio de mercado permite la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos?, bajo una investigación descriptiva- propositiva, enfoque mixto y diseño no experimental. La población estuvo conformada por el gerente general de Integra Coffee y tres especialistas de la unidad de negocio de la comercialización de café, las técnicas utilizadas fueron una entrevista y análisis documental. Mediante la entrevista se logró identificar la oferta exportable de la empresa, conocer las barreras de acceso al mercado y la distribución física internacional, mientras que de acuerdo al análisis documental se logró determinar la oferta, demanda y la selección del mercado objetivo, el cual fue elegido aplicando la metodología del ITC, concluyendo que Suecia es el mercado idóneo para la exportación de café verde obteniendo una puntuación mayor a comparación con los demás países nórdicos, finalmente, mediante la propuesta se concluyó la viabilidad y rentabilidad de este estudio con un positivo VANE (154,725.47) y VANF (120,562.42), asimismo un TIRE de 31.90% y TIRF de 36.17%.

Palabras claves: Café verde, estudio de mercado, exportación, Países nórdicos y Suecia

¹ Escuela profesional de Negocios internacionales. Universidad Señor de Sipán-SAC. Pimentel. Perú, Email: cdiazericklizan@crece.uss.edu.pe. <https://orcid.org/0000-0002-3360-2943>

² Escuela profesional de Negocios internacionales. Universidad Señor de Sipán-SAC. Pimentel. Perú, Email: hgarciatalializ@crece.uss.edu.pe. <https://orcid.org/0000-0002-3871-4258>

MARKET STUDY FOR THE EXPORT OF GREEN COFFEE FROM THE COMPANY INTEGRA COFFEE SAC TO NORDIC COUNTRIES, 2021-2022

Calderón Díaz, Erick Lizandro³

Huamán García Talia Lizeth⁴

Abstrac

The general objective of this research was to propose a market study for the export of green coffee from the company Integra Coffee SAC to Nordic Countries, whose general problem was formulated as follows: How does a market study allow the export of green coffee from the company Integra Coffee SAC to Nordic Countries?, under a descriptive-purposeful research, mixed approach and non-experimental design. The population was made up of the general manager of Integra Coffee and three specialists from the coffee marketing business unit, the techniques used were an interview and documentary analysis. Through the interview it was possible to identify the exportable supply of the company, to know the barriers of access to the market and the international physical distribution, while according to the documentary analysis it was possible to determine the supply, demand and the selection of the target market, which was chosen applying the ITC methodology, concluding that Sweden is the ideal market for the export of green coffee obtaining a higher score compared to the other countries. Finally, through the proposal, the viability and profitability of this study was concluded with a positive VANE (154,725.47) and VANF (120,562.42), also a TIRE of 31.90% and TIRF of 36.17%.

Keywords: Green coffee, market study, export, Nordic countries and Sweden

³ Professional School of International Business. Señor de Sipán-SAC University. Pimentel. Peru, Email: cdiazericklizan@crece.uss.edu.pe. <https://orcid.org/0000-0002-3360-2943>

⁴ Professional School of International Business. Señor de Sipán-SAC University. Pimentel. Peru, Email: hgarciatalializ@crece.uss.edu.pe. <https://orcid.org/0000-0002-3871-4258>

ÍNDICE

DEDICATORIAS.....	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
RESUMEN.....	vi
Abstrac	vii
I. INTRODUCCIÓN	ix
1.1. Realidad problemática	13
1.1.1. Contexto Internacional	13
1.1.2. Contexto Nacional.....	14
1.1.3. Contexto Local	16
1.2. Antecedentes de estudio.....	17
1.2.1. Contexto Internacional	17
1.2.2. Contexto Nacional.....	19
1.2.3. Contexto Local	22
1.3. Teorías relacionadas al tema	24
1.3.1. Estudio de mercado.	24
1.3.2. Exportación	27
1.4. Formulación del problema.....	31
Problema general.....	31
Problemas específicos	31
1.5. Justificación e importancia	32
1.6. Hipótesis	33
1.7. Objetivos	33
1.7.1. Objetivo general	33
1.7.2. Objetivos específicos	33
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	34

2.1.	Tipo y diseño de la investigación	34
2.1.1.	Tipo de investigación.....	34
2.1.2.	Diseño de la investigación.....	34
2.2.	Variables y operacionalización.....	35
2.3.	Población y muestra.....	38
2.3.1.	Población	38
2.3.2.	Muestra	38
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez.....	39
2.4.1.	Técnicas de recolección de datos	39
2.4.2.	Instrumentos de recolección de datos.....	40
2.4.3.	Validez	40
2.5.	Procedimientos de análisis de datos.....	40
2.6.	Criterios éticos	41
2.7.	Criterios de Rigor Científicos.....	42
III.	RESULTADOS	43
3.1.	Tablas y gráficos	43
3.1.1.	Resultados de la guía de entrevista	43
3.1.2.	Resultados de análisis documental.....	64
3.2.	Discusión de resultados	81
3.3.	Aporte práctico	85
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	123
4.1.	Conclusiones.....	141
4.2.	Recomendaciones	144
V.	REFERENCIAS	146
VI.	ANEXOS.....	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables, operacionalización	36
Tabla 2 Criterios éticos	41
Tabla 3 Criterios de rigor científico	42
Tabla 4 Guía de entrevista realizada al gerente de integra Coffee SAC ...	43
Tabla 5 Datos de los tres especialistas entrevistados	46
Tabla 6 Guía de entrevista a los tres especialistas	47
Tabla 7DFI para la exportación de café verde	55
Tabla 8 Resultados del análisis Documentario-Objetivo 4.....	64
Tabla 9 Valor importado por Dinamarca 2018-2022 (Miles de US\$)	66
Tabla 10 Valor importado por Finlandia 2018-2022 (Miles de US\$)	66
Tabla 11 Valor importado por Noruega 2018-2022 (Miles de US\$).....	67
Tabla 12 Valor importado por Suecia 2018-2022 (Miles de US\$).....	67
Tabla 13 Valor importado por Islandia 2018-2022 (Miles de US\$)	68
Tabla 14 Total, de Importaciones mundiales de café de países nórdicos 2018-2022(Miles de US\$)	69
Tabla 15 Valor importado de café verde peruano por los países nórdicos 2018-2022 (Miles de US\$)	70
Tabla 16 Resultados análisis documentario – Objetivo 5	71
Tabla 17 Consumo Per cápita de café en los países nórdicos	71
Tabla 18 Resultados del análisis documentario-Objetivo 6	73
Tabla 19 Datos de Dinamarca	73
Tabla 20 Datos de Finlandia	74
Tabla 21 Datos de Noruega.....	74
Tabla 22 Datos de Suecia	75
Tabla 23 Datos de Islandia	75
Tabla 24 Datos de la metodología del ITC ... ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 25 Tamaño de mercado.....	77
Tabla 26 Dinamismo del mercado	77
Tabla 27 Competencia.....	78
Tabla 28 Apertura del mercado	79
Tabla 29 Distancia, cultura, riesgo país y ambiente comercial	79
Tabla 30 Resultados: Metodología del ITC.....	80

Tabla 31 Esquema del estudio de mercado	86
Tabla 32 Datos de Integra Coffee SAC	87
Tabla 33 Datos generales de Suecia.....	89
Tabla 34 Principales ciudades de Suecia.....	90
Tabla 35 Rango de edad según la población de Suecia	91
Tabla 36 Suma de la producción mundial de café verde por continentes..	91
Tabla 37 Importaciones mundiales de café verde de Suecia (Miles de US\$)	
.....	93
Tabla 38 Valor importado de café verde de Suecia desde Perú (Miles de US\$).....	94
Tabla 39 Principales exportadores mundiales de café verde (Miles de US\$)	
.....	95
Tabla 40 Principales exportadoras peruanas de café verde a nivel mundial (US\$)	97
Tabla 41 Participación de las exportadoras peruanas a nivel mundial en el periodo 2020-2022.....	97
Tabla 42 Empresas exportadoras de café verde con destino a Suecia (Valor FOB/US\$)	99
Tabla 43 Costos logísticos Callao -Suecia	103
Tabla 44 Costos logísticos Paita-Norte de Europa	104
Tabla 45 Agencias de transporte de la ruta Callao-Gotemburgo.....	104
Tabla 46 Agencias de transporte de la ruta Callao-Estocolmo.....	105
Tabla 47 Precio FOB por KG/US\$ de los principales exportadores de café verde.....	107
Tabla 48 Precio FOB por Kg/US\$ Perú Suecia	107
Tabla 49 Arancel aplicado para el ingreso de café verde de Perú a la UE.	
.....	111
Tabla 50 Impuestos internos aplicados al café verde	111
Tabla 51 Certificaciones Nacionales e internacionales para el café en Suecia	113
Tabla 52 Descripción de la feria World of Coffee	114
Tabla 53 Descripción de la feria Fastfood & Café Sweden- Stockholm...	114
Tabla 54 Descripción de la feria Fastfood & Café Sweden.....	115

Tabla 55 Descripción de la feria Nordic Organic Food Fair	115
Tabla 56 Descripción del Festival de Bak & Chocolate 2022	116
Tabla 57 Costo de participación en la World of Coffee.....	116
Tabla 58 Publicaciones especializadas en Suecia sobre el café.....	117
Tabla 59 Instituciones de Suecia.....	118
Tabla 60 Contactos comerciales de interés.....	119
Tabla 61 Principales empresas suecas importadoras de café verde.....	120
Tabla 62 Descripción de las empresas suecas importadoras de café verde peruano.....	122
Tabla 63 Datos sobre precios de café pergamino	124
Tabla 64 Programa de producción de sacos de café de 69 kg.....	124
Tabla 65 Proyección de ventas por sacos de 69 kg	125
Tabla 66 Inversión fija Tangible.....	125
Tabla 67. Inversión Fija Intangible	126
Tabla 68 Remuneración anual del personal	127
Tabla 69 Costos directos de producción.....	128
Tabla 70 Servicios Básicos.....	128
Tabla 71 Servicio de mantenimiento y reparaciones	129
Tabla 72 Útiles de oficina y limpieza	129
Tabla 73 Resumen del costo de producción.....	129
Tabla 74 Gastos de comercialización	130
Tabla 75 Resumen de gastos de operación	131
Tabla 76 Capital de trabajo.....	132
Tabla 77 Resumen de la inversión total.....	133
Tabla 78 Estructura del Financiamiento	133
Tabla 79 Datos del financiamiento	134
Tabla 80 Amortización del financiamiento	134
Tabla 81 Depreciación y valor residual de los activos fijos.....	134
Tabla 82 Ingresos	135
Tabla 83 Presupuesto de ingresos	136
Tabla 84 Estado de ganancias y perdidas.....	137
Tabla 85 Flujo de caja	138
Tabla 86 Análisis de inversión	140

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Canal directo	30
Figura 2 Canal corto (1 Nivel).....	30
Figura 3 Canal largo (2 Nivel).....	31
Figura 4 Canal Largo (Nivel 3).....	31
Figura 5 Producción mundial de café verde	65
Figura 6 Logo Integra Coffee SAC	88
Figura 7 Producción de café verde por continente	92
Figura 8 Valores importados de café verde de Suecia (Miles de US\$)	94
Figura 9 Valor importado de café verde de Suecia desde Perú (Miles de US\$)	95
Figura 10 Participación de los principales exportadores de café verde	96
Figura 11 Sacos de yute y bolsas GrainPro	100
Figura 12 Big Bag utilizados para transportar café verde	101
Figura 13 Cajas de cartón con bolsas herméticas	102
Figura 14 Rutas de acceso a los puertos de los países nórdicos	103
Figura 15 Canal de comercialización del café verde	106
Figura 16 Precio FOB por Kg de café peruano con destino a Suecia	108
Figura 17 Percepción del producto peruano en Países nórdicos	110
Figura 18 Participación % de las principales empresas suecas importadoras de café verde 2017-2021	121
Figura 19 Autorización para el recojo de información.....	156
Figura 20 Guía de entrevista N°1	157
Figura 21 Guía de entrevista N°2.....	158
Figura 22 Cartilla de validación por Experto N°1	159
Figura 23 Cartilla de validación experto N°2.....	160
Figura 24 Cartilla de validación experto N°3.....	161
Figura 25 Evidencia de entrevista la gerente general de integra Coffee..	162
Figura 26 Evidencia de entrevista a especialista N°1	162
Figura 27 Evidencia de entrevista a especialista N°2.....	163
Figura 28 Evidencia de entrevista a especialista N°3.....	163
Figura 29 Reporte de similitud	164

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

1.1.1. Contexto Internacional

Según Mordor intelligence (2021) La pandemia del Covid-19 origino que los gobiernos europeos implementen medidas para evitar el contagio lo cual ha tenido efectos que se ha visto reflejado en distintos microtostadores, cafeterías, y otros puntos de venta, por ello, la demanda de productos derivados del café (molido e instantáneo) se ha trasladado hacia el mercado minorista, lo que sin duda ha incrementado las ventas de dicho sector y desde que los consumidores volvieron al consumo interno de café, se ha registrado un crecimiento en la demanda de diferentes tipos de café en Europa, ya que los consumidores mostraron más interés y preferencia por el café de alta calidad y uno de los factores que impulsan el mercado del café es el aumento de la demanda por productos de cafés certificados.

El Centro de Promoción de Importaciones de países en desarrollo (CBI, 2021) manifestó que el continente europeo cuenta con un mayor consumo per cápita de café a nivel mundial, convirtiéndose así en un mercado atractivo para los exportadores de café, teniendo un consumo promedio de café de 5 kg por persona. De este modo, Finlandia ocupa el 1° lugar con 12 kg de consumo per cápita por persona, el 2° lugar lo ocupa Noruega con (9.9 kg), en 3° lugar, se encuentra Dinamarca (8.7kg) y finalmente Suecia con (8.2kg). De acuerdo a ello, Países Nórdicos son los países de Europa que tienen mayor consumo Per cápita de café, siendo más exigentes con cafés de alta calidad. Cabe recalcar que Brasil y Vietnam son los principales países que exportan café a Europa con una participación del 27% y 20% respectivamente, convirtiéndose como los principales productores y comercializadores de café ya que cuentan con un extenso territorio y un clima adecuado para la producción del café.

De igual modo, Mena (2020) informa que el café es un producto líder en comercio justo y se ha convertido en una de las bebidas más consumida y comercializada a nivel internacional. Asu vez, menciona que el café posee muchas variedades las cuales se consideran valiosas en muchos mercados internacionales,

por ejemplo, en Países Bajos el consumo per cápita al año es de 8,3 kg, asimismo en Países Nórdicos el consumo per cápita es elevado a modo ejemplo, en Suecia es de 7,6 Kg y en Noruega es de 6,6 Kg. Además de ello, precisa que el principal exportador y productor de café es el país brasileño con un consumo per cápita de 5,1 kg al año, referente a los países importadores como EE. UU su consumo es de 3.5 kg y Japón tiene un consumo de 2kg por persona al año.

Por último, según el centro de comercio internacional (CCI, 2020) informa que el café de los países productores es comprado por empresas trasnacionales, donde los grandes torrefactores cuentan con sus respectivos centros de acopio, donde hacen negocios directos con los países exportadores. Pero también, tienden a comprar su café de empresas comerciales o bróker que representan a los exportadores. El café se vende generalmente en término FOB, asimismo las pequeñas empresas prefieren en DDP. Por otra parte, menciona que en los Países Nórdicos existen simplemente torrefactores y corredores los cuales realizan la compra del café de los países productores.

1.1.2. Contexto Nacional

En este contexto, ComexPerú (2021) menciona que la producción de café genera trabajo para 233 mil familias, siendo este grano un principal producto agrícola exportador. Sin embargo, desde el año 2012 hasta el 2021 presenta caídas en sus exportaciones sin lograr recuperarse. Cabe indicar que el 2011 fue el año de mayores exportaciones con una cifra de US\$ 1,598 millones, registrando en el 2020 tan solo US\$ 646 millones. En el 2021 el café peruano llegó a más de 40 países en el periodo de enero-julio, liderando esta lista EE. UU representando un 25.9% del total exportado, siendo Cajamarca la principal región exportadora de café en los últimos años. De otro lado, las exportaciones de este grano peruano en los últimos años han registrado una desaceleración por varios motivos: agotamiento de las plantaciones, problemas climáticos, plagas y sobreproducción por parte de la competencia (Brasil y Vietnam). En cierta medida, es crucial evaluar las oportunidades que ofrece el mercado internacional para este producto, ante esto, un factor a tomar en cuenta es el incremento de precio que dio en agosto del 2021 debido a las condiciones climáticas no favorables de los principales países

productores, y al aumento de los costos de transporte por los escasos contenedores.

Por otro lado, según la agencia agraria de noticias (2021) dio a conocer que el 2021 fue un buen año para el café respecto a los precios, en el mes de octubre se cotizó a 200 dólares el quintal de café pergamino en la Bolsa de Nueva York y a más de 250 dólares el café orgánico o de comercio justo, No obstante, el problema presentado por la falta de navieras y los elevados fletes limitaron la oportunidad de que los exportadores realicen más envíos al exterior, es por ello que en ese año entre los meses de septiembre hasta noviembre, estaban retenidos alrededor de 25 mil toneladas de café en almacenes y cooperativas, a causa de ello, entre los periodos de enero a agosto el volumen exportado disminuyó en 23.5% con respecto al mismo período del año anterior. Por otro lado, menciono que la producción del café también presentó una caída, debido a efectos del cambio climático y el aumento de los costos de producción causado por el alza de los precios de los fertilizantes y los abandonos utilizados en la producción del café.

De igual importancia, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI, 2020) dio a conocer que el Perú es el segundo país que produce y exporta café orgánico el cual llega a 44 mercados a nivel mundial y tiene como principal destino a EE. UU, Alemania, Bélgica y otros países pertenecientes al continente europeo, que han resaltado la calidad y aroma del grano cuyas exportaciones alcanzaron alrededor de los US\$ 635 millones en el año 2020. El café del Perú se exporta, generalmente a los mercados de Europa representando un 52%.

Del mismo modo, el diario Gestión (2019) indicó que la aprobación del Plan nacional del café (PNA-Café) de los periodos 2019-2030, permitirá el aumento de la productividad del café peruano y mediante la utilización de la tecnología se podrá mejorar el producto de exportación. Además de ello, facilitará a los cafetaleros a poder acceder a créditos financieros. Por otro lado, menciono que el café es uno de los principales bienes de exportación de sector agrícola de Perú, por ende, genera gran fuente de empleo e ingreso para los peruanos. Perú es uno de los países que lideran en producción y exportación de café después de Brasil, además de ser el principal país que abastece a EE.UU. de café de especialidad mediante el sello de Fairtrade, teniendo el 25% de participación en el mercado.

Finalmente, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU, 2019) informa que Países Nórdicos es uno de los mercados con más oportunidades en el café debido a que tienen la tasa más alta de consumo a nivel mundial y el poder adquisitivo pero es de gran importancia para ellos que los productos que ingresan a su país sean ecológicos y orgánicos, por lo tanto, dichos productos deben contar con certificaciones orgánicas que respalden la calidad de sus productos, puesto que representa mucha relevancia al momento de hacer negocios y poder comercializarlos en dichos países.

1.1.3. Contexto Local

En este contexto, Diario el peruano (2021) indicó que SENASA certificó 380 mil toneladas de café, de 485 mil toneladas exportadas entre el periodo del 2019-2021, destacando Cajamarca, Junín, San Martín y Amazonas como las principales regiones productoras de café, indicando que el cultivo del café involucra a pequeños productores de la agricultura familiar de las regiones productoras, los cuales están trabajando con apoyo de SENASA con el fin de reducir el impacto de las plagas en los cultivos y además de cumplir con los estándares exigidos en el mercado internacional, teniendo como principales destinos los mercados de Estados Unidos, Alemania, Colombia, Bélgica y Suecia.

Por otro lado, la agencia peruana de noticias (2021) informó que la producción del café en región Cajamarca aumentó un 2% en el 2021, teniendo un incremento de 3 millones de kg cosechados más que el año anterior, lo que representa que este grano posee un fuerte impacto para el sector agrícola, puesto que apertura miles de puestos de trabajo. De este modo, Cajamarca registra un 20.9% de producción de café teniendo una mayor concentración en San Ignacio y Jaén con 12,6% y 7,3. % respectivamente. Además de ello, recalcó que el consumo interno es alrededor de los 190 mil sacos y las exportaciones es mayor a los 4 millones de sacos.

De acuerdo a ello, se identificó que Integra Coffee SAC es una empresa productora y exportadora de café verde especial, que inició sus actividades de comercio exterior en el 2018, hasta la actualidad ha ingresado a 5 países (Japón, corea, EE. UU, Arabia Saudit y Jordania), iniciando sus exportaciones desde el mes de octubre hasta abril, quedando estancada su mercancía los meses que no realiza

exportaciones en el periodo comprendido entre mayo-septiembre debido a la falta de compradores, por ello, se encuentra en la búsqueda de ofertar su producto a nuevos clientes en distintos mercados internacionales para aumentar sus ventas y obtener más rentabilidad, ante esto, el gerente de la empresa evalúa la posibilidad de ingresar el café verde a los Países Nórdicos, pero se encuentra en la incertidumbre de conocer cuál de los 5 estados que conforman los países nórdicos (Suecia, Noruega, Dinamarca, Finlandia y Islandia) es el adecuado para ingresar el producto, por lo tanto, se espera que de acuerdo al presente estudio de mercado se seleccione el mercado más idóneo para la exportación de café verde.

1.2. Antecedentes de estudio

1.2.1. Contexto Internacional

En Colombia, Velásquez (2022) en su tesis: Caracterización del mercado de exportación de café de especialidad en el mercado colombiano, mediante un enfoque cualitativo en el cual utilizo bases de datos confiables y entrevistas para lograr su objetivo principal: Identificar el mercado de cafés especiales para ayudar a las organizaciones a tomar decisiones informadas sobre opciones de productos e inversiones. Teniendo como resultado que el segmento de café especial es pequeño a comparación con el de café convencional, por ejemplo, en el 2019 obtuvo un 10.63% en volumen (Toneladas) y un 13,59% en valor (millones de dólares). Asimismo, descubrieron que existe una relación negativa entre el incremento del precio y decrecimiento de toneladas exportadas para el mercado general. Por ello, el tamaño del segmento, la participación, crecimiento y cantidad exportada frente al incremento de precio, son factores que se deben tomarse en cuenta cuando organizaciones decidan invertir e ingresar a un mercado.

Ante este escenario, las organizaciones que desean invertir e ingresar a un mercado nuevo deben tomar en cuenta los factores antes mencionados para la toma de decisiones idóneas, las cuales les permita realizar una buena inversión y no fracasar en el proceso y con ello generar mayores utilidades.

En Colombia, cuesta (2022) en su investigación: *Modelo multivariado para el análisis de selección de mercados internacionales (SMI) para café tostado*, tuvo como objetivo determinar los mercados atractivos para la exportación de café tostado, para ello, utilizo un enfoque mixto, alcance exploratorio, descriptivo y

multivariable. En el que mediante la técnica SMI con variables y factores claves: logística, costos, barreras comerciales y cultura, aplicando el análisis en los principales importadores de café colombiano, descubrió los tres países más atractivos para este producto: En primer lugar, Países Bajos, seguido de Estados Unidos y Reino Unido.

En definitiva, la SMI, es una técnica valiosa que facilita a las empresas la toma de decisiones antes de exportar un producto, mediante datos en herramientas de fuentes nacionales e internacionales que permiten identificar un mercado idóneo.

En Ecuador, Chacha (2021) en su investigación: *Plan de negocios para la producción y exportación de café orgánico hacia Finlandia*, mediante un enfoque cuantitativo, método deductivo, corte longitudinal y no experimental, tuvo el objetivo de elaborar un plan de negocio para la producción y exportación de café orgánico hacia Finlandia, donde la propuesta se midió a partir de la evaluación financiera tomando en cuenta los costos de producción y exportación, concluyó que Finlandia es un mercado atractivo para el café, brindando oportunidades a los productores, a pesar de las reglas impuestas por el mercado europeo para el ingreso de productos.

Es importante indicar que, el mercado finlandés, registra un alto consumo per cápita de café, que lo convierte en un país atractivo para los productores de café, teniendo en cuenta que dicho mercado pertenece al mercado europeo por lo tanto posee barreras no arancelarias las cuales deben cumplir e ingresar el producto al mercado sin complicaciones.

En Bolivia, Condori (2020) en su investigación "*Estudio de mercado del café en los centros de comercio de la ciudad de la paz*" tuvo como objetivo realizar el estudio de mercado del café en la ciudad de La Paz, donde utilizó un enfoque mixto y encuesta como técnica de recolección y el tipo de muestreo aleatorio estratificado, lo cual permitió concluir lo siguiente: En primer lugar, la demanda de la ciudad de la paz es de 2636,36 toneladas de café. En segundo lugar, la cantidad promedio ofertada por puesto de venta es en el mercado minorista es de 6,5 kg lo que

equivale a 957,32 toneladas y finalmente se comprobó la participación de agentes intermediarios en la comercialización de café.

En otras palabras, el estudio de mercado, permitió conocer la demanda y oferta del café procesado en los centros de comercio de la paz, además comprobó la participación de agentes intermediarios como supermercados, cafeterías, hoteles, bodegas y restaurantes en el mercado minorista de la Paz los cuales hacen posible que el producto llegue al consumidor final.

En Colombia, López y Montero (2020) en la tesis titulada: *Oportunidades de mercado para la exportación de café de especialidad de Sandona Nariño*, bajo un nivel descriptivo, tuvo como objetivo identificar los mercados potenciales para exportar café especial. La investigación concluye afirmando que el Café de Sandona Nariño se posiciona como un producto de alta calidad debido a su excelente taza, lo que incrementa su precio 50% a los precios actuales. Asimismo, el autor menciona que las exportaciones a posibles mercados potenciales arrojan resultados positivos.

De acuerdo ello, se deduce que la calidad de taza de café influye en los precios, credibilidad y calidad al momento de ingresar a mercados potenciales o internacionalizar la empresa porque a partir de ello podrás obtener mayores oportunidades como por ejemplo mejores precios ya que valoran la calidad del producto, asimismo que actualmente es tendencia el consumo de cafés especiales.

1.2.2. Contexto Nacional

En Huánuco, Ayllón y Loayza (2020) en su investigación: Principales factores que influyen en la exportación del café del valle Monzón, Huánuco -2019, bajo un mixto, tipo descriptiva y diseño no experimental, donde tuvieron como objetivo identificar los principales factores que influyen en la exportación del café. La investigación concluye afirmando que los factores (certificación y conocimiento del comercio exterior) influyen en la exportación del café, puesto que esto permite que los exportadores y productores puedan ser más competitivos.

Mediante los resultados mostrados por los autores, los exportadores se deben tener cuenta los factores que influyen en la exportación de un producto, por

lo que la certificación y conocimiento del sector es fundamental en el proceso de exportación para obtener los resultados esperados.

En Callao, Minchola y Osorio (2020) en su tesis: Estrategias de marketing para la exportación de café de Perhusa, Callao- 2019, bajo una investigación aplicada y diseño no experimental plantearon como objetivo identificar si existe relación entre estrategias de marketing con la Exportación del Café. A través de una encuesta, se identificó que el 46,7% consideraron que, si existe concordancia eficiente y evidente entre la estrategia de marketing con la exportación, mientras que el 53,3% opinaron que es de gran importancia la aplicación de una estrategia de marketing y por lo tanto si existe relación con la exportación del café y por lo tanto posee un nivel excelente.

De acuerdo a los resultados obtenidos las estrategias de marketing son importantes en la exportación de un producto, porque puedes lograr que un producto tenga más acogida en el mercado destino y con ello tengan el éxito esperado por la empresa exportadora.

En Amazonas, Guevara (2020) en su investigación: Inteligencia comercial para promover la exportación de café en Aprocoyce, Amazonas-2019, bajo una investigación tipo descriptivo y diseño no experimental, planteo como objetivo proponer una estrategia de inteligencia comercial para promover la exportación de café. Donde mediante el análisis de los principales competidores nacionales e internacionales, comparando los precios de los últimos 5 años y utilizando la metodología de screening para la selección del mercado potencial más atractivo, se obtuvo como resultado a EE. UU como el mercado más atractivo para realizar las exportaciones de café.

Mediante los resultados obtenidos, permite conocer que la inteligencia comercial cumple un rol importante en la exportación de un producto, puesto que mediante sus cuantiosas herramientas permite realizar un análisis correcto para tomar mejores decisiones.

Por último, en San Martín Camacho (2020) en su tesis: Estudio de oportunidades y retos del mercado francés para exportar café orgánico peruano, 2017 – 2021, Planteó como objetivo general identificar las diferentes oportunidades

y retos Francia para el envío de café orgánico peruano, bajo un método Hipotético y deductivo, las técnicas utilizadas fueron observación documental y fichaje. La tesis concluye determinando las diferentes oportunidades que existe tanto para Perú y el país de Francia para el café, como por ejemplo el Aprovechamiento del TLC, la alta demanda en el país francés, entre otros, a su vez, menciona que los retos que abarca una exportación son los requisitos y normativas que debe cumplir el producto para el ingreso al mercado francés y otros retos que se debe conocer cuando se decide internacionalizarse.

Por lo tanto, después de conocer las oportunidades que presenta el mercado internacional y los retos que implica una exportación, es recomendable que las empresas antes de decidir internacionalizarse primero se debe realizar un estudio para determinar su viabilidad, para evitar riesgos y resultados no esperados que perjudiquen a la empresa.

En Lima, Aliaga y Ramírez (2019) en su tesis: *Evaluación del crecimiento de las exportaciones de café peruano al país de Alemania mediante la obtención de la certificación orgánica, 2007 – 2017*, bajo una investigación cuantitativa, descriptiva y un diseño no experimental plantearon como objetivo evaluar el crecimiento de las exportaciones de café con certificación orgánica del Perú hacia Alemania. Por consiguiente, el resultado obtenido fue que las empresas que exportan café incrementaron sus ventas mediante la certificación orgánica, esto fue comprobado después que el 63.33% de las empresas exportadoras encuestadas afirmaron que sí incrementaron las ventas después de haber obtenido la certificación orgánica de su producto.

Por lo tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos, se puede decir que los certificados orgánicos es un factor importante para hacer negocios con el país alemán, por ello, si se desea exportar café es indispensable que su producto cumpla con todos los estándares que exigen los mercados, por ello, al ingresar a un mercado se debe tener en cuenta las barreras de acceso que presenta y partir de ello cumplir con todos los requerimientos.

En Amazonas, Arévalo (2018) en su tesis denominada: *Estudio de mercado para la exportación de café, Lonya grande-2015*, bajo una investigación tipo

descriptiva, diseño no experimental planteó como objetivo describir el comportamiento del café en los mercados internacionales. Como conclusión de la investigación que brinda el autor es que el consumo de café a nivel mundial es un mercado creciente, donde resulta atractivo para el ingreso del café de la región.

De acuerdo a este estudio se comprueba que el consumo mundial del café ha ido en aumento y que representa una oportunidad para el productor y exportador de la región amazónica para poder expandirse a nuevos mercados y con ello obtener más rentabilidad, asimismo se considera importante realizar un estudio de mercado para identificar el mercado adecuado para la exportación del producto y obtener los resultados esperados.

1.2.3. Contexto Local

Según Ottone (2021) en su investigación: Competitividad de los productores de café orgánico de Jaén y su incidencia en la exportación a los Estados Unidos, bajo una metodología descriptiva y diseño no experimental, tuvo como objetivo determinar como la competitividad de los productores cafetaleros repercute en la exportación. El autor concluye que para los productores las exigencias fitosanitarias y documentarias que exige Estados Unidos son Burocráticas.

En esta investigación se identificó que los Productores de Jaén tienen un buen manejo de la producción del café desde la siembra, cosecha, postcosecha y almacenamiento como requiere las normas técnicas peruanas y los estándares internacionales para el manejo de café orgánico llegando a obtener cafés especiales de 85 puntos de taza, pero se sienten desprotegidos por las entidades gubernamentales debido a la falta de apoyo monetario para la adquisición de la certificación y leyes regulatorias sobre los requisitos exigidos por Estados Unidos, llegando a desanimar a muchos productores en la apertura de nuevas parcelas debido a sus bajos ingresos económicos.

Por último, Chávez (2021) en su tesis: Estrategias de marketing mix para la exportación de café orgánico pergamino de la Coop. Agraria Cenfro Café en Jaén, planteo como objetivo determinar si las estrategias de marketing permiten la exportación de café pergamino en grano, utilizo una metodología tipo aplicada y diseño experimental, concluyendo que la implementación de las estrategias del marketing mix ha tenido buena aceptación y ha logrado buenos resultados en los

factores de viabilidad estratégica, mercado y técnico por lo que se determinó ser efectivas.

Es decir, las cooperativas y asociaciones de café en la provincia de Jaén deben mejorar de manera periódica sus estrategias de marketing mix, para mejorar sus precios y ser más atractivo en el mercado internacional debido a que el café es muy requerido en el mundo y se está incrementando el consumo de los cafés orgánicos puesto que en la actualidad las personas requieren un producto sostenible.

Asimismo, Cornejo y Ramírez (2020) En su tesis denominada: *Identificación de los mercados más atractivos para la exportación café verde de la Coop. Bosques Verdes, San Ignacio-2019*, bajo un diseño no experimental y tipo descriptiva, plantearon como objetivo el análisis de los principales mercados importadores de café verde. Después de realizar el análisis correspondiente a los mercados preseleccionados, eligió el país que obtuvo mayor ponderación, dando como resultado el país de Japón como mercado ideal para exportar café verde además que existe mayores oportunidades en el país asiático.

Mediante esta investigación el autor demuestra que la identificación de mercados, contribuye en la elección del mercado adecuado para la exportación de un producto porque a través de muchos criterios de evaluación se elige el que obtiene mayor ponderación y por ende ofrece mayores oportunidades.

Por otro lado, Rivera (2019) en su tesis: *Exportación de café verde de Perú hacia Canadá, 2018-2021*, bajo un diseño no experimental y tipo descriptiva, planteó como objetivo determinar la exportación de café con destino a Canadá de la Coop. Cedros Café. La investigación concluye que la Cooperativa cuenta con la oferta exportadora y requerimientos necesarios, para realizar la exportación de café verde a Canadá.

A través de esta investigación se identificó que la Coop. en estudio cuenta con oferta exportable y distintas certificaciones orgánicas esenciales para el ingreso del café verde al mercado de Canadá y poder obtener mayores utilidades.

Alvares (2018) en su tesis: *Estrategias de comercialización para la exportación directa de café peruano hacia EE. UU de la APC alto Pirias, Cajamarca*

2017-2022, bajo una investigación tipo descriptiva y diseño experimental, planteó como objetivo el diseño de estrategias comerciales para exportar café de forma directa a EE.UU. Como conclusión el autor determina que la asociación presenta una gran capacidad productiva además un desempeño de gestión empresarial, económica y financiera lo que le hace competitivo con los precios en los mercados, asimismo, mediante el CRIBAS se pudo conocer que los factores que influyen en la exportación directa son (el grado de apertura el acceso a mercados) los cuales ayudaron a determinar cómo mercado potencial a EE.UU.

Mediante la investigación realizada por Álvarez, se conoció los factores que influyen en la exportación directa del café, asimismo determino las estrategias de comercialización adecuadas para la asociación en estudio, y por último mediante las cribas se determinó a EE. UU como mercado potencial para la exportación de café.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Estudio de mercado.

Antes de conocer el concepto de un estudio de mercado es preciso conocer lo que es un mercado internacional. Por ello, primero se definirá el concepto de mercado internacional, posteriormente, se brindará el concepto de estudio de mercado.

1.3.1.1. **Mercado internacional.** Citando a Quiñones (2012) el mercado internacional, está representado por aquel grupo de compradores que están ubicados en uno o más países distintos del país origen de la empresa exportadora.

1.3.1.2. **Investigación de mercado.** Esta investigación busca información y datos idóneos del mercado objetivo, con el fin de analizarla y de acuerdo a ello diseñar las herramientas adecuadas para la recolección de la información que se desea obtener, por consiguiente, después de los resultados obtenidos la empresa pueda tomar decisiones adecuadas (Marte, 2019)

1.3.1.2. Estudio de mercado. Es un instrumento que permite el conocimiento de todo lo que abarca el mercado, es decir, te permite también conocer las variables tanto internas como externas del entorno de la organización (Moya, 2015)

Respecto a la definición del autor un estudio de mercado es un instrumento que permite tener conocimientos sobre la oferta, demanda, comercialización, precios, etc. Asimismo, menciona que un estudio de mercado permite conocer las variables internas y externas del entorno que influyen la empresa.

Es un documento que facilita al empresario la toma de decisiones, puesto que contribuye en escoger la opción más acertada y aumenta la probabilidad del éxito del negocio (Fernández, 2017)

Un estudio de mercado es un documento que facilita la toma de decisiones del empresario o investigador, puesto que dicha información le da una noción clara sobre el mercado en estudio y con ello permite tomar decisiones adecuadas de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio.

Un estudio de mercado permite identificar y caracterizar a los consumidores del producto a ofertar, sus motivaciones, necesidades y exigencias (IICA, 2018).

De acuerdo a ello, el estudio de mercado permite al investigador obtener información viable sobre los consumidores puesto que identifica las necesidades, exigencias del mercado en cuento al producto o servicio, etc.

1.3.1.3. Perfil del mercado: Son las características propias un mercado, donde incluye información importante sobre los compradores, competencia, barreras y patrones al comercio los cuales se debe tomar en cuenta al momento de ingresar un producto a dicho mercado para su comercialización (Ruiz, 2007).

1.3.1.4. Análisis de la competencia. Su propósito es predecir el comportamiento de la competencia más cercana del sector al que está dirigida la empresa que quiere incursionar en un mercado. (Martínez, 2012)

1.3.1.5. Actividades de promoción comercial. PROMPERU (2020) señala que son herramientas de promoción que sirven para dar conocer y promocionar productos o servicios con el fin de conseguir contactos, alianzas estratégicas, compradores y potenciales compradores. Entre las principales actividades de promoción se tiene a las siguientes:

- Ferias internacionales
- Misiones comerciales
- Ruedas de negocios

1.3.1.6. Análisis de Demanda. Según Arreguin (2020) es el proceso que busca comprender la demanda de los consumidores potenciales acerca de un producto o servicio dentro un mercado determinado. De acuerdo a ello, las técnicas de análisis utilizadas buscan ingresar a un mercado con éxito y obtener los resultados esperados. Por lo tanto, este análisis es clave para tomar decisiones adecuadas ya que permite tener mayor conocimiento del mercado.

1.3.1.7. Tamaño de mercado. Es el número de compradores que existen en el mercado que se desea ingresar, los cuales cuentan con las condiciones para comprar o hacer uso del producto o servicio que oferta la empresa (Coca, 2011)

1.3.1.8. Consumo per cápita. Federación nacional de cafetaleros de Colombia (2022) Es cantidad promedio de consumo de un alimento producto, etc. por una persona en un año. Por ende, funciona como un indicador que permite calcular y examinar los índices de consumo de una población.

1.3.1.9. Análisis de la oferta. Se establecen las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en determinado mercado. Es decir, la oferta se refiere a la cantidad de productos que se colocan en el mercado (Sy corvo, 2021).

1.3.1.10. Mercado objetivo. Izquierdo (2011) Describe que el mercado objetivo es un grupo de clientes ya definidos, cuyas necesidades la organización planea satisfacer, en otras palabras, son aquellas personas que buscan lo que una organización ofrece.

1.3.1.11. Comercialización. Según la IICA (2018) Es un conjunto de funciones que se llevan a cabo desde que el producto sale desde el lugar de fabricación hasta que llega al consumidor final mediante la participación de muchos agentes.

1.3.1.12. Segmentación de mercado. Permite encaminar las actividades de marketing de acuerdo a las expectativas de los consumidores. Por lo tanto, Identificar los segmentos permite definir mejor los objetivos, dividir mejor los recursos y estimar mejor los resultados (IICA, 2018).

1.3.2. Exportación

1.3.2.2. Concepto. Es una actividad muy importante que se realiza dentro de los negocios internacionales que se basa en la comercialización de bienes o servicios en otros países diferentes al que pertenece el exportador o vendedor (Lerma y Márquez, 2010)

Según el autor, exportación es una actividad que consiste en la venta de bienes y servicios a otros países, lo cual representa una actividad muy importante para un país porque genera mayores ganancias.

Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2014) señala que es la acción de venta que realiza una empresa de un país (exportador) hacia otra empresa de otro país (importador). En decir, el exportador envía el producto al importador a cambio de divisas.

En otras palabras, exportación se refiere a la venta de un producto o servicio que es realizada por una empresa de un país hacia otro país, es decir una empresa envía su producto hacia una empresa de otro país a cambio de dinero.

Mientras que, el Instituto europeo de posgrado (2018) dice que es la salida de bienes o servicios propios de un país hacia otro país para ser consumidos o usados en dicho territorio.

Dicho de otro modo, Exportación es la salida de mercancías o servicios de un país hacia otro con el fin de ser consumidos, transformados o usados en dicho territorio.

1.3.2.3. Importancia. De acuerdo con Galindo y Ríos (2015) su importancia radica en el efecto que tienen en cuanto al crecimiento económico, productividad y empleabilidad. En primer lugar, las exportaciones es uno de los componentes del PBI, por lo tanto, si hay un aumento de las exportaciones, también habrá incremento en el PIB, en otras palabras, implica crecimiento económico para un país.

En segundo lugar, presentan algo positivo en la productividad, porque, cuando un país exporta productos que tiene una ventaja de producción, son mayores las ganancias y atraen recursos productivos. Esto a su vez, provoca una mayor productividad y, por ende, impulsa el crecimiento económico. Asimismo, tiene un impacto positivo en la productividad a través de la mejora de la técnica de producción puesto que los mercados internacionales exigen mayor cantidad y calidad, lo que impulsa que los exportadores busquen que su producto cumpla con todos los estándares de calidad y con ello sea más competitivos.

Por último, se puede decir que las exportaciones también tienen un impacto positivo en el empleo, porque mientras más demanda de las exportaciones las empresas necesitan más mano de obra para poder cumplir con los contratos establecidos.

1.3.2.4. Modalidades de exportación. Existen dos modalidades de exportación las cuales se mencionan a continuación:

Exportación Indirecta. El productor, vende sus productos a una empresa ubicada en el mismo territorio (empresa intermediaria), la cual se encargará de realizar la exportación (Martínez, 2013).

Exportación Directa. La empresa productora exporta sus productos a los mercados del exterior, por ende, realiza negociaciones directamente con los importadores (Martínez, 2013)

1.3.2.5. Regímenes de exportación. Existen distintos regímenes de exportación, pero entre las más utilizadas se encuentran las siguientes:

Exportación definitiva. Según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2021) este régimen se aplica a aquellas mercancías sin

restricción alguna que salen de un país hacia otro país para su uso o consumo definitivo.

Exportación temporal. Citando a SIICEX (2021) este régimen permite la salida temporal de mercancías al extranjero con el fin de reimportarlas en el mismo estado o con cambios, como consecuencia de su uso en el exterior o por alguna reparación.

1.3.2.6. Oferta exportable. Según lo menciona el MIDAGRI (2015) La oferta exportable de una organización es más que confirmar los volúmenes y requerimientos sobre el producto del cliente en el mercado exterior, sino que además de ello, se relaciona con la capacidad productiva, financiera, económica y de gestión que cuenta una organización.

1.3.2.7. Barreras arancelarias y no arancelarias. Según Lerma y Márquez (2010) Son obstáculos que impiden o dificultan la entrada u operación de los productos a un país, por un lado, las barreras arancelarias son aranceles impuestos para el ingreso de mercancías, por otro lado, las barreras no arancelarias son normativas impuestas a las mercancías.

1.3.2.8. Distribución física internacional. Proceso logístico mediante el cual se logra colocar un producto en el mercado internacional, dando cumplimiento a los términos establecidos entre el que realiza la venta y el que compra (Aguirre, 2017)

1.3.2.9. Documentos para exportar. PROMPERÚ (2021) detalla los siguientes documentos esenciales para realizar una exportación los cuales se describen a continuación:

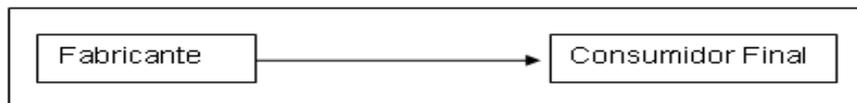
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Instrucciones de embarque
- Certificado de origen
- Certificado fitosanitario
- Carta de responsabilidad
- Aviso de llegada
- Conocimiento de embarque
- Otros. Certificado de calidad, certificado de peso, certificado ICO, etc.

1.3.2.10. Canales de distribución. Para eslava (2017) Es un conjunto de organizaciones también llamados intermediarios que intervienen entre el productor y consumidor final, es decir son aquellos que hacen posible que el bien o servicio llegue hasta el consumidor en el país destino, asimismo menciona que algunos intermediarios que interactúan en el canal los cuales son los mayoristas y minoristas, cabe indicar que en el canal mayorista se puede encontrar tanto el canal directo como indirecto los cuales se describen de la siguiente manera:

- **Canal directo (Nivel 0).** El fabricante vende su producto directamente al consumidor final, es decir no tiene intermediarios.

Figura 1

Canal directo



Nota. * No interviene ningún intermediario. Fuente: Eslava (2017)

- **Nivel indirecto.** Es indirecto porque a través de intermediarios el producto llega hasta el consumidor final. Dentro del canal indirecto se puede observar el canal corto y largo:

- **Canal corto (Nivel 1).** En este canal solo participa un intermediario entre el productor y consumidor.

Figura 2

Canal corto (1 Nivel)

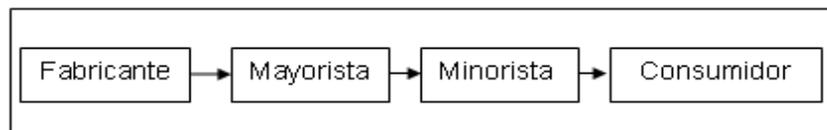


Nota. * Interviene un intermediario. Fuente: Eslava (2017)

- **Canal largo (Nivel 2).** Este nivel se utiliza generalmente en productos de consumo, por lo tanto, participan muchos intermediarios.

Figura 3

Canal largo (2 Nivel)



Nota. * Intervienen dos intermediarios. Fuente: Eslava (2017)

- **Canal largo (Nivel 3).** En este nivel también participa el Bróker quien se encarga de reunir al comprador y vendedor. Es cierto que el bróker participa como un intermediario, pero no compra los productos solo representa al productor o fabricante.

Figura 4

Canal Largo (Nivel 3)



Nota. * Intervienen 3 intermediarios. Fuente: Eslava (2017)

1.4. Formulación del problema

Problema general

P.G. ¿De qué manera un estudio de mercado permite la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos?

Problemas específicos

PE (1). ¿Cuál es la oferta exportable de la empresa Integra Coffee SAC?

PE (2). ¿Cuáles son barreras arancelarias y no arancelarias de los Países Nórdicos para el ingreso de café verde?

PE (3). ¿Cuál es la distribución física internacional para realizar la exportación de café verde hacia los Países Nórdicos?

PE (4). ¿Cuál es la oferta de los Países Nórdicos para el ingreso de café verde?

PE (5). ¿Cuál es la demanda de los Países Nórdicos para el ingreso de café verde?

PE (6). ¿Cuál de los estados que conforman los países nórdicos es el mercado adecuado para la exportación de café verde?

PE (7) ¿De qué manera un estudio de mercado permite la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia uno de los estados que conforman los Países Nórdicos?

O (8) ¿De qué manera la validación por juicio de expertos permitirá de la factibilidad de la propuesta?

1.5. Justificación e importancia

La presente investigación es de justificación teórica, porque servirá como un antecedente de estudios que se puede tomar como una referencia para futuros investigadores en el tema de estudio de mercado para la aplicación en la exportación de café verde.

Tiene una justificación práctica, porque ayudará a resolver un problema detectado en la empresa Integra Coffee SAC, respecto a la falta de clientes en el mercado internacional, el cual contribuye al gerente general a la selección del mercado idóneo para la exportación de café verde.

Asimismo, tiene una Justificación Metodológica, porque se utiliza técnicas de recolección de datos, una entrevista realizada al gerente de la empresa y a tres especialistas de la unidad de negocio de la comercialización de café, asimismo se utilizó la técnica de revisión documentaria con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Finalmente, es de justificación social, porque contribuye en resolver una problemática identificada en la empresa Integra Coffee y donde podrá expandirse

a más países, con el fin de poder obtener más utilidades y con ello podrá generar más puestos de trabajo en la empresa para cooperar en el proceso de producción y exportación del café verde.

1.6. Hipótesis

Hi. El estudio de mercado permitió la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos.

Ho. El estudio de mercado no permitió la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

OG. Proponer un estudio de mercado para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos

1.7.2. Objetivos específicos

OE (1). Identificar la oferta exportable de la empresa Integra Coffee SAC.

OE (2). Investigar las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso de café verde hacia los Países Nórdicos.

OE (3). Conocer la distribución física internacional para la exportación de café verde

OE (4). Determinar la oferta de los Países Nórdicos para la exportación de café verde

OE (5): Determinar la demanda de los Países Nórdicos para la exportación de café verde

OE (6) Identificar el mercado adecuado para la exportación de café verde

O (7) Diseñar un estudio de mercado para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia uno de los países nórdicos.

O (8) Validar la propuesta por juicios de expertos teniendo en cuenta que el estudio de mercado permitirá la exportación de café verde

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación

2.1.1. *Tipo de investigación*

Enfoque mixto, dado que se utilizó herramientas tanto cualitativas y cuantitativas (entrevista y análisis documentario) con el fin de cumplir los objetivos propuestos de la investigación. El enfoque mixto se realiza para examinar lo que se está investigando, determinar la validez y confiabilidad de las variables a través de teorías, entrevistas y recolección de datos informativos (Hernández, et. al, 2014)

De acuerdo a este contexto, en este estudio se aplicó una entrevista al gerente de la empresa Integra Coffee para conocer la oferta exportadora, además de entrevistas a tres especialistas en la unidad de negocio de la comercialización del café sobre los requisitos de acceso de mercado y la DFI para la exportación de café verde con dirección a Países Nórdicos. Por otro lado, en base a la variable estudio de mercado se empleó la técnica de análisis documentario.

Es de tipo descriptiva porque se buscó describir los elementos que componen el problema, más no de explicarlo, por lo tanto, los elementos que son investigados no deben de ser manipulados, pero sin embargo tienen la capacidad de enfrentar la problemática a tratar, además de evaluar u observar las características que componen la problemática (Marte, 2019).

Del mismo modo es propositiva, porque se propone una propuesta para solucionar la problemática de la empresa en estudio. Por lo tanto, se realizó un estudio de mercado para la exportación de café de la empresa Integra Coffee donde se busca describir y averiguar cuál de los 5 estados que conforman los Países Nórdicos ofrece más oportunidades para la exportación de café verde de la empresa en estudio con el fin de obtener más clientes y una mayor rentabilidad.

2.1.2. *Diseño de la investigación*

Es no experimental, porque no se va a modificar ninguna variable simplemente se va averiguar los acontecimientos ocurridos y de acuerdo a ello poder analizar y llegar a una conclusión (Hernández et. al, 2014)

Es decir, los investigadores se encargaron de realizar un estudio de mercado para que la empresa Integra Coffee pueda exportar café verde a países nórdicos,

pero no serán los encargados de aplicarlo o realizar la exportación, por lo tanto, este documento será entregado a la empresa en estudio para su respectiva evaluación y ver la posibilidad de aplicarlo.

Asimismo, es de corte transversal, porque los datos se recolectaron en un momento dado. Es decir, se buscará la información de un determinado tiempo para analizar y describir las variables investigadas (Hernández et. al, 2014).

En otras palabras, se va estudiar dos variables en un tiempo establecido por los investigadores, para llegar a una conclusión sobre la problemática abordada de la empresa Integra Coffee.

2.2. Variables y operacionalización

Tabla 1

Variables, operacionalización

Variable	Dimensión conceptual	Dimensión operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumento
Variable Dependiente: Exportación	Es una actividad muy importante dentro de los negocios internacionales basado en la comercialización de bienes o servicios en otros países diferentes al que pertenece el exportador o vendedor (Lerma y Márquez, 2010, p. 539)	Es una actividad que consiste en la venta de bienes y servicios a otros países, lo cual representa una actividad muy importante para un país porque genera mayores ganancias.	D1: Análisis de la Oferta exportadora	I1: Gestión de producción	1-2-3	Entrevista
				I2: Gestión empresarial	4-5-6-7-8-9	
				I3: Gestión exportadora	10-11-12-13-14-15	
			D2: Acceso al mercado	I1: Barreras arancelarias	17-18-19-20	
				I2: Barreras no arancelarias	21-22-23	
				D3: DFI	I1: Transporte internacional	
			I2: Tramites documentarios		23-27	

Variable independiente: Estudio de mercado	<p>Es un documento que facilita al empresario la toma de decisiones, puesto que contribuye en escoger la opción más acertada y aumenta la probabilidad del éxito del negocio. (Fernández, 2017, p.15)</p> <p>Un estudio de mercado es un documento que facilita la toma de decisiones del empresario o investigador, puesto que dicha información le da una noción clara sobre el mercado en estudio y con ello permite tomar decisiones adecuadas de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio.</p>	<p>D1: Análisis de la oferta</p> <p>D2: Análisis de la Demanda</p> <p>D3: Identificación del mercado objetivo</p>	I1: Producción del país destino	1	Análisis documentario
			I2: Importaciones mundiales	2	
			I3: Importaciones desde Perú	3	
			I1: Consumo per cápita	4	
			I2: Análisis del consumidor	5	
			Características de mercado	7	
			Selección del mercado	8	

Nota. Elaboración propia

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Conjunto de elementos que pueden ser personas, objetos, animales, organizaciones, entre otros. Por ello, primero se debe determinar la unidad de análisis, es decir delimitar que elementos formaran parte de la población, de los cuales se tomará la muestra para aplicar las técnicas de información para la recolección de datos esperados (Arias et. al, 2016). De acuerdo a ello, se tiene tres poblaciones los cuales describen de la siguiente manera:

Población 1. Está conformado por el gerente general de Integra Coffee SAC

- Ing. Elvis Julca Rangel

Población 2. Conformado por tres especialistas en la unidad de negocio de comercialización de café, los cuales cuentan con conocimiento sobre la exportación de café con dirección a países nórdicos, puesto que colaboran en organizaciones que ya han ingresado a dichos países.

- Ing. Manuel Montenegro Dávila- Especialista en la exportación de cafés especiales en grano verde
- Lic. Alex Iván Vallejos Anaya -Gerente general Valley Coffee Trading SAC
- Lic. Marjorie Geraldine Parrilla Avalos- Encargada área de exportaciones- Origin Coffee Lab. SAC

Población 3. Análisis documentario

En base a la población 3, se trabajó en base a la variable “estudio de mercado”, que incluye datos estadísticos de herramientas del ITC, Promperu, etc.

2.3.2. Muestra

Subgrupo de la población, en otras palabras, es ese grupo pequeño que representa a toda la población a la cual se aplicaran los instrumentos para la recolección de datos (Hernández, 1991).

De acuerdo a lo planteado, el tipo de muestreo que se utiliza en esta investigación es no probabilística, porque la población no supera las 100 personas, además que se realiza un muestreo por conveniencia porque se eligió a personas que tienen conocimiento del tratado y que pueden responder con facilidad las

preguntas y cumplir con los objetivos planteados. Ante esto, la muestra está constituida por las mismas unidades de estudio de las poblaciones las cuales se mencionan a continuación:

Muestra 1. Conformado por el Gerente general de Integra Coffee SAC

- Ing. Elvis Julca Rangel

Muestra 2. Conformado por tres especialistas en la unidad de negocio de comercialización de café

- Ing. Manuel Montenegro Dávila
- Lic. Alex Iván Vallejos Anaya
- Lic. Marjorie Geraldine parrilla Avalos

Muestra 3. Análisis documentario

Para la muestra 3, se tomará en cuenta información aplicada a la variable de estudio de mercado, donde se incluirá también datos estadísticos de fuentes antes mencionadas.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Por un lado, se utilizó una entrevista para recolectar información referente a la variable dependiente “exportación” aplicada al gerente de la empresa Integra Coffee y a tres especialistas en la unidad de negocio de comercialización de café.

Respecto a ello, Diaz et. al (2013) define la entrevista como técnica importante en una investigación para la recolección de datos, que consiste en una conversación que busca un fin especificado por el entrevistador distinto al solo hecho de conversar, es decir el entrevistador realiza preguntas al entrevistado con el fin de obtener respuestas que aporten a la investigación.

Por otro lado, se utilizó la técnica de análisis documentario para la recolección de datos en base a la variable independiente “estudio de mercado”, en la cual abarca datos informativos y estadísticos de los últimos 5 años.

Teniendo en cuenta a Peña y Pirela (2007) el análisis documentario es una técnica que permite al investigador organizar y representar el conocimiento

registrado por individuos en los documentos y se centra en el análisis y síntesis de los datos plasmados en dichos documentos.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

En primer lugar, el instrumento que se utilizó para la técnica de la entrevista será una guía de entrevista con preguntas abiertas referentes a la variable dependiente “exportación” que consto de 30 preguntas, dividiéndose en 3 dimensiones: Análisis de Oferta Exportable (16), Requisitos de acceso al mercado (7) y Distribución física internacional (7) las mismas que serán aplicadas al gerente de la empresa Integra Coffee y a tres especialistas de la unidad de negocio de comercialización de café .

En segundo lugar, en cuanto la técnica de análisis documentario el instrumento que se utilizo fue una hoja de trabajo en base a la variable independiente “Estudio de mercado” en el que se planteó 10 preguntas divididas en las siguientes dimensiones: Análisis de la oferta (3), Análisis de Demanda (3) y selección del mercado (4).

2.4.3. Validez

La validez medio los instrumentos de recolección de datos (guía de entrevista y hoja de trabajo) con la finalidad de determinar si tiene relación con las variables que se pretenden medir. Es preciso mencionar que, para la validación de los instrumentos, se aplicó un criterio de constructo puesto que los instrumentos fueron realizados en base a conceptos teóricos relacionadas con las variables de estudio.

Asimismo, cabe recalcar que para realizar la validación del contenido de los instrumentos se utilizó la validación por jueces, es decir, el contenido de los instrumentos en ese caso la guía de entrevista y hoja de trabajo se tuvo que validar por tres expertos en tema de estudio con el fin de proceder aplicar los instrumentos. Por lo tanto, el contenido formulado en los instrumentos debe guardar relación con las dimensiones e indicadores de las variables de estudio.

2.5. Procedimientos de análisis de datos.

El método es deductivo, porque se recogió información de estudios ya realizados de años anteriores y, asimismo, información actual brindada por

especialistas en la comercialización de café, donde se llegó a discutir, llegar a conclusiones y futuras recomendaciones.

Para realizar el análisis de datos que se obtuvo de la aplicación de los instrumentos se utilizó el paquete informático de Microsoft Word y Excel, los cuales permitieron analizar las respuestas obtenidas de la aplicación de la guía de entrevista y ficha de trabajo mediante tablas y gráficos. Por ende, este análisis de datos permitió obtener y evidenciar el logro de los objetivos.

2.6. Criterios éticos

En esta investigación se tomaron 2 criterios éticos en base al informe de Belmont las cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 2

Criterios éticos

Criterios	Descripción
<i>Respeto a las personas</i>	Para la respectiva aplicación de los instrumentos se desarrolló el consentimiento informado del gerente de Integra Coffee y de los tres especialistas de la unidad de negocio de comercialización de café que fueron entrevistados de manera que sus conocimientos aporten a la presente investigación.
<i>Beneficencia</i>	A través de esta investigación se podrá lograr diferentes beneficios tanto para la empresa en estudio y para investigadores, por ejemplo, el beneficio para la empresa Integra Coffee es que les ayudará a resolver su problemática en cuanto a la incertidumbre de saber cuál de los estados que conforman los Países Nórdicos es el adecuado para la exportación de café verde. En cuanto al beneficio para los investigadores es que gracias a esta investigación se podrán culminar los estudios universitarios satisfactoriamente.

Nota. Descripción de los criterios éticos utilizados en la investigación.

2.7. Criterios de Rigor Científicos

Tabla 3

Criterios de rigor científico

Criterios de rigor científico	Descripción
Valor de verdad (Credibilidad)	La guía de entrevista fue validada por tres expertos en el tema, Asimismo, para la hoja de trabajo se utilizó fuentes confiables que contienen datos informativos y estadísticos que contribuyeron en cumplir los objetivos planteados.
Aplicabilidad (validez externa)	Para la aplicación de la guía de entrevista se consideró al gerente de Integra Coffee y a tres especialistas en la unidad de negocio de comercialización de café los cuales tienen conocimiento del tema tratado y contribución en obtener una información verídica.
Neutralidad (objetividad)	Los resultados obtenidos gracias a los instrumentos de recolección de datos que se aplicó a los elementos que conforman la muestra no fueron manipulados por los autores, es decir el resultado de esta información fueron procesadas de forma original sin realizar ninguna alteración o modificación.

Nota. Descripción de los Criterios de rigor científico utilizados en el estudio.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y gráficos

En este apartado, se muestran los resultados obtenidos en base a la aplicación de los instrumentos utilizados en esta investigación (Guía de entrevista y hoja de trabajo) los mismos que fueron ejecutados para cumplir con los objetivos específicos planteados, de acuerdo a ello, la guía de entrevista realizada al gerente general de la empresa en estudio contribuyó a cumplir con el primer objetivo específico que fue Identificar la oferta exportable de la empresa Integra Coffee SAC, asimismo, la guía de entrevista aplicada a tres especialistas contribuyo al logro del segundo y tercer objetivo, por consiguiente, la hoja de trabajo ayudo a cumplir los demás objetivos que fue llevada a cabo mediante la revisión de distintas fuentes confiables a nivel nacional e internacional. De acuerdo a ello, el desarrollo de los objetivos específicos contribuyó a cumplir con el objetivo general que fue proponer un estudio de mercado para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos.

3.1.1. Resultados de la guía de entrevista

- Entrevista- Gerente general Integra Coffee SAC

Objetivo 1: *Identificar la oferta exportable de la empresa Integra Coffee SAC*

Tabla 4

Guía de entrevista realizada al gerente de integra Coffee SAC

1. ¿Cuál es la capacidad de oferta anual de café verde de la empresa Integra Coffee?

La oferta es de 8 000 quintales de café especial y 15 000 quintales de café convencional.

2. ¿Qué cantidad de café verde especial exporta anualmente la empresa Integra Coffee?

Un aproximado de 7,500 quintales exportables, por qué, una parte se vende en el mercado local y para la industria.

3. ¿Cuáles son las características organolépticas del café que tiene más demanda en sus clientes?

En su mayoría los frutados y florales, de hecho, en fragancia y aromas. Pero en el tema de sabores que contengan un poco achocolatado; y que tenga un buen cuerpo y un post gusto prolongado.

4. ¿Con qué medidas de sanidad e inocuidad del café cuenta la empresa Integra Coffee que garanticen que su producto es de calidad?

Solo utilizamos la Certificación Fitosanitario que lo otorga SENASA y después validados con las certificaciones de producción orgánicas y producción sostenible que es Rainforest Alliance que garantiza que las plantas, vehículos, almacenes estén en lo posible en estado de inocuidad, tal vez, es difícil estar al 100% y todo, que si lo permite por ser materia prima todavía.

5. ¿Mencione las certificaciones internacionales que cuenta la empresa Integra Coffee?

Tenemos a la Certificación Orgánica y RA. Orgánica USDA para Estados Unidos, Orgánica UE para Unión Europea y JAS para el mercado japonés.

6. ¿Qué tipo y modalidad de exportación utiliza la empresa Integra Coffee para la exportación de café verde?

Exportamos directamente dentro de la cadena comercial que es la más corta, el Productor trae café a Integra Coffee, el cual se encarga de procesarlo y mediante el transporte trasladarlo hasta los almacenes marítimos para hacer llegar el producto hasta el tostador, el cliente final son los tostadores.

7. ¿De qué manera financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?

Estamos trabajando con financiamiento de bancos nacionales, pero este año estamos trabajando para obtener un financiamiento internacional.

8. ¿La empresa cuenta con un bróker o un área especialista en comercio exterior para realizar la correcta exportación del café Verde?

La exportación es directa y dentro de ello nos apoyan tres agencias de aduanas incluido PML.

9. ¿Qué INCOTERMS utilizan para exportar el café Verde? ¿Por qué?

Trabajamos mediante el incoterm FOB, mayormente es el cliente el que determina los incoterms; como, por ejemplo; si el cliente nos pide un café grado uno, grado dos, café con tal calidad, café de tal variedad. Luego nos dice quiero el certificado de origen, porque es preciso mencionar que algunos no piden certificado de origen. Nosotros le damos comodidad, es decir, todo lo que solicite el cliente.

10. ¿Cuál es el medio de pago internacional que utiliza la empresa?, ¿Por qué?

Lo realizan al contado y negociamos bajo la modalidad FOB, es decir nos realizan el pago a la entrega de documentos, por lo tanto, no esperan que llegue la mercadería.

11. ¿Mencione usted el tipo de envase que utiliza la empresa para la correcta distribución del producto hacia los mercados internacionales?

Trabajamos con bolsa grainpro, sacos de yute y también el empaquetado al vacío que es en caja de cartón de 20 kilos cada una, los sacos de yute de 30 kg y también de 69 kg, es de acuerdo a requerimiento del cliente.

12. ¿Qué medio de transporte Internacional utilizan para la exportación de café verde?

En el transporte tenemos el marítimo y aéreo, porque hay algunos microlotes que se exportan vía área, en cantidades pequeñas.

13. ¿Cuál es el precio de exportación del café verde de especialidad de la empresa Integra Coffee?

El café se vende en promedio 3.7 dólares por libra, que sería un total aproximado de 367 dólares el quintal promedio.

14. ¿En qué ferias a nivel nacional e internacional ha participado la empresa para promocionar su producto de exportación?

Hasta la fecha hemos participado en la feria de la SCA que se da en Estados Unidos, ahora estamos invitados a la SCAJ que se va a dar en Japón. También, hemos participado en esta feria de la SCAJ y la SCAE que es en Europa y a nivel nacional en el Expo Cajamarca y Expo Café.

15. ¿A qué mercados internacionales ha ingresado el café verde de la empresa y a que mercados les gustaría ingresar?

Hemos exportado para Estados Unidos, Arabia, Japón, Corea y Jordania. Nos gustaría potenciarlo más en el tema de Estados Unidos, Corea y llegar a aperturar a los mercados Nórdicos.

Nota. Adaptado de Guía de entrevista aplicada al gerente general de Integra Coffee

De acuerdo a la guía de entrevista aplicada al gerente general, se logró identificar la oferta exportadora de la empresa, pues exporta de forma directa con una oferta anual de 15 mil quintales de café convencional y 8 mil quintales de café especial, la libra de café especial es vendido a un precio de 3.7 dólares. La mercancía es trasladada en transporte marítimo en una presentación de acuerdo al requerimiento del cliente el cual puede ser en saco de yute con bolsas grainpro o cajas de cartón corrugado con bolsa grainpro empacadas al vacío, posee certificaciones de acuerdo a las exigencias de cada cliente en el país destino, lo cual respalda la calidad del producto. En la actualidad, financia sus exportaciones a través de un banco nacional, pero también busca el financiamiento de un banco internacional porque si bien es cierto que para realizar exportaciones en grandes cantidades se debe contar con un capital disponible para sustentar los gastos que implica la exportación hasta que se reciba el pago del producto, por último, es preciso mencionar que la empresa ha participado en ferias nacionales e internacionales para promocionar su producto.

- Entrevista- Especialistas

Tabla 5

Datos de los tres especialistas entrevistados

N°	Especialistas	Organización	Cargo
1	Ing. Manuel Montenegro Dávila	Café Montenegro	Asesor comercial internacional de cafés especiales

2	Lic. Alex Iván Vallejos Anaya	Valley Coffee Trading SAC	Gerente general
3	Lic. Marjorie Geraldine parrilla Avalos	Origin Coffee Lab. SAC	Encargada del área de exportaciones

Nota. Descripción de los Especialistas entrevistados

Los especialistas entrevistados pertenecen a la unidad de negocio de comercialización de café, por lo tanto, permitió obtener información valiosa para esta investigación.

Objetivo 2: *Investigar las barreras arancelarias y no arancelarias que debe cumplir la empresa Integra Coffee para la exportación de café verde hacia los Países Nórdicos.*

Tabla 6

Guía de entrevista a los tres especialistas

1. ¿Considera usted atractivo el mercado de países nórdicos para la exportación del café verde de especialidad?	
N° especialistas	Respuesta
Especialista 1	Estamos aperturando mercado, como gerente comercial del área de comercialización es ir siempre en busca de nichos de mercado y que el café sea evaluado por sus atributos, por su forma de trabajo que implica el sacrificio. Si es atractivo el mercado de países nórdicos, yo vengo siguiendo ese mercado muchos años, ya que son unos de los países donde el consumo per cápita es alto, porque al existir un mayor consumo, para todos se nos hace muy atractivo para querer conquistar ese mercado.
Especialista 2	Si, una de las principales razones es que el café peruano aún no está posicionado en ese mercado, entonces tenemos la

oportunidad de prácticamente de aperturar y posicionar el café de Perú en esos países. Digamos que no vamos a competir con muchos exportadores peruanos porque hay muy pocos que han ingresado a ese mercado.

Especialista 3 Si, es un mercado bastante interesante, en los últimos años se ha visto que la demanda del café peruano se ha incrementado. Estos países tienen una alta cultura por el consumo de café y más aún con la tendencia de los cafés de especialidad dichos países están incrementando la compra de café especial. Por ejemplo, según la última información que visualice, algunos países tenían un alto consumo per cápita de café, lo cual ronda los 8 kg, 7.5 kg al año. Pero, es preciso resaltar que en estos países hace falta un poco más de promoción del café peruano, puesto que nos lleva la delantera Brasil y Colombia. El Perú tiene un café de alta calidad que cumple con todos los estándares, por ello, los países nórdicos es un mercado atractivo para el café peruano y se busca consolidarnos más en dichos mercados.

2. ¿Qué barreras arancelarias imponen los países nórdicos para el ingreso de café verde?

Especialista 1 En realidad, el continente europeo, y asiático son muy cuidadosos respecto a su importación, para los productos en granos o comestibles; ponen casi las mismas barreras que se hacen dentro de la labor comercial, si bien es cierto en el Perú utilizamos la partida 09011, ellos también la utilizan porque es su forma de considerar de que el producto sea regulado desde origen, donde salen bajo la Organización Internacional del Café, por algo se llaman las certificaciones ICO que certifica que desde donde salió el producto fue bajo una partida arancelaria y un requerimiento adecuado para su ingreso y nacionalización.

El certificado de origen es el ICO comercial que es brindada por la Cámara Internacional del Café o la Organización Internacional del Café, asimismo te piden el Certificado Fitosanitario como todos países porque es muy importante tener el certificado para que ingrese con total normalidad ya que es un ente regulador, los fitosanitarios son a nivel mundial, hay otros que piden otros certificados como el análisis informativo que hace el inspector de SENASA, pero normalmente se requiere un fitosanitario a nivel mundial donde diga que la muestra de lote del café ha sido analizado y está libre de contaminantes y plagas en cuanto al convenio Internacional de Salud.

Especialista
2

Bueno en realidad, nosotros al realizar una exportación lo que vemos que como exportadores no pagamos aranceles, el café está exento del pago de aranceles.

Especialista
3

No, existe barreras arancelarias para el café, llevo muchos años exportando café y no he visto hasta el momento que existan barreras arancelarias para dicho producto.

3. ¿Tiene conocimiento si Perú cuenta con un acuerdo comercial con los Países Nórdicos que beneficien a las exportaciones de café verde?, ¿De qué manera lo beneficia?

Especialista
1

Hasta el momento que yo tenga conocimiento no hay ningún acuerdo comercial, ningún TLC, esperamos que lo hagan pronto, creo que a través de las entidades comerciales de las OCE están tratando de lograr un TLC, más sobre todo en el tema arancelario ya que beneficia al importador, exportador y productor. Por otro lado, el productor solamente tiene que fijarse en algo, sacar un café especial y venderlo al mejor precio. En realidad, los cafés especiales es una ventana muy importante para mostrar al mundo lo que realmente tenemos como capacidad de producción de muy buenos cafés.

Especialista
2

En realidad, no hay uno en específico con estos países, pero al café al estar exento de arancelares, hay algunos países con los que sí hay TLC, pero con Dinamarca o noruega que hemos exportado no hemos tenido ningún tipo de problema o tratamiento arancelario.

Especialista
3

Si, tenemos un tratado con la unión europea y también el acuerdo comercial EFTA donde están incluidos Noruega y Suecia, son acuerdos que benefician porque a través de esto no se paga impuestos

4. ¿Qué barreras no arancelarias imponen los Países Nórdicos para el ingreso de café verde?

Especialista
1

Según conocimiento que tengo lo que ellos siempre se van a enfocar que los productos que ingresen sean libres de insecticidas y estén analizados. Lo más importante que estén libre de muchos productos que ellos crean que no es conveniente, cuidan su poca agricultura que tienen ya que son países de hielo, cuidan la salud de sus pobladores. Ellos tienen bien estructurado la educación, salud y el trabajo entonces esos son tres pilares importantes de una sociedad para poder surgir, ellos mayormente se proyectan que cada producto que ingrese sea café o independientemente cualquier exportación agroindustrial o cualquier exportación que se realice a través de granos, nueces o lo que sea, ellos siempre van a fijarse que eso sea milimétricamente analizado, para esto hay laboratorios certificados o recomendados por ellos. Pero también no estoy de acuerdo cuando son direccionados, eso es lo que hay que hacer si uno quiere entrar al mercado de mayor consumo de mayor accesibilidad dinerario o de mayor pago por su café hay que hacer lo que las reglas ponen, no es difícil, va a demorar un poquito si como en toda negociación.

Especialista

2

Dentro de las barreras no arancelarias, básicamente uno de los documentos que te piden, es el certificado fitosanitario y el certificado de origen que es lo que te piden básicamente todos los países cuando se exporta café, porque sabemos que el café es un producto commodity además de ser un producto agrícola por lo tanto necesita este tipo de permisos para ingresar a un país.

Especialista

3

En el tiempo que llevo exportando café, no he visto que los países nórdicos impongan barreras no arancelarias.

5. ¿Qué entidades de Perú se encargan de regular la salida de café verde de especialidad?

Especialista

1

En Perú no hay ninguna regularización, si bien es cierto que existe la Cámara Peruana de Café y Cacao, Junta Nacional de Café, también, está la Central de Café y Cacao que es una central que agrupa cooperativas para hacer las exportaciones, no tienen injerencia lo que es político, ni gobernabilidad, ósea, de darte una regulación como ente regulador, para ser un ente regulable tienen que ser un ente público como MINAGRI, en estos momentos no tenemos. Si bien es cierto tenemos buenos cafés, podemos cambiar y vallamos trabajando en esa línea.

Por otro lado, les comento SENASA no es una entidad reguladora, es una entidad que certifica o que da fe de formalidad a una inspección de laboratorio, donde va a decir que el café es verde, está libre de plagas, no tiene tales glifosatos y pesticidas que no están permitidas dentro de ese grano verde, nada de lo que está prohibido. Pero no existe una entidad que regula el café especial que está libre de moho y no tiene defecto con una taza de 80, 82, 84, 85.

Especialista 2 SENASA en el tema de certificado fitosanitario y también hacemos el trámite del certificado de origen a través de la VUCE, y aduanas (SUNAT) porque enviamos toda la información del monto facturado de lo que se está exportando.

Especialista 3 Bueno aquí se encuentra SENASA que hace una inspección para emitir el certificado fitosanitario asimismo SUNAT, las cuales serían las dos entidades principales que se encargan de regular la salida del café, un exportador de café trabaja principalmente con estas dos entidades

6. ¿Qué entidades de países nórdicos se encargan de regular el ingreso de café verde?

Especialista 1 Conversando con los clientes, sé que ellos tienen un ministerio, que se encarga de regular toda la importación de productos agrícolas no recuerdo el nombre, pero ellos si tienen una entidad gubernamental especialmente para todo tipos de ingreso a su país, es como una aduana, como acá ingresa un grano verde digamos a Perú, pasa por una cuarentena y SENASA se encarga de evaluar ese café, que no tenga plagas porque tenemos que cuidar nuestra agricultura, porque a través de un grano puede ir una plaga y nos malogra toda la agricultura, nos mata y nos hace una pandemia . Entonces ellos tienen lo mismo casi todos los países tienen un ente regulador que protege su agricultura

Especialista 2 Generalmente sería la aduana de los países nórdicos y la entidad encargada de la inspección de que el café cumpla con los estándares establecidos, pues en particular, nosotros no vemos ningún tipo de documentación de importación de ese producto puesto que negociamos en termino FOB y la responsabilidad termina cuando la mercancía esta sobre el buque, ese tema de las entidades lo ve el importador en países nórdicos.

Especialista

3

Considero que al igual que Perú, son dos entidades que se encargan de regular el ingreso del café, la entidad aduanera de países nórdicos y la que se encarga de inspeccionar el café, el cual inspecciona que el café cumpla los estándares de calidad.

7. ¿Mencione las certificaciones que exigen los países nórdicos para el ingreso de café verde?

Especialista

1

Va a depender de la comercialización, si cierras un contrato con un café certificado orgánico te lo va a pedir de acuerdo a tu contrato y a la declaración en la póliza, si mandas un café verde orgánico tienes que mandar con su Certificación Orgánica, Certificado Fitosanitario (SENASA), Certificado de la Organización Internacional del Café, aparte de eso te pueden pedir certificado de calidad, te pueden pedir un certificado de análisis de glifosato, eso va depender del Mercado. Para los países nórdicos mayormente se basan de que esto estos estén libres de insecticidas, pesticidas, glifosato y plagas; te van a pedir de acuerdo al contrato que haces con el comprador, entonces, el comprador va a decir necesito un Certificado Fitosanitario, necesito que me hagan un análisis de glifosato eso va ser de acuerdo a la reglamentación aduanera del país a donde va ir el café.

La agricultura y la humanidad también evolucionan, por lo tanto, en la agricultura también hay que estar a la vanguardia, porque aparecen una que otras plagas, por ejemplo, ahora estamos con la crisis alimentaria.

Entonces, lo principal que te van a pedir es Certificado Fitosanitario porque es un ente regulador estatal, un ente regulador entre países y países es más creíble que una empresa privada. Lo primordial es el Fitosanitario que esta evaluado por SENASA y de ahí ya vienen los acuerdos como tu negocias si es un café certificado Fairtrade, Orgánico, UTZ, entre otros. Esto va

a depender de cómo la empresa en cada país esta sumergida con su área comercial.

Por ejemplo, muchos grandes importadores transnacionales siempre te van a comercializar con el Orgánico, ellos tienen un plus a través de su gobierno que mediante esos 20 o 30 dólares diferenciales tienen partidas arancelarias sobre el impuesto o sobre la ganancia, son convenios de la empresa con el estado, puede ser que en otro país no le interesa. Por ejemplo, Japón me compra y no le interesa ningún certificado, le interesa café de calidad y punto; cual si le interesa es el ICO y el Fitosanitario dos factores importantes ICO y Fitosanitario.

Especialista

2

No hay una exigencia de certificados, pero si vendes certificado orgánico se tiene que contar con el certificado orgánico internacional (COI), y es válido para todos los países de Europa, pero no hay una certificación que si no la tengo no se puede exportar el café. por ejemplo, si el café no es orgánico no es necesario contar con una certificación.

Pero para otros países es distinto por ejemplo para Japón, si se tiene que contar con la certificación JAS.

Especialista

3

Principalmente un certificado de origen, certificado fitosanitario, cuando es un café orgánico piden un TC (Certificado de transacción de productos orgánicos). Cabe recalcar que este mercado demanda mucho el café comercio justo y como parte del negocio de café sostenible se necesitaría contar con el certificado de comercio justo, asimismo también tiene demanda en los últimos años por Rainforest Alliance por lo tanto también se debe contar con dicho certificado

Nota. Adaptado de Guía de entrevista a especialistas

De acuerdo al objetivo 2, los especialistas mencionaron que los países nórdicos es un mercado atractivo para los exportadores peruanos, por diferentes razones: Elevado consumo per cápita, asimismo mencionaron que el café peruano aún no está posicionado, por lo tanto, se tiene la oportunidad de aperturar el mercado, además del Incremento de la demanda del café y existe una alta cultura por el consumo de café y más aún con la tendencia por el café especial. Los países nórdicos no imponen ninguna barrera arancelaria para ingreso de café verde, por lo tanto, genera beneficios para las partes negociantes puesto que no pagan ningún arancel a la importación del producto, del mismo modo, el Perú no cuenta con acuerdo comercial de forma directa con los países nórdicos, pero si cuenta acuerdos comerciales en conjunto con otros países como, por ejemplo: Perú- UE y La EFTA donde forman parte Suecia y noruega. Entre las barreras no arancelarias como la mayoría de los países, exige el certificado fitosanitario el cual hace constar que el producto está libre de plagas u enfermedades, asimismo el certificado de origen para comprobar que el producto es de Perú y no imponer recargos arancelarios para el ingreso del café, de igual forma existen otras certificaciones exigidas de acuerdo al contrato realizado entre las partes negociantes, finalmente, consideran que al igual que Perú en los países nórdicos existe una aduana y una entidad que certifica que el producto se encuentre en buenas condiciones para su salida e ingreso del café.

Objetivo 3: *Conocer la distribución física internacional para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee hacia Países Nórdicos*

Tabla 7

DFI para la exportación de café verde

8. ¿Qué documentos se necesitan para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos?	
N° especialistas	Respuestas
	Principalmente para la exportación de café se necesitan los siguientes documentos:

-
- Especialista**
1
- Certificado de origen (ICO)
 - Certificado fitosanitario
 - Factura comercial
 - Instrucciones de pago
 - Packing list
 - B/L

Otros que requiera el país destino.

Para la exportación de café en forma general, no se necesita en realidad nada si envías café convencional, pero si deseas enviar café orgánico si necesitas el certificado orgánico para Europa, es decir si hablamos a nivel país, pero en el caso hablamos de clientes, cada cliente va a requerir o exige algún certificado que avalen la calidad del producto.

Especialista

2

Por otro lado, los documentos utilizados para cada exportación son:

- Factura comercial
- Documento de transporte
- certificado de origen

entre otros.

Los documentos que usualmente se utilizan para realizar una exportación son:

Especialista

3

- Factura comercial
- B/L
- Packing list
- Certificado de peso
- Certificado de transacción (cuando son propuestos orgánicos y de Rainforest)

9. ¿Cuál es el Incoterms adecuado para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos?, ¿por qué?

Especialista

1

La partida para el café verde es 090111, respecto al incoterm para las exportaciones son en FOB, pero hay clientes que quieren CIF, pero nosotros hacemos con FOB debido a que los compradores internacionales tienen su proceso logístico ya manejado y determinado.

Especialista

2

Considero que el más adecuado para la exportación de café, es el Incoterms FOB, porque en dicho termino se encarga de todos los tramites hasta origen, es decir, se realiza todos los tramites en origen para que cuando se envíe el producto el importador realice los tramites en destino, es como una conveniencia, donde es mejor realizar los trámites en origen que hacer trámites en otros países, en conclusión, el incoterm más sencillo de manejar es el FOB.

Especialista

3

Usualmente para las exportaciones de café, las negociaciones se realizan en FOB, aunque en los últimos años se ha visto requerimiento en CIF, pero normalmente se utiliza FOB, el incoterm que más utiliza en las exportaciones de café.

10. ¿Qué tipo de envase y embalaje considera adecuado para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos?

Especialista

1

Los embalajes adecuados para un café ya están determinados y sacramentados, mientras exista mayor tecnología para mantener la calidad y durante el desplazamiento llegue a destino, de Perú a un país de Europa no es más de 45, 50 hasta 60 días, pero para otros países el traslado es de hasta 90 días, entonces, mandarles con un empaque adecuado lo normal y está permitido es en saco de yute, una bolsa GrainPro bien cerrado y el contenedor que valla este forrado con papel para emisiones de gases del exterior eso en la parte en los cafés de volumen.

También en cafés especiales que están de 80 puntos hacia arriba están dentro de la escala de especiales, pero a título personal y

a consideración mía, yo prefiero mandar menor cantidad en bolsa envasado al vacío de 20 kilos en su cajita, con su descripción. Está comprobado que mandar un producto al vacío va tener mayor durabilidad, mejor conservación y sobre todo mayor comodidad en despacho logístico, es más fácil transportar una caja de 20 kg que un saco de 60 kg; pero como dice el dicho lo bueno viene en frasco chico porque no mandar los cafés así también y bien hechos, siendo el mayor enemigo del café es el oxígeno.

Especialista 2 Considero que el más adecuado son los sacos de yute y bolsas GrainPro para conservar la calidad del café y llegue a su destino en buenas condiciones y preservando las características organolépticas requeridas por el cliente.

Especialista 3 Los clientes ya sean importadores o tostadores, ellos indican que tipo de embalaje los requieren el café, anteriormente se utilizaba el saco de yute y hasta la actualidad, pero en menor proporción, puesto que la tendencia a cambiar por bull (es un bolso grande para todo el contenedor) o big pag. Los cuales considero que son más adecuados, prácticos y tienen un menor costo, ese el cambio que se ha dado donde se está dejando de usar el saco de yute para utilizar el big bag o bull.

11. ¿Qué medio de transporte Internacional considera más adecuado y rentable para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos?

Especialista 1 El medio adecuado es el marítimo, pero hay clientes que compran cafés carísimos de 100 dólares la libra, ellos prefieren pagar 7 dólares el kilo en el flete aéreo y llega su café a la semana, eso va a depender mucho de lo que tu estas exportando. Si yo estoy exportando un café convencional mandarlo por barco, si es convencional. Si compro un café de 100 dólares la libra y en el barco me va a costar 60 con el peligro que baje la calidad y que lo consolide con otras cosas que lo

contamine, yo lo recomiendo que lo lleven por el aéreo pero el cliente tiene la última palabra. Yo recomendaría en caso de microlotes super top que se envíen en avión y llegue rápido.

Especialista
2

El medio de transporte adecuado el marítimo, porque el café es un producto que tiene mucho volumen, por ejemplo, si envió 20 TN de café no conviene enviar en medio aéreo porque saldría muy costoso y menos rentable. Esto depende del volumen que desees exportar.

Especialista
3

El café, es un producto que tiene bastante volumen, por ejemplo, nosotros exportamos un contenedor de 20 toneladas, y pagar un flete en avión saldría muy costoso. Por lo tanto, considero que el medio de transporte marítimo el más adecuado y menos costoso.

Pero por pandemia esta elevado el flete pero mucho más barato que aéreo, hace dos años se pagaba entre \$1,500-\$2,000 a Europa, pero ahora los importadores que son los pagan los fletes internacionales, están pagando fletes por \$8,000-\$10,000, esto debido a la pandemia que hecho que muchos puertos cierren, la logística internacional se detuvo un poco y hasta la actualidad no se puede salir de este cuello de botella, el año 2021 mucho exportadores tenían entre 20 a 30 contenedores sin poder exportar, generando elevados costos logísticos, porque se tenía que sacar la mercancía por callao porque por allí se había disponible 1 o 2 contenedores. Para este año se está viviendo el mismo contexto, elevados fletes y costos logísticos.

12. ¿Qué medio de pago considera más seguro para exportaciones hacia Países Nórdicos?, ¿por qué?

Especialista
1

Es de acuerdo a la confianza que tú tienes con el cliente, si es un cliente nuevo que no tienes muchas referencias comerciales y nunca has hecho negocio lo más saludable es a través de una carta fianza. Pero lo que se utiliza ya con clientes

que son recomendados que venimos trabajando año tras año es el famoso CAD (Contra entrega de documentos) mandamos los documentos y al momento de revisar ellos ya están pagando el café.

Especialista
2

Considero que el más seguro es el pago adelantado, es decir, antes de que envíes la mercancía te va a pagar, pero lo que aplica la realidad es que el medio de pago que utilizan siempre es el CAD (pago contra documentos), que significa que cuando envías los documentos de exportación principalmente del B/L, documento que certifica que has enviado el producto, a través del envío de ese documento el importador realiza el pago.

Especialista
3

El medio de pago más seguro es la carta de crédito, pero normalmente se utiliza la contra entrega de documentos originales, por ejemplo cuando se hace un contrato FOB con el importador una vez que la mercancía esta sobre el buque nos emiten el B/L y generamos todos los documentos y escaneamos todos los documentos para enviarlo al importador, anteriormente se tenía que enviar los documentos originales, llegaban los documentos originales después de 5 días el cliente te pagaba, ahora ya son más prácticos escanean los documentos, envías los documentos y al siguiente día están que te pagan pero esto es basado en la confianza, conocer el cliente y la trayectoria.

13. ¿Qué canal de distribución considera que es el adecuado para el ingreso de café verde a Países Nórdicos?, ¿por qué?

Especialista
1

Yo creo que el boom está en los pequeños y micro tostadores, los cafés especiales se distribuyen a través de ellos en las cafeterías, los tostadores pequeños ellos dan a conocer la calidad, perfiles, características organolépticas, formas y métodos de tomar un café conocido como la tercera ola. Para mí la ruta más importante es la distribución indirecta, si bien es cierto debe existir un grupo grande que haga la importación para

abaratando los costos logísticos pero los que van a promover el café son los pequeños tostadores.

El bróker si bien es cierto ahora en el mundo del café está tratando de sacar a los intermediarios, que es bueno, porque a veces el intermediario es el que se lleva la mayor parte; mientras menos se acorte la brecha dicen que va a llegar más plata al productor, eso es una meritocracia que no comparto porque al final este no llega y con los certificados menos será. El bróker y el comercial hace una labor importante, porque, es ese el que te introduce el producto, genera confianza, el que te va enganchar con un comprador, si bien es cierto que dicen que el bróker tiene parte por aquí, por allá, eso ya depende de ambas partes de acuerdo a las condiciones de pago. Toda la cadena productiva es muy importante mientras más aportemos en la cadena de negociación la brecha va ser mejor para el producto.

Yo estoy de acuerdo que exista productor, la empresa o asociación, tostador dentro del tostador y la asociación debe haber una canalización, pero también debe haber otra cosa importante que puede ser directo ya dependiendo del área comercial que maneje, pero si no tienes un área comercial, no vendes, lo vas a utilizar es indispensable, porque va a llegar un momento donde el bróker no va a poder con 10 mil contenedores ni loco, mi labor es comercial es lograr concretar un contrato.

Se tiene que considerar que, en la cadena de suministro de café, existe un mínimo de cuatro personajes, por ejemplo:

Especialista

2

- Productor: tiene 2 ha de café
 - Exportador: puede ser una empresa privada que compra el café del productor, así como también una asociación de productores que reúnen todo su café y lo exportan.
 - Importador: es el encargado de manejar la logística del ingreso del producto a destino.
-

-
- Tostador: es el que realmente utiliza el café tanto en su negocio como vendiéndolo a otros tostadores.

Entonces, si hablamos de canal de distribución es posible que nos saltamos de repente al importador, solo si es tostador puede ser importador y tostador al mismo tiempo. Sin embargo, el más adecuado depende mucho del precio que pueda pagar el comprador, porque la mayoría de exportadores quieren trabajar con un importador, pero a veces no es posible, entonces lo que hacen es trabajar con un intermediario peruano, empresas que ya han desarrollado un mercado y esas empresas son quienes exportan el café. La mejor figura del canal de distribución es del exportador – importador.

Especialista

3

Canal indirecto, por ejemplo, nosotros trabajamos con un importador de Bélgica y Alemania – Hamburgo, ellos ya tienen clientes tostadores en los países nórdicos, entonces nosotros hacemos contrato con estos importadores que están ubicados en Bélgica y Alemania y el café va para estos países, ese el canal de distribución que nosotros estamos utilizando, pero tengo entendido que existen pocos importadores directos que están ubicados en Suecia, más existen tostadores, entonces los importadores maneja la logística para hacer llegar el café hacia los tostadores ubicados en los países nórdicos, porque en muchos casos los tostadores no conocen la logística de importación.

14. ¿Considera adecuado buscar intermediarios comerciales para el ingreso a un nuevo mercado?, ¿Por qué?

Especialista

1

Tienes que tener la confianza con el intermediario, ver qué grado de confianza tienes, si viene hacer un intermediario que inicia contigo, puede ser un intermediario bajo unas condiciones especiales, por un porcentaje adecuado o va depender de como resulta, porque no, si te va a sumar porque no.

Por ejemplo, si me dicen que hay una persona que vende café a marte y están pagando 100 dólares la tasita y si resulta, porque no voy a utilizar ese intermediario que es el único que llega a marte y aunque son mal visto los intermediarios que hay utopía y mitos, pero no todos son malos tampoco todos son buenos, pero si me suma está bien.

Especialista

2

Si, cuando es una empresa nueva le va a costar mucho más desarrollar un mercado en el primer año, por ello, tienes dos opciones: vender en el mercado nacional o pagar una comisión comercial y empiezas a exportar, pero a través de intermediarios, es adecuado cuando no tienes un mercado y tienes el producto tienes que venderlo, Si tienes un producto necesitas venderlo entonces se tiene que buscar de qué forma se puede hacer o ingresar a un mercado internacional. Por ello, desarrollar un mercado no va hacer una tarea fácil para ello se tiene que invertir en un área comercial, feria comercial, rueda de negocios, visitar otros países. Entonces es adecuado siempre y cuando se maneje bien los costos, por ejemplo, hay muchas empresas que ganan mejor vendiendo su café localmente que exportándolo porque a veces el precio internacional es mucho más bajo que el precio local, por ello recomiendo evaluar bien los costos

Especialista

3

Claro que sí, es importante tener intermediarios, en los negocios hay tostadores que no conocen toda la cadena entonces trabajan con importadores, entonces les delegan la logística a los importadores, ellos ya no trabajan el tema de importar el café, ellos quieren recibir el café en su almacén, tostarlo y distribuirlo y para ello utilizan a sus intermediarios que son los importadores que son los que hacen toda la negociación. El intermediario, juega un papel primordial, porque el cliente final es el tostador.

En relación al objetivo 3, los especialistas consideran que los principales documentos que se utilizan para la exportación de café son los siguientes: Factura comercial, B/L, Packing list, Certificado de peso, Certificado de transacción, Certificado de origen (ICO), Certificado fitosanitario, entre otros documentos que requiere el país destino, respecto al incoterms adecuado para su exportación de café es el FOB, puesto que la empresa exportadora se encarga de realizar todos los tramites en el lugar de origen y una vez que la mercancía esta sobre el buque termina su responsabilidad y por lo tanto resulta más conveniente de manejar, además de ser el termino más utilizado por los exportadores peruanos. Por otro lado, el envase y embalaje adecuado para la exportación de café verde son los siguientes: Cajas de cartón corrugado y bolsas grainpro para conservar la calidad del producto, Sacos de yute y bolsas grainpro para preservar el producto y Big bag de acuerdo a la nueva tendencia. El transporte adecuado para la exportación de café verde es el marítimo puesto que el más económico y es recomendable cuando las mercancías que se exporta tienen mucho volumen, no obstante, se debe optar la aérea en el caso la mercancía que se exporta sea en pequeñas cantidades y necesitan que el producto llegue rápido a su destino, el medio de pago más seguro es la carta de crédito pero el más utilizado es el CAD, por otra parte, el canal de distribución adecuado para el ingreso a los países nórdicos es el indirecto puesto que muchas veces los tostadores (consumidores finales) no poseen conocimiento de la logística internacional, por lo tanto, se trabaja con los importadores para poder llegar hacia los tostadores, finalmente, consideran que los intermediarios son importantes y primordiales para llegar hasta el consumidor final, por lo tanto, si consideran adecuado buscar intermediarios para ingresar a los países nórdicos.

3.1.2. Resultados de análisis documentario

Objetivo 4. *Determinar la oferta de los Países Nórdicos para la exportación de café verde*

Tabla 8

Resultados del análisis Documentario-Objetivo 4

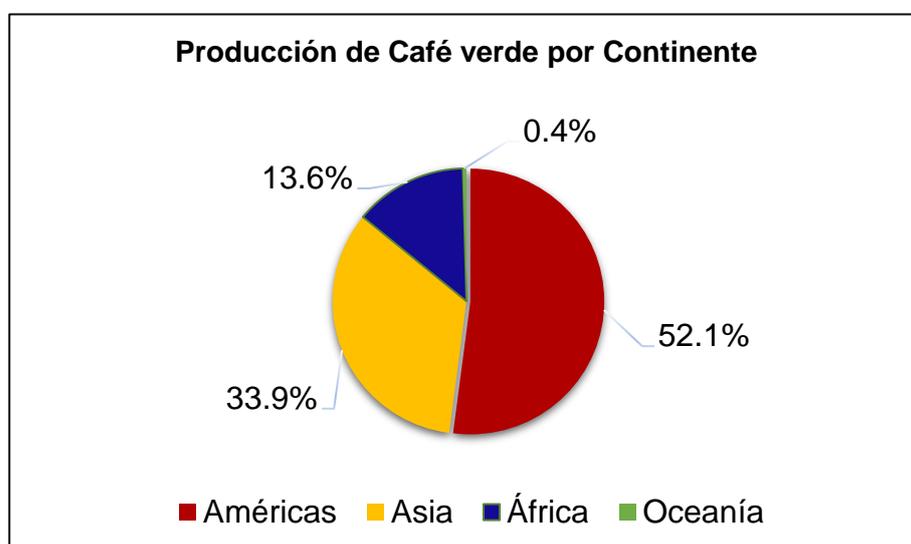
1. ¿Qué cantidad de café producen los países nórdicos?

Los países nórdicos pertenecen al continente europeo y de acuerdo a las estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) el continente no presenta producción de café.

En la siguiente figura se visualiza el porcentaje del total de la producción mundial de café verde dividida por continentes.

Figura 5

Producción mundial de café verde



Nota. Adaptado de la FAO (2023)

Los datos de figura pertenecen a la producción mundial del 2021, donde se visualiza que el continente europeo no presenta producción de café, siendo América el continente que posee la mayor producción representando un 52.1% de la producción mundial, seguido de Asia con el 33.9%, África 13.6% y por último Oceanía con 0.4%.

2. ¿Cuál es el total de importaciones mundiales de café verde realizados por los países nórdicos de los últimos 5 años?

Cada uno de los estados pertenecientes a los países Nórdicos realizaron importaciones de café verde, los cuales se detallan de la siguiente manera:

Tabla 9*Valor importado por Dinamarca 2018-2022 (Miles de US\$)*

N°	País	2018	2019	2020	2021	2022
1	Brasil	10,866	8,594	9,352	15,019	22,122
2	Alemania	4,422	5,291	6,824	8,302	14,469
3	México	4,077	4,081	3,126	5,692	7,260
4	Colombia	4,466	4,149	3,376	5,364	4,147
5	Honduras	3,404	2,625	1,468	2,187	3,974
7	Perú	3,701	2,310	1,245	990	3,133
	Otros	19,177	19,629	18,774	19,523	26,671
	Mundo	50,113	46,679	44,165	57,077	81,776

Nota. Adaptado del International Trade Center (ITC)-Trade Map (2023)

Dinamarca en el 2022 registro importaciones mundiales por un total de US\$81,776. Tiene como principales proveedores a Brasil, Alemania y México con un valor importado en el 2022 de US\$22,122; US\$14,469 y US\$7,260 respectivamente, y, por último, es importante resaltar que Perú es el séptimo proveedor de Dinamarca.

Tabla 10*Valor importado por Finlandia 2018-2022 (Miles de US\$)*

N°	País	2018	2019	2020	2021	2022
1	Brasil	81,128	88,630	68,517	75,243	121,337
2	Colombia	47,344	48,818	52,438	48,008	58,766
3	Honduras	20,036	21,969	24,955	27,519	36,332
4	Nicaragua	5,896	10,868	7,729	4,907	9,633
5	Kenya	8,294	8,707	9,682	8,697	9,512
10	Perú	555	1,258	2,004	1,145	5,049
	Otros	26,958	32,738	28,260	32,395	44,978
	Mundo	190,211	212,988	193,585	197,914	285,607

Nota. Adaptado del ITC-Trade Map (2023)

Finlandia registro importaciones mundiales de café verde por un total de US\$285,607. Tiene como principal proveedor a Brasil, Colombia y Honduras con un valor importado de US\$121,337; US\$58,766; US\$36,332 respectivamente. Perú es el décimo proveedor de Finlandia con un valor importado de US\$5,049 en el 2022.

Tabla 11

Valor importado por Noruega 2018-2022 (Miles de US\$)

N°	País	2018	2019	2020	2021	2022
1	Colombia	29,699	30,611	44,282	47,235	66,708
2	Brasil	36,074	35,467	39,410	40,257	66,688
3	Guatemala	10,616	9,540	11,127	11,061	12,176
4	Kenya	8,284	9,691	10,024	10,773	11,802
5	Perú	2,915	3,664	3,531	3,490	6,407
	Otros	13,536	11,625	14,030	17,050	19,241
	Mundo	101,124	100,598	122,404	129,866	183,022

Nota. Adaptado del ITC-Trade Map (2023)

De acuerdo a las importaciones mundiales registradas por Noruega de los últimos 5 años, tiene como principal proveedor a Colombia, Brasil, y Guatemala con un valor importado en el 2022 de US\$66,708; US\$66,688 y US\$12,176 respectivamente. El Perú se ha posicionado como el quinto proveedor de café verde con un valor de US\$6,407.

Tabla 12

Valor importado por Suecia 2018-2022 (Miles de US\$)

N°	País	2018	2019	2020	2021	2022
1	Brasil	92,972	92,228	101,070	112,917	174,694
2	Perú	45,945	48,509	38,393	42,134	76,089

3	Honduras	33,408	34,779	38,881	34,311	47,203
4	Alemania	10,540	11,558	12,305	25,022	31,927
5	Nicaragua	10,098	9,611	15,525	20,056	26,143
	Otros	129,994	111,402	120,852	120,393	186,759
	Mundo	322,957	308,087	327,026	354,833	542,815

Nota. Adaptado del ITC-Trade Map (2023)

Según las importaciones mundiales registradas por Suecia, tiene como principal proveedor a Brasil, Perú y Honduras con un valor importado en el 2022 de US\$174,694; US\$76,089 y US\$47,203 respectivamente. Registrando importaciones mundiales de US\$542,815, resaltando que Perú es el segundo proveedor de Suecia.

Tabla 13

Valor importado por Islandia 2018-2022 (Miles de US\$)

N°	Pais	2018	2019	2020	2021	2022
1	Colombia	697	655	901	1,074	1,311
2	Brasil	1,528	1,133	924	826	1,232
3	Nicaragua	510	509	486	935	988
4	Costa Rica	78	80	124	189	284
5	Kenya	8	82	241	43	258
9	Perú	2	0	0	16	134
	Otros	972	1,091	1,242	1,081	1,074
	Mundo	3,795	3,550	3,918	4,164	5,281

Nota. Adaptado del ITC-Trade Map (2023)

Según las importaciones mundiales registradas por Islandia de los últimos 5 años, tuvo como principal proveedor en el 2022 a Colombia (US\$1,311), Brasil (US\$1,232), Nicaragua (US\$988). Islandia realizó importaciones desde Perú un valor de US\$134 siendo el noveno proveedor de café verde de Islandia.

Después de conocer los valores importados de café verde por cada uno de los países, a continuación, se presenta un resumen del total de importaciones mundiales de café verde realizados por los países nórdicos.

Tabla 14

Importaciones mundiales de café de países nórdicos 2018-2022 (Miles de US\$)

País	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22-21
Suecia	322,957	308,087	327,026	354,833	542,815	52.98%
Finlandia	190,211	212,988	193,585	197,914	285,607	44.31%
Noruega	101,124	100,598	122,404	129,866	183,022	40.93%
Dinamarca	50,113	46,679	44,165	57,077	81,776	43.27%
Islandia	3,795	3,550	3,918	4,164	5,281	26.83%

Nota. Adaptado del ITC-Trade Map (2023)

De acuerdo a la tabla, las importaciones de los países nórdicos están en ascenso en el 2022 a comparación anterior con una variación porcentual positiva. Suecia en el 2022 ha importado un valor de US\$542,815, Finlandia US\$285,607, Noruega US\$183,022, Dinamarca US\$81,776 e Islandia US\$5,281. Cabe indicar que en el 2020 los intercambios comerciales se vieron restringidas por las medidas adoptadas por cada gobierno, lo que generó una baja en las importaciones, pero para algunos países como Suecia, Noruega y Islandia, sus importaciones siguieron creciendo respecto al año 2019, mientras que para Dinamarca y Finlandia si se reflejó un descenso.

3. ¿Cuál es el total de importaciones de café verde de Perú realizados por los países nórdicos de los últimos 5 años?

Los países nórdicos realizaron las siguientes importaciones de café de origen peruano, los cuales se observan en la siguiente tabla.

Tabla 15

Valor importado de café verde peruano por los países nórdicos 2018-2022

	Países					
N°	Nórdicos	2018	2019	2020	2021	2022
1	Dinamarca	3,706	2,310	1,253	977	3,152
2	Finlandia	555	1,065	2,056	1,052	5,106
3	Noruega	2,914	3,640	3,628	3,477	6,432
4	Suecia	45,241	48,410	39,470	40,942	75,300
5	Islandia	2	0	0	16	128
	Otros	614,918	564,231	593,483	710,223	1,096,929
	Mundo	667,336	619,656	639,890	756,687	1,187,047

Nota. Adaptado de (ITC)-Trade Map (2023)

En relación a la información obtenida, el país que presenta mayores valores importados de café verde peruano es Suecia con un valor de US\$75,300 en el 2022, seguido de Noruega, Finlandia, Dinamarca e Islandia con un valor importado de US\$5,106; US\$6,432; US\$ 75,300 y US\$ 128 respectivamente.

Nota. Análisis de la oferta de los países nórdicos

Respecto a este objetivo, se conoció que los países nórdicos no cuentan con producción de café verde, por lo tanto, refleja una ventaja para los productores y exportadores de café, ya que dichos países necesitan importar café para que puedan abastecer su demanda. Ante esto, son uno de los principales países importadores de café verde, en el 2022 Suecia realizó importaciones por un valor de US\$542,815; Finlandia US\$285,607; Noruega US\$183,022; Dinamarca US\$81,776 e Islandia US\$5,281. Tienen como principal proveedor a Brasil y Colombia. Del mismo modo, han realizado importaciones de Perú, resaltando que el país nórdico que presenta mayores valores importados de café verde peruano es Suecia seguido de Noruega, Finlandia, Dinamarca y por último Islandia.

Objetivo 5: *Determinar la demanda de los Países Nórdicos para la exportación de café verde*

Tabla 16

Resultados análisis documentario – Objetivo 5

1. ¿Cuál es el consumo per cápita de café de los países nórdicos?

Los países nórdicos son unos de los países con el más alto consumo per cápita de café a nivel mundial, por ello a continuación se presenta la siguiente información respecto al consumo per cápita de cada uno de los países nórdicos.

Tabla 17

Consumo Per cápita de café en los países nórdicos

Países	Consumo per cápita
Finlandia	12.0 kg
Noruega	10.0 kg
Dinamarca	9.0 kg
Suecia	9.0 kg
Islandia	9.0 kg

Nota. Adaptado del ITC (2022)

De acuerdo a la información mostrada, Finlandia es el país nórdico con mayor consumo promedio per cápita de 12 kg al año, seguido de Noruega, Dinamarca, Suecia y Islandia con 10 kg, 9.0 kg, 9.0 kg y 9.0 kg respectivamente.

¿Cuál es el perfil del consumidor del café en los países nórdicos?

En la siguiente tabla se muestra el perfil del consumidor de café en cada uno de los países nórdicos, puesto que cada país posee un perfil que lo diferencia de los demás, por ello, se organizó de la siguiente manera.

Finlandia

- Los consumidores se centran más en la calidad y la variedad.
-

-
- La cultura del café especial se ve reflejada en eventos cafeteros.
 - La certificación de sostenibilidad más importante es el UTZ, orgánico y Fairtrade

Dinamarca

- Pese a la cultura cafetera y alto consumo per cápita, el café especial es menos desarrollado en la zona.
- La baja infraestructura tostadora nacional en comparación con los países del entorno hace que se importe café tostado de los países cercanos.
- Existe un incremento de la cultura gastronómica y consumo gourmet.

Noruega

- Mayor cultura del consumo ecológico y orgánico.
- El consumidor exigente, por ello existe un mayor desarrollo de los cafés especiales.
- Aumento del consumo del café especial de forma paulatina, donde cada vez un mayor número de consumidores optan por acercarse a esta opción en cafeterías de especialidad o en casa.

Suecia

- El consumo está centrado en el café comercial, sin embargo, buscan una calidad estable y un sabor uniforme.
- La concentración de la industria relativa al café especial es muy dispersa.
- Sobresalen los granos de Brasil y Perú.

Islandia

- Son amantes del café de alta calidad.
- El café especial es la norma en cualquier cafetería, es un país referente para baristas y tostadores expertos.
- Beber café es casi una religión, se bebe a toda hora, en todas partes y se ofrece gratis en los bancos y supermercados.

Nota. Análisis de la demanda de los países nórdicos

Los países nórdicos presentan un alto consumo per cápita promedio a nivel mundial, Finlandia ocupa el primer puesto con 12 kg, seguido de Noruega, Dinamarca, Suecia y Islandia, asimismo el perfil del consumidor del café es favorable puesto que poseen una cultura favorable para el café, donde valoran la calidad del café, por ello, en algunos países está en crecimiento el sector del café especial.

Objetivo 6. *Identificar el mercado adecuado para la exportación del café verde*

Tabla 18

Resultados del análisis documentario-Objetivo 6

¿Cuáles son las características del mercado de los países nórdicos?

Para conocer las características de mercado se consideró datos relevantes que se describen en las siguientes tablas de acuerdo a la información obtenida de la Central Intelligence Agency (CIA)

Tabla 19

Datos de Dinamarca

Dinamarca	
Población	5,920,767
Capital	Copenhague
Moneda	Coronas Danesas
Tipo de gobierno	Monarquía constitucional parlamentaria
Idioma	Danés
PBI	\$335,36 mil millones
PBI per cápita	\$55900
Tasa de inflación	0.7%

Tasa de desempleo	4.3%
-------------------	------

Nota. Información de Dinamarca adaptada de la CIA (2022)

Tabla 20

Datos de Finlandia

Finlandia	
Población	5,601,547
Capital	Helsinki
Moneda	Euros
Tipo de Gobierno	Republica parlamentaria
Idioma	Finés
Religión	Luterano
PBI	\$261,39 mil millones
PBI Per cápita	\$47,300
Tasa de inflación	1%
Tasa de desempleo	6.2%

Nota. Información de Finlandia. Adaptado de la CIA (2022)

Tabla 21

Datos de Noruega

Noruega	
Población	5,553,840
Capital	Oslo
Moneda	Coronas noruegas
Tipo de Gobierno	Monarquía constitucional parlamentaria
Idioma	Noruego

Religión	Mayoritariamente cristianismo
PBI	\$342,06 mil millones
PBI Per cápita	\$63,600
Tasa de inflación	2.1%
Tasa de desempleo	2.9%

Nota. Información de Noruega. Adaptado de la CIA (2022)

Tabla 22

Datos de Suecia

Suecia	
Población	10,483,647
Capital	Estocolmo
Moneda	Coronas suecas
Tipo de Gobierno	Monarquía constitucional parlamentaria
Idioma	Sueco
Religión	Mayoritariamente cristianismo
PBI	\$524,75 mil millones
PBI Per cápita	\$50,700
Tasa de inflación	1.7%
Tasa de desempleo	7.7%

Nota. Información de Suecia. Adaptado de la CIA (2022)

Tabla 23

Datos de Islandia

Islandia	
Población	357,603

Capital	Reikiavik
Moneda	Coronas islandesas
Tipo de Gobierno	República parlamentaria unitaria
Idioma	Islandés
Religión	Mayoritariamente cristianismo
PBI	\$19,16 mil millones
PBI Per cápita	\$52,300
Tasa de inflación	3%
Tasa de desempleo	3.7%

Nota. Información de Islandia. Adaptado de la CIA (2022)

¿Cuál de los países nórdicos es el mercado adecuado para la exportación de café verde?

Para la elección del país nórdico adecuado para la exportación de café verde, se utilizó la metodología del ITC basado en cinco criterios: Tamaño de mercado, dinamismo del mercado, competencia, apertura del mercado y el último criterio conformado por la distancia, cultura, riesgo país y ambiente comercial. Para esta metodología se utilizaron herramientas del ITC como: Trade map, Market Access Map, rules of origin facilitator, etc. De acuerdo al resultado obtenido y la respectiva evaluación de los criterios, el país nórdico que obtuvo mayor puntaje fue Suecia con una puntuación de 4.40, seguido de Noruega (3.90), Finlandia (3.85), Dinamarca (3.80) e Islandia (3.50).

A continuación, se muestran las tablas relacionadas con cada criterio analizado mediante la metodología utilizada para la elección del mercado.

1. Primer Criterio. Tamaño de mercado

Tabla 24

Tamaño de mercado

Países	Valor importado 2022 (miles de USD)	Part. (%)	Valor unitario (USD/Tonelada)	Calif.
Importaciones mundiales	31,919,582	100%	4,292	
Finlandia	285,607	0.89%	N/M	4
Noruega	183,022	0.57%	5,900	4
Suecia	542,815	1.70%	5,192	5
Dinamarca	81,776	0.26%	5,088	4
Islandia	5,281	0.02%	6,242	3

Nota. N/M=cantidad no medida por el ITC. Adaptado del ITC (2023)

Este criterio incluye data del valor importado en 2022, el % de participación a nivel mundial y por último valor unitario de café verde por tonelada, siendo Suecia el que obtuvo una mayor puntuación.

1. Segundo Criterio. Dinamismo del mercado

Tabla 25

Dinamismo del mercado

Países	Crecimiento anual en valor 2018-2022 (%)	Mercado importador más dinámico que promedio mundial (sí o no)	Calif.
Importaciones mundiales	12%		
Finlandia	8%	NO	3
Noruega	16%	SI	5
Suecia	13%	SI	4
Dinamarca	13%	SI	4
Islandia	9%	NO	3

Nota. Adaptado del ITC (2023)

En este criterio se detalla el % del crecimiento anual en valor del periodo 2018-2022, dando a conocer si el mercado importador es más dinámico o no que el promedio mundial. El crecimiento anual promedio del periodo 2018-2022 de las importaciones mundiales es de 12 %, sin embargo, Finlandia solo tiene un crecimiento en valor del 8% por lo tanto, no es un mercado más dinámico que el promedio mundial, a comparación de noruega (16%), Suecia (13%) y Dinamarca (13%) que son mercados más dinámicos ya que su crecimiento es mayor al promedio mundial.

2. Tercer Criterio. Competencia

Tabla 26

Competencia

Países	Valor exportado por Perú (miles de USD)	Perú está ganando cuota de mercado	Calif.
Finlandia	4,363	SI	4
Noruega	3,901	SI	4
Suecia	57,648	SI	5
Dinamarca	2,583	SI	3
Islandia	112	SI	2

Nota. Adaptado de ITC (2023)

*Para el análisis de esta variable incluye el valor exportado por Perú hacia los países nórdicos en el 2022, mostrando que Perú está ganando cuota de mercado en los países nórdicos, puesto que posee un saldo comercial positivo.

3. Cuarto Criterio. Apertura del mercado

Tabla 27*Apertura del mercado*

Países atractivos	Arancel que enfrenta Perú en el país objetivo (%)	Acceso preferencial (sí o no)	Régimen comercial	Ventaja arancelaria para Perú* (sí o no)	Calif.
Finlandia	0%	SI	Derechos NMF	SI	4
Noruega	0%	SI	Derechos NMF	SI	4
Suecia	0%	SI	Derechos NMF	SI	4
Dinamarca	0%	SI	Derechos NMF	SI	4
Islandia	0%	SI	Derechos NMF	SI	4

Nota. Adaptado del ITC (2023)

En este criterio, se detalla los aranceles y régimen comercial, donde se puede conocer si existe acceso preferencial y ventaja arancelaria para Perú en el producto seleccionado. De acuerdo a ello, los países nórdicos no imponen barreras arancelarias para el ingreso de café verde peruano ya que se mantiene un TLC entre la UE y Perú.

4. Quinto Criterio. Distancia, cultura, riesgo país y ambiente comercial

Tabla 28*Distancia, cultura, riesgo país y ambiente comercial*

Países atractivos	Distancia (km)	Proximidad cultural	Riesgo-País	Ambiente comercial	Calif.
Finlandia	9,781	No	A2	A1	4
Noruega	9,317	No	A1	A1	3
Suecia	8,070	No	A2	A1	4
Dinamarca	6,470	No	A2	A1	4
Islandia	7,841	No	A3	A1	5

Nota. Adaptado del ITC (2022)

*En esta tabla se detallan multivariantes: La distancia media de los países importadores, que es de gran importancia puesto que, de ello depende mucho los costos del transporte, asimismo la proximidad cultural, riesgo país y ambiente comercial influye en las negociaciones, cada mercado es diferente y se debe adecuar a sus reglas, normas y costumbres.

Tabla 29

Resultados: Metodología del ITC

Ponderación (%)	20%	15%	20%	20%	25%	100%
Criterios	Primer	Segundo	Tercer	Cuarto	Quinto	Calif.
Finlandia	4	3	4	4	4	3.85
Noruega	4	5	4	4	3	3.90
Suecia	5	4	5	4	4	4.40
Dinamarca	4	4	3	4	4	3.80
Islandia	3	3	2	4	5	3.50

Nota. Resultados de la metodología del ITC.

De acuerdo al análisis realizado y utilizando múltiples variables indispensables para conocer el mercado con una metodología respaldada por el ITC, una fuente internacional confiable se logró conocer que el país nórdico más atractivo es Suecia con una puntuación obtenida de 4.40, seguido de noruega (3.90), Finlandia (3.85), Dinamarca (3.80) e Islandia (3.50).

Nota. Selección del mercado adecuado para la exportación del café verde

3.2. Discusión de resultados

Discusión N°1.

En este objetivo se identificó la oferta exportadora, en primer lugar, respecto al indicador gestión de producción, la empresa cuenta una capacidad productiva de 15 mil quintales de café convencional y 8 mil quintales de café especial, de los cuales 7,500 es destinado a las exportaciones y 500 al mercado nacional con características organolépticas en su mayoría frutados y florales con fragancias y aromas especiales, sabores agradables con un buen cuerpo y un post gusto prolongado. En segundo lugar, en relación a la gestión empresarial, cuenta con certificaciones que respaldan la calidad del producto. Además, cuenta con financiamiento de un banco nacional, pero busca financiamiento internacional para sus exportaciones. Finalmente, en relación a la gestión exportadora, la empresa exporta directamente, mediante el Incoterms FOB y transporte marítimo en saco de yute con bolsas grainpro o cajas de cartón corrugado con bolsa grainpro empacadas al vacío y con el fin de promocionar su producto ha participado en ferias nacionales e internacionales y poder llegar a más mercados. De acuerdo a ello, se identificó que la empresa si cuenta con la oferta exportable necesaria para realizar la exportación de café verde y poder aprovechar las oportunidades de negocio de los países nórdicos. Referente a lo mencionado, se rechazó la hipótesis nula, por ende, se aceptó la hipótesis alterna que sostiene que el estudio de mercado permitió la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos. Este resultado es respaldado por Rivera (2019) en su tesis: Exportación de café verde de Perú hacia Canadá, 2018-2021, concluyendo que la Coop. Cedro café cuenta con la oferta exportadora y requerimientos necesarios para realizar la exportación de café a Canadá. Por lo tanto, de acuerdo a lo mencionado líneas arriba y el respectivo análisis de la empresa en estudio, se concluye que la empresa si cuenta con la oferta exportable para ingresar a los países nórdicos, donde el MIDAGRI (2015) describe que la oferta exportable de una organización es más que confirmar los volúmenes y requerimientos sobre el producto del cliente en el mercado exterior, sino que además de ello, se relaciona con la capacidad productiva, financiera, económica y de gestión que cuenta una organización..

Discusión N°2.

De acuerdo a este objetivo, los países nórdicos es un mercado atractivo para el café verde, puesto que poseen un alto consumo per cápita, se tiene la oportunidad de aperturar el mercado, dado que, el café peruano no está posicionado en dicho mercado, incremento de la demanda del café y existe una alta cultura por el consumo de café y más aún con la tendencia por el café especial. Los países nórdicos no imponen ninguna barrera arancelaria para el ingreso de café verde generando beneficios para las partes negociantes puesto que no pagan ningún arancel. Por otro lado, el Perú no cuenta con acuerdo comercial de forma directa con los países nórdicos, pero si cuenta con acuerdos comerciales en conjunto con otros países como, por ejemplo: Perú- UE y la EFTA. Entre las barreras no arancelarias exige el certificado fitosanitario, el certificado de origen, y otras certificaciones de acuerdo al contrato realizado entre las partes negociantes. Finalmente, al igual que Perú en los países nórdicos existe una aduana y una entidad que certifica que el producto se encuentre en buenas condiciones para su respectivo ingreso. Respecto a ello, se rechazó la hipótesis nula, por ende, se aceptó la hipótesis alterna que sostiene que el estudio de mercado permitió la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos. Respalda la investigación, Chacha (2021) en su investigación: Plan de negocios para la producción y exportación de café orgánico hacia el mercado finlandés, concluye que Finlandia es un mercado que impone normativas y leyes para el ingreso de un producto, sin embargo, es atractivo para el café, teniendo un alto consumo per cápita y tendencias favorables, el cual brinda amplias oportunidades a los productores. Ante esto, la presente investigación considera importante conocer y cumplir con las exigencias de cada mercado con el fin de no presentar inconvenientes y poder aprovechar las oportunidades. Por último, Lerma y Márquez (2010) mencionan que barreras arancelarias y no arancelarias son obstáculos que impiden o dificultan la entrada u operación de los productos en un país.

Discusión N°3.

En relación al indicador de tramites documentarios los principales documentos que se utilizan para la exportación de café son los siguientes: Factura

comercial, B/L, Packing list, Certificado de peso, Certificado de transacción, Certificado de origen (ICO), Certificado fitosanitario, otros que requiere el país destino, el medio de pago más seguro es la carta de crédito, pero el medio más utilizado es el CAD, el cual se determina de acuerdo a la confianza establecida con el cliente. Respecto al indicador transporte internacional, el medio adecuado para el traslado del café verde es el marítimo puesto que el más económico y es recomendable cuando se exporta en grandes cantidades, no obstante, se debe optar por el aéreo en el caso que la mercancía que se exporta sea en pequeñas cantidades y necesitan que el producto llegue rápido a su destino, del mismo modo, el incoterms adecuado y más utilizado es el FOB, donde la empresa exportadora se hace responsable hasta que la mercancía este sobre el buque. Por otro lado, el envase y embalaje adecuado para la exportación de café verde son los siguientes: Cajas de cartón corrugado y bolsas grainpro para conservar la calidad del producto, Sacos de yute y bolsas grainpro para preservar el producto y Big bag de acuerdo a la nueva tendencia, el canal de distribución adecuado para el ingreso a los países nórdicos es el indirecto puesto que muchas veces los tostadores (consumidores finales) no poseen conocimiento de la logística internacional, por lo tanto, se trabaja con los importadores para poder llegar hacia los tostadores, por lo tanto, los intermediarios son importantes y primordiales para llegar hasta el consumidor final. Referente a lo mencionado, se rechazó la hipótesis nula, por consiguiente, se aceptó la hipótesis alterna que sostiene que el estudio de mercado permitió la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos. Este resultado es respaldado por Ayllón y Loayza (2020) en su investigación: Principales factores que influyen en la exportación del café del valle Monzón, Huánuco-2019, donde concluyen afirmando que los factores (certificación y conocimiento del comercio exterior) influyen en la exportación del café, puesto que esto permite que los exportadores y productores puedan ser más competitivos, ante esto, es importante que las empresas conozcan lo que implica la DFI, puesto que abarca diferentes puntos importantes como tramites documentarios y transporte internacional los cuales deben realizarse adecuadamente para lograr el intercambio comercial satisfactoriamente, por último, Aguirre (2017) considera que la DFI es un Proceso logístico mediante el cual se logra colocar un producto en el

mercado internacional, dando cumplimiento a los términos establecidos entre el que realiza la venta y el que compra.

Discusión N°4.

En este objetivo, se identificó que Europa no cuenta con producción de café verde (0%), siendo América la que cuenta con mayor producción de café verde (57.4%), por otro lado, los países nórdicos son unos de los principales países importadores mundiales de café verde, en el 2021 los países nórdicos importaron café verde a nivel mundial las siguientes cifras expresadas en miles de US\$: Suecia (348,786), Finlandia (198,067), Noruega (129,866) Dinamarca (57,077) y Islandia (4,164), teniendo como principal proveedor a Brasil. Del mismo modo, han realizado importaciones de Perú, resaltando que el país nórdico que presenta mayores valores importados de café verde peruano es Suecia seguido de Noruega, Finlandia, Dinamarca y Islandia. Por otro lado, resaltando la participación del Perú, es el segundo proveedor de café verde de Suecia con un valor importado de \$ 41,704 en el 2021. Referente a lo mencionado, se rechazó la hipótesis nula, por ende, se aceptó la hipótesis alterna que sostiene que el estudio de mercado permitió la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia Países Nórdicos. Este resultado es respaldado por Condori (2020) en su investigación "Estudio de mercado del café en los centros de comercio de la ciudad de la paz" donde concluyo que la demanda es de 2636,36 toneladas de café, en cuanto a la oferta la cantidad promedio que se oferta por cada puesto de venta es 6,5 kg que equivale a 957,32 toneladas y finalmente se comprobó la participación de agentes intermediarios en la comercialización de café. Por lo tanto, de acuerdo a lo mencionado la oferta de los países nórdicos es favorable para la exportación de café verde puesto que los países nórdicos no cuentan con producción de café. Finalmente, Sy corvo (2021) menciona que la oferta son las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en determinado mercado.

Discusión 5.

En este objetivo se evidencio que los países nórdicos poseen un alto consumo per cápita siendo Finlandia el que posee el mayor consumo per cápita, seguido de Noruega (9.9 kg), Dinamarca (8.7 kg) y Suecia (8.2 kg), asimismo el

perfil del consumidor y las tendencias del consumidor del café son favorables y consumo de café especial está en aumento. Este resultado es respaldado por Arévalo (2018) en su tesis denominada: Estudio de mercado para la exportación de café, Lonya grande-2015, llegando a la conclusión que el consumo de café a nivel mundial es un mercado creciente, donde resulta atractivo para el ingreso del café, De acuerdo a ello, los países nórdicos cuentan con una alta demanda del café y por lo tanto es un mercado atractivo. Finalmente, Arreguin (2020) menciona que el análisis de la demanda el proceso que busca comprender la demanda de los consumidores potenciales acerca de un producto o servicio dentro un mercado determinado.

Discusión N° 6.

De acuerdo a este objetivo, se logró identificar las características del mercado de los países nórdicos, con datos tales como: Población, tipo de gobierno, idioma, moneda, tasa de inflación, tasa de desempleo, entre otros. Además, a través de la metodología del ITC, se logró identificar el mercado objetivo para la exportación de café verde, el análisis se basó teniendo en cuenta los siguientes criterios: Tamaño de mercado, dinamismo del mercado, competencia, apertura del mercado, Distancia, cultura, riesgo país y ambiente comercial, obteniendo una mayor puntuación el país de Suecia con una puntuación obtenida de 4.40, seguido de noruega (3.90), Finlandia (3.85), Dinamarca (3.80) e Islandia (3.50). Este resultado es respaldado por Cornejo y Ramírez (2020) En su tesis denominada: Identificación de los mercados más atractivos para la exportación café verde de la Coop. Bosques Verdes, San Ignacio-2019, donde después de realizar el análisis correspondiente a los mercados preseleccionados, eligió el país que obtuvo mayor ponderación, dando como resultado el país de Japón como mercado ideal para exportar café verde, a de acuerdo ello, en esta investigación también se eligió el mercado objetivo de acuerdo a una matriz de preselección donde el que obtuvo mayor ponderación fue el país elegido para realizar el estudio de mercado. Por último, Izquierdo (2011) Describe que el mercado objetivo es un grupo de clientes ya definidos, cuyas necesidades la organización planea satisfacer.

3.3. Aporte práctico

3.3.1. Título de la propuesta

Estudio de mercado para la exportación café verde de la empresa Integra Coffee SAC al mercado de Suecia, 2021-2022

3.3.2. Esquema de la investigación

Para llevar a cabo la investigación, se tomó en cuenta el esquema del estudio de mercado utilizado en el estudio de mercado especializado del departamento de inteligencia de mercado de Promperú.

Tabla 30

Esquema del estudio de mercado

Esquema estudio de mercado
Resumen Ejecutivo
Alcance del estudio especializado
Análisis de la oferta en el país destino
- Producción del país de destino
- Importaciones totales de café en Suecia
- Importaciones del país desde Perú
- Análisis de la competencia
Análisis del sector / Línea de mercado
- Variedades y formas de presentación
- Canales de distribución
- Rutas de acceso
- Costos logísticos aproximados
- Agencias de transportes
- Canales de distribución
- Precios
Análisis de la demanda
- Perfil del consumidor
- Análisis de tendencias
- Percepción del producto peruano
Requisitos de acceso al mercado
- Medidas arancelarias

-
- Regulaciones
 - Otras regulaciones
 - Certificaciones

Actividades de promoción

- Ferias
- Publicaciones especializadas

Contacto de interés

- Institucionales
- Comerciales

Perfil de compradores

Análisis económico y financiero

Nota. Adaptado de Promperú (2019)

3.3.3. CAPITULO: ORGANIZACIÓN

3.3.3.1. Datos de la organización

Tabla 31

Datos de Integra Coffee SAC

Datos generales	
Ruc	20602388469
Razón Social	Integra Coffee SAC
Dirección	Av. La colina nro. C-01 Sec. Flor del café ruta 09 Cajamarca – Jaén – Jaén
Actividad Comercio Exterior	Exportador/Importador

Nota. Adaptado de SUNAT (2022)

3.3.3.2. Reseña Histórica

Figura 6

Logo Integra Coffee SAC



El 8 de agosto 2017 inicio sus actividades con la comercialización de café a nivel nacional. En el 2018 inicio la consolidación en el mercado local comprando 3000 quintales de café pergamino para ser exportados a través de terceros (Cooperativa de servicios múltiples El diamante), también, fue el café ganador en la feria de especialidad en Chirinos y Tabaconas. Asimismo, fue ganador de proyectos nacionales que contribuyo a la mejora de producción de café. Inicio alianzas estratégicas, pues se Consolido con la asociación de cafetaleros la gran reserva con 35 socios. En el 2020 obtuvieron el certificado orgánico, UTZ, comercio justo y empezaron a realizar exportaciones de café de manera directa exportando a Japón un valor FOB de \$ 27, 913.54, además ese mismo año ingresaron a Corea del Sur y Arabia Saudita y en el 2021 ingresaron a nuevos mercados como EE. UU y Jordania.

3.3.3.4. Visión

Al 2027 posicionarse como empresa líder en el Perú, en la comercialización de café verde a mercados internacionales, bajo normas y estándares con el objetivo de mejorar los ingresos de los productores.

3.3.3.5. Misión

Es una empresa dedicada a la comercialización de café de calidad. Están comprometidos con sus clientes, buscan superar sus expectativas y promover el café el consumo del Perú y el mundo. Trabajando de la mano con responsabilidad social y cuidado del medio ambiente.

3.3.3.6. Valores

- Compromiso de Servicio
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Lealtad

3.3.4. CAPITULO: RESUMEN

3.3.5. CAPITULO: ALCANCE DEL ESTUDIO

3.3.5.1. Metodología: Para realizar la propuesta se utilizó diferentes fuentes secundarias de información tales como páginas web, revistas, artículos nacionales e internacionales.

3.3.5.2. Descripción del Producto

Café verde: Es el insumo básico para la elaboración del café tostado, el soluble y los extractos de café, además de ser la forma más común en la que es exportado a otros países (Federación Nacional de cafetaleros de Colombia, 2022)

3.3.5.3. Descripción del mercado

En este punto se describe el país de Suecia, incluyendo algunos datos generales e importantes del país en estudio, el cual se tomó en cuenta al realizar el presente estudio.

Tabla 32

Datos generales de Suecia

Suecia	
Población	10,483,647
Capital	Estocolmo
Moneda	Coronas suecas
Tipo de Gobierno	Monarquía constitucional parlamentaria
Idioma	Sueco
Religión	Mayoritariamente cristianismo
PBI	\$524,75 mil millones

PBI Per cápita	\$50,700
Tasa de inflación	1.7%
Tasa de desempleo	7.7%

Nota: Adaptado del CIA (2023)

3.3.5.3.1. Segmentación del mercado

En este apartado se describe la segmentación del mercado de Suecia según de geografía y demografía.

- **Geográfica:** Se realizó mediante la selección de las ciudades más importantes de Suecia y con mayor población.

Tabla 33

Principales ciudades de Suecia

Ciudad	N° Habitantes	%
Estocolmo	936,000	9%
Gotemburgo	492,000	5%
Malmo	279,000	3%
Resto	8,776,647	84%
Total	10,483,647	100%

Nota. Adaptado del CIA (2022)

De acuerdo a la información mostrada, Estocolmo tiene la mayor población de Suecia con un total de habitantes de 936, 000 (9%), Gotemburgo 492, 000 habitantes (5%) y Malmo 279, 000 habitantes (3%).

- **Demográfica:** Se realizó la segmentación demográfica según el rango de edades de la población de Suecia.

Tabla 34*Rango de edad según la población de Suecia*

Rango de edad	Cantidad	%
0-14 años	1,806,441	17.7%
15-24 años	1,101,574	10.8%
25-54 años	3,979,608	39.0%
55-64 años	1,214,316	11.9%
>65 años	2,100,552	20.6%

Nota. Población de Suecia según su rango de Edad. Adaptado del CIA (2022)

Suecia presenta mayor población en el rango de edad de 25-54 (39%), seguido de mayores de 65 años (20.6%), 0-14 años (17.7%), 55-64 años (11.9%) y por último de 15-24 años (10.8%). Ante esto, el rango de edad objetiva es el rango de edad de 25-54 años con un total de 3,979,608 habitantes representando por un 39% de la población.

3.3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DE DESTINO

3.3.6.1. Producción del país de destino

El continente europeo no posee producción de café por su ubicación geográfica, por ende, Suecia siendo un país nórdico que pertenece al continente europeo no cuenta con producción de café, por ello, es que realiza importaciones de otros países y se encuentra entre los principales importadores mundiales de café verde. El café verde es importado para procesarlo y exportarlo con un valor agregado. A continuación, se muestra información de la suma de producción mundial según cada continente.

Tabla 35*Suma de la producción mundial de café verde por continentes*

Continente	Toneladas	%
Américas	5,163,153.12	52.1%

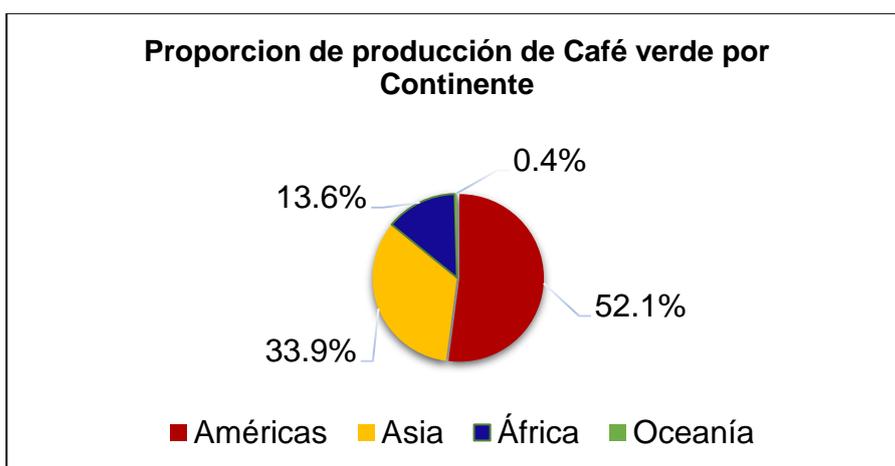
Asia	3,358,628.12	33.9%
África	1,352,896.24	13.6%
Oceanía	42,580.21	0.4%
Total, Producción	9,917,257.69	100.0%

Nota. adaptado de la FAO (2023)

Según la información mostrada, América posee la mayor producción de café verde a nivel mundial (124,384,594), seguido de Asia, África y Oceanía con una producción de 60,402,487; 30,112,162 y 1,652,861 respectivamente.

Figura 7

Producción de café verde por continente



Nota. Adaptado de la FAO (2023)

Suecia es un país que pertenece al continente europeo el cual no cuenta con producción de café (0%), mientras que América cuenta con la mayor producción de café representando el 57.4%, seguido de Asia, África y Oceanía con el 27.9%, 13.9% Y 0.8% de la producción mundial respectivamente.

3.3.6.2. Importaciones mundiales de café de Suecia

Suecia se encuentra entre los 15 primeros importadores mundiales de café, a continuación, se muestra el total de las importaciones mundiales, resaltando los principales proveedores de Suecia.

Tabla 36*Importaciones mundiales de café verde de Suecia (Miles de US\$)*

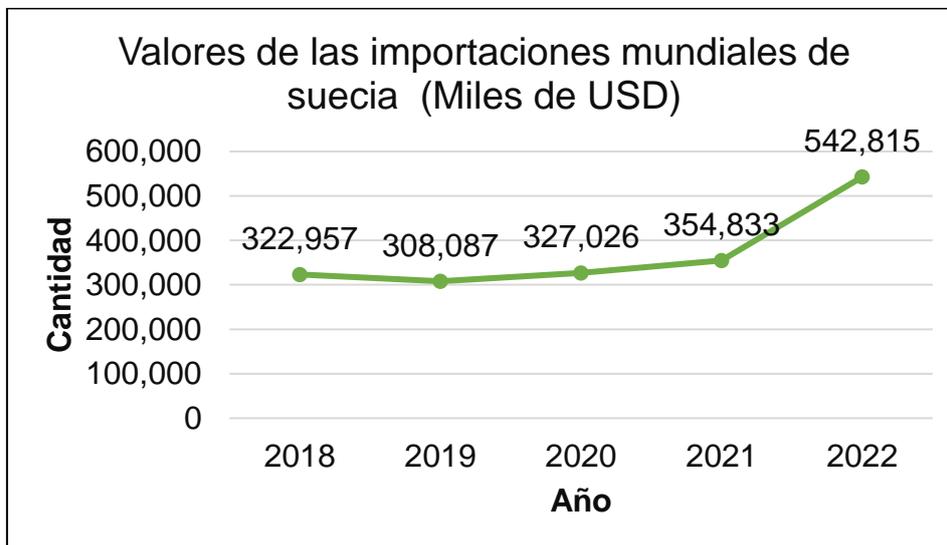
País	2018	2019	2020	2021	2022	% Part. 2022	Var.%. 21-22
Brasil	92,972	92,228	101,070	112,917	174,694	32%	55%
Perú	45,945	48,509	38,393	42,134	76,089	14%	81%
Honduras	33,408	34,779	38,881	34,311	47,203	9%	38%
Alemania	10,540	11,558	12,305	25,022	31,927	6%	28%
Nicaragua	10,098	9,611	15,525	20,056	26,143	5%	30%
Otros	129,994	111,402	120,852	120,393	186,759	34%	55%
Mundo	322,957	308,087	327,026	354,833	542,815	100%	53%

Nota. Adaptado del ITC- Trade Map (2023)

Suecia tiene como principal proveedor de café verde a Brasil y Perú con una participación en el 2022 de 32% y 14% respectivamente y una variación porcentual positiva del 55% y 81% respecto al año anterior. Por otro lado, en relación a sus importaciones mundiales tiene una variación % positiva del 53% respecto al año anterior.

Figura 8

Valores importados de café verde de Suecia (Miles de US\$)



Nota. Adaptado del ITC-Trade Map (2023)

En la figura se observa el valor mundial importado de café verde de Suecia entre los años 2018-2022, donde hasta la fecha ha registrado un mayor valor importado en el 2022 con US\$542,815.

3.3.6.3. Importaciones del país desde Perú

En este punto se muestran las importaciones de café verde de Suecia desde Perú.

Tabla 37

Valor importado de café verde de Suecia desde Perú (Miles de US\$)

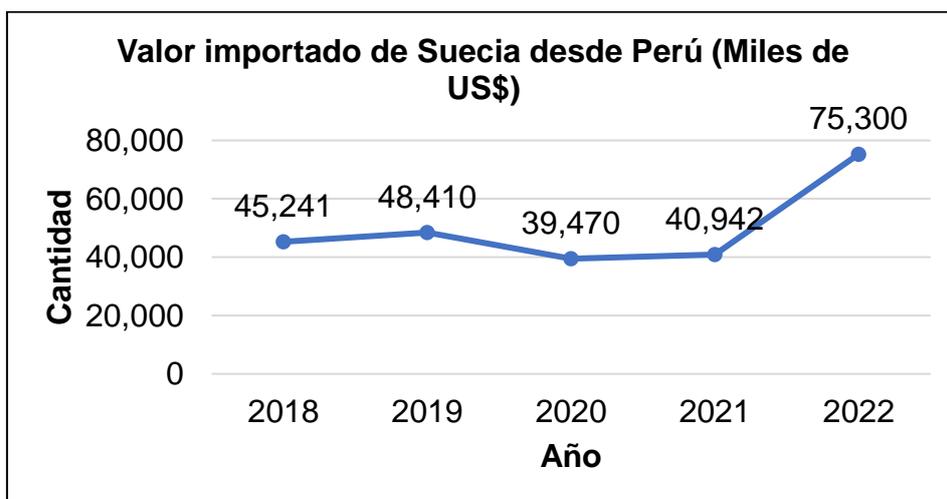
País	2018	2019	2020	2021	2022	% Part. 2022	% Crec. 21-22
Perú	45,241	48,410	39,470	40,942	75,300	14%	84%
Mundo	322,706	308,331	325,335	347,168	543,256		

Nota. Adaptado del ITC-Trade-Map (2023)

Perú es el segundo proveedor de Suecia con un valor importado en el 2022 de US\$73,300 representando el 14% de participación del total de las importaciones mundiales de Suecia, con un crecimiento del 84% en el 2022 respecto al año anterior.

Figura 9

Valor importado de café verde de Suecia desde Perú (Miles de US\$)



Nota. Adaptado del ITC-Trade Map (2022)

En la figura se muestra los valores importados de café verde de Suecia desde Perú entre los años 2018-2022, registrando un mayor valor importado en el 2022 con un total de 75,300 dólares.

3.3.6.4. Análisis de la competencia

- A nivel mundial

La competencia mundial está representada por los principales países exportadores de café verde, los cuales se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 38

Principales exportadores mundiales de café verde (Miles de US\$)

Exportador	2018	2019	2020	2021	2022
------------	------	------	------	------	------

Brasil	4,359,508	4,543,771	4,973,689	5,804,673	8,514,137
Colombia	2,267,511	2,272,874	2,446,598	3,091,838	3,947,781
Viet Nam	2,811,711	2,135,113	1,886,972	2,060,092	3,071,585
Honduras	1,111,140	954,728	868,635	1,287,766	1,670,609
Etiopía	793,384	793,627	793,548	1,185,526	1,507,467
Perú	667,336	619,656	639,890	756,687	1,187,047
Otros	6,495,749	6,165,048	6,265,304	7,435,364	10,455,077
Mundo	18,506,339	17,484,817	17,874,636	21,621,946	30,353,703

Nota. Adaptado del ITC- Trade Map (2023)

Cabe resaltar que Perú es el noveno exportador mundial de café verde, teniendo como principales países competidores mundiales a Brasil quien es el principal exportador mundial, seguido de Colombia, vietnam, Honduras, Etiopia, Guatemala, Indonesia y Bélgica.

Figura 10

Participación de los principales países exportadores de café verde



Nota. Adaptado del ITC- Trade Map (2023)

Los principales competidores mundiales de café tuvieron la siguiente participación en el 2022, Brasil (28%), Colombia (13%), Vietnam (10%), Honduras (6%), Etiopia (5%), Perú (4%) y el resto de países representan el 34% de participación mundial.

- **A nivel nacional**

La competencia nacional, está representada por las principales empresas peruanas exportadoras de café verde, las cuales se detallan de la siguiente manera:

Tabla 39

Principales exportadoras peruanas de café verde a nivel mundial (US\$)

Empresas	Valor FOB 2020	Valor FOB 2021	Valor FOB 2022	Var. % 22-21
Perales Huancaruna	97,306,451	130,347,006	227,948,308	74.9%
Olam Agro Perú	70,127,581	77,368,757	104,056,835	34.5%
Comercio Amazonia	30,590,452	34,890,052	103,824,475	197.6%
Compañía Internacional del café	14,619,185	25,911,118	56,988,440	119.9%
Cooperativa Alto Mayo	22,467,382	18,374,686	26,498,510	44.2%
H.V.C.Exportaciones	29,748,113	31,531,902	45,918,253	45.6%
Rainforest Trading	7,324,962	8,263,676	13,821,749	67.3%
ED&F Man Volcafe Peru	51,893,340	51,725,557	66,726,879	29.0%
Negrisa S.A.C.	10,955,481	13,583,125	26,449,458	94.7%
Cooperativa Rodríguez de Mendoza	8,748,607	8,208,626	12,165,793	48.2%
Otros	312,144,470	366,427,087	548,356,234	49.6%
Total	655,926,025	766,631,591	1,232,754,934	60.8%

Nota. Adaptado de Promperú (2023)

La tabla muestra el Valor FOB del periodo 2020-2022 y Var. % de principales empresas exportadoras peruanas de café verde a nivel mundial,

Tabla 40

Participación de las exportadoras peruanas a nivel mundial en el periodo 2020-2022

Empresas	% Part. 2020	% Part. 2021	% Part. 2022
Perales Huancaruna S.A.C.	14.8%	17.0%	18.5%

Olam Agro Perú S.A.C.	10.7%	10.1%	8.4%
Comercio Amazonia S.A.	4.7%	4.6%	8.4%
Compañía Internacional del café	2.2%	3.4%	4.6%
Cooperativa Alto Mayo	3.4%	2.4%	2.1%
H.V.C.Exportaciones SAC	4.5%	4.1%	3.7%
Rainforest Trading SAC	1.1%	1.1%	1.1%
ED&F Man Volcafe Peru S.A	7.9%	6.7%	5.4%
Negrisa S.A.C.	1.7%	1.8%	2.1%
Cooperativa Rodríguez de Mendoza	1.3%	1.1%	1.0%
Otros	47.6%	47.8%	44.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Nota. Adaptado de Promperú (2023)

Las exportaciones de café verde peruano en el 2022 registro un valor FOB de US\$1,232,754,934 teniendo una variación porcentual positiva del 60.8% con respecto al 2021, lo que significa que las exportaciones están en crecimiento. Teniendo a Perales Huancaruna como el primer exportador peruano con un valor FOB US\$227,948,308 con una participación del 18.5% del total de exportadoras peruanas, seguido Olam Agro Perú y Comercio Amazonia con un valor FOB US\$104,056,835 y US\$103,824,475 respectivamente. En este escenario, las exportadoras peruanas forman parte de la competencia nacional para Integra Coffee.

Del mismo modo, se realizó el análisis de las principales exportadoras peruanas con destino a Suecia, las cuales se convierten en la competencia directa de Integra Coffee.

Tabla 41*Empresas exportadoras de café verde con destino a Suecia (Valor FOB/US\$)*

Exportador	Valor FOB	Valor FOB	Var. %	Part. %	Part. %
	2021	2022	22-21	21	22
Cooperativa Sol&Cafe	1,587,703	927,554	-42%	3.9%	1.5%
Coop. Norandino	2,211,885	4,032,743	82%	5.5%	6.7%
Coop. Valle Grande	211,747	808,926	282%	0.5%	1.3%
Coop. Alto Mayo	1,687,066	3,749,152	122%	4.2%	6.2%
Valley Coffee Trading	2,157,614	1,327,783	-38%	5.3%	2.2%
Apagros Valle Verde	534,312	743,070	39%	1.3%	1.2%
Pronatur S.A.C	3,979,123	6,045,756	52%	9.9%	10.1%
Rainforest Trading	854,666	912,737	7%	2.1%	1.5%
Otros	27,134,013	41,566,845	53%	67.2%	69.1%
Total	40,358,130	60,114,565	49%	100.0%	100.0%

Nota. Adaptado de Promperú (2023)

Los valores FOB de tabla son expresado en miles de US\$ de las principales exportadoras peruanas de café verde con destino a Suecia entre los años 2021-2022. De acuerdo a la información mostrada, la Cooperativa Sol & Café, Coop.Norandino, Cooperativa Agraria Valle Grande, Cooperativa Agraria Alto Mayo y Valley Coffee Trading S.A.C son las principales proveedoras de café verde a Suecia con un valor FOB exportado de US\$927,554; US\$4,032,743; US\$808,926; US\$3,749,152; US\$1,327,783 respectivamente, teniendo una variación positiva respecto al año anterior, a excepción de la cooperativa sol & café y Valley Coffee que registraron una variación negativa, es decir su exportaciones del 2022 son menores al año 2021.

3.3.7. CAPITULO: ANÁLISIS DEL SECTOR

3.3.7.1. Variedades y formas de presentación

Según Promperú (2019) Las variedades más comercializadas en los países nórdicos, es la arábica, dentro de la modalidad arábica se encuentran varios tipos de granos altamente cotizados, destacando algunos como la tipología Caturra y sus

variedades, Catuai, las SL28 y SL34 keniatas, Heirloom o la Geisha, siendo la variedad Geisha la de mayor coste en el mercado, del mismo modo, es importante mencionar que la información de la variedad del café es incluida en las etiquetas del producto. Por otro lado, el café verde es exportado con distintas Formas de presentación, siempre y cuando el envase y embalaje sea el adecuado y proteja al producto.

Ante esto, El Fórum Cultural del Café (2020) menciona que el empaque del café verde es responsable de brindar protección y conservar los granos del café hasta que lleguen a su destino en óptimas condiciones y con las características organolépticas requeridas por el cliente

Por otro lado, Fisgativa (2021) informa que el contenedor de 20" puede transportar alrededor de 19 tn, mientras que el de 40" puede transportar alrededor de 25 tn de café. De acuerdo a ello, se describen las principales formas de presentación del envío de café verde al mercado europeo.

1° Forma: Según la Asociación española del café (AEcafé, 2022) En Europa el método más utilizado son los Sacos de yute de 60 kg o 69 kg. Cada contenedor alberga unos 300 sacos, llegando a pesar el contenedor alrededor de 18 toneladas (tn). El café verde es empacado en bolsas herméticas para luego ser colocados dentro de los sacos de yute para evitar la humedad y estar expuesto a contaminantes.

Figura 11

Sacos de yute y bolsas GrainPro



Nota. Adapato de GrainPro (2022)

2° Forma: El café verde se transporta en grandes bolsas, también conocidas como linen. Cada una de ellas con 21,2 toneladas por contenedor. Es un método que en los últimos años va cogiendo más fuerza (AECafé, 2022)

3° forma: Según el Fórum Cultural del Café (2020) El café verde es enviado desde origen directamente en Big Bags, unas bolsas de PVC de 900 a 1.100 kg de capacidad. Asimismo, la AECafé (2022) Menciona que cada big bag se compone de 20 bolsas de rafia de polietileno de unos 900 kg o 1.000 kg de café verde cada una. Los contenedores pueden llegar a transportar 19 o 20 tn de café.

Figura 12

Big Bag utilizados para transportar café verde



Nota. Adaptado de GrainPro (2022)

4° Forma: Fisgativa (2021) menciona que el peor enemigo del café es la humedad, por ello es importante utilizar bolsas específicas durante al envío del café, para que el café se mantenga en un ambiente estable. Los paquetes de café empacado al vacío generalmente son de 30 o 50 libras y cada paquete se coloca dentro de una caja correctamente etiquetada.

Figura 13

Cajas de cartón con bolsas herméticas



Nota. Adaptado de Fisgativa (2021)

3.3.7.2. Canales de distribución

3.3.7.2.1. Rutas de acceso

Suecia es un país miembro de la Unión Europea de los 27 estados que lo conforman, por lo que, le trae beneficios como los precios bajos para la distribución interna, por el libre traslado de mercancía entre países miembros, siendo los puertos de Alemania (Hamburgo y Bremen), Países Bajos(Rotterdam) y Bélgica(Amberes) donde se transita mayor cantidad de café verde, debido a que son puertos estratégicos para el ingreso al resto de Europa, por lo tanto, los compradores internacionales tienen su centro logístico de acopio y distribución en países antes mencionado.

Asimismo, para la exportación café verde al país de Suecia, se realiza por el puerto marítimo de Callao que llega directo a los puertos de Suecia como Goterbong y Stockholm, de otro lado, los envíos por el puerto de Paita se realizan al norte de Europa a los puertos de Bélgica, Países Bajos, Alemania realizando el traslado por medio de transporte terrestre y ferrovial lo que representan el 64% y 36% el traslado de bienes de consumo. El tiempo de tránsito es entre 31 a 35 días bajo la modalidad del incoterm FOB.

La siguiente figura muestra las rutas de acceso a los países nórdicos, en ella se muestra uno de los puertos de Suecia (Gotemburgo).

Figura 14

Rutas de acceso a los puertos de los países nórdicos



Nota. Adaptado de SIICEX (2022)

3.3.7.2.2. Costos logísticos aproximados

Para consultar los costos logísticos se realizó una búsqueda en la herramienta de Rutas Marítimas de SIICEX, consultando información sobre los puertos Nórdicos y del Norte de Europa, para un contenedor de 20 y 40 pies, líneas navieras y los días de tránsito.

- Costos logísticos Callao-Suecia

Tabla 42

Costos logísticos Callao -Suecia

Puerto de destino	Precio 20''	Precio 40''	Días de Tránsito
Gotemburgo	\$2,000	\$3,900	31
Estocolmo	\$2,200	\$4,200	35

Nota. Adaptado de SIICEX (2022)

Mediante las rutas de acceso a los puertos de Suecia se presentan los siguientes costos logísticos: Para la ruta Callao- Gotemburgo, el flete básico internacional del contenedor de 20” y 40” es de 2,000 y 3,900 dólares respectivamente, mientras que para ruta callao-Estocolmo, para el contenedor de 20” y 40” el flete básico es de 2,200 y 4,200 dólares respectivamente.

- Costos logísticos Paita- Norte de Europa

Tabla 43

Costos logísticos Paita-Norte de Europa

Puerto de destino	Precio 20”	Precio 40”	Días de Transito
Hamburgo (Alemania)	1,100	1,800	20
Amberes (Bélgica)	1,800	2,600	22
Rotterdam (Países Bajos)	2,140	3,600	22
Felixstowe (Reino Unido)	2,500	3,800	26

Nota. Adaptado de SIICEX (2022)

*Para las rutas de acceso Paita- Norte de Europa, la tarifa promedio oscila desde \$1,100 hasta los \$3,800 de acuerdo al puerto destino.

3.3.7.2.3. Agencias de Transporte

Se detalla la información de las agencias de transporte marítimos para la distribución y comercialización al mercado de Suecia, asimismo el agente, deposito. y los días de tránsito de cada línea naviera.

- Callao- Gotemburgo

Tabla 44

Agencias de transporte de la ruta Callao-Gotemburgo

Naviera	Agente	Deposito	Días
Hamburg Sud	Columbus	Alconsa	26
MSC	MSC Perú	Licsa	34

Nota. Adaptado de SIICEX (2022)

*Las líneas navieras disponibles para el puerto de Gotemburgo son Hamburgo sud con 26 días de tránsito y MSC con 34 días de tránsito y la frecuencia de salida es semanal.

- Callao-Estocolmo

Tabla 45

Agencias de transporte de la ruta Callao-Estocolmo

Naviera	Agente	Deposito	Días
MSC	MSC Perú	Licsa	35

Nota. Adaptado de SIICEX (2022)

La línea naviera disponible para el puerto de Estocolmo es MSC con 35 días de tránsito, siendo semanal su frecuencia de salida.

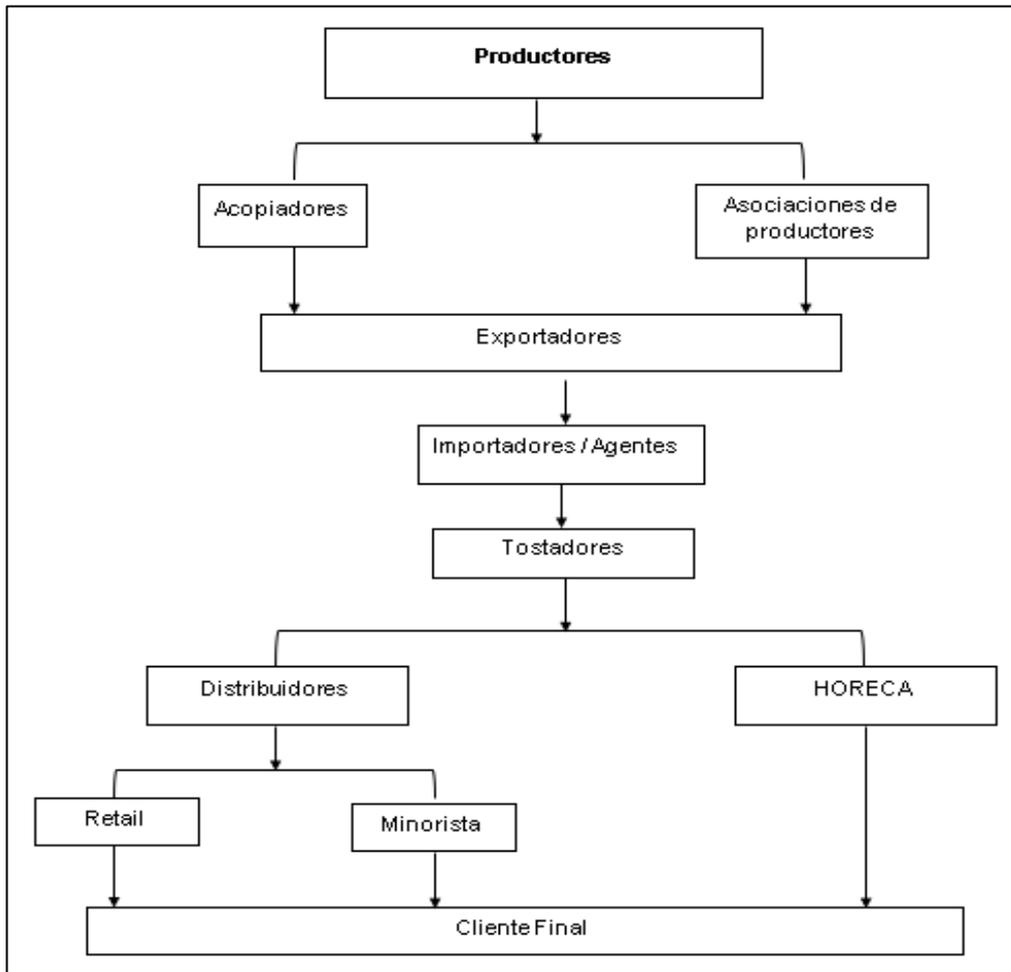
3.3.7.3. Canales de comercialización

Los canales comercialización del café en Suecia la estructura clásica, donde el importador/agente tiene gran importancia en el desarrollo de negociación.

Los canales de comercialización del café se describen de la siguiente manera: El productor de café, venden su producto a acopiadores o muchas veces a asociaciones de productores para después vender el producto a la empresa exportadora. Posterior a ello, el exportador se contacta con el importador o agente comercial. En el país destino el importador se encarga de vender a tostadores, quien tuesta el café verde para posterior a ello vender el café a distribuidores o Horeca quienes se encargan de hacer llegar el producto a cliente final.

Figura 15

Canal de comercialización del café verde



Nota. Adaptado de Promperú (2019)

3.3.7.4. Precios

Los precios referenciales del café verde fueron consultados de diferentes herramientas las cuales se muestran a continuación:

-Precio FOB por Kg (US\$)

En la siguiente tabla se muestra los precios FOB por kg de los principales exportadores de café verde a nivel mundial.

Tabla 46*Precio FOB por KG/US\$ de los principales exportadores de café verde*

Exportadores	2020	2021	2022
Brasil	2.10	2.54	3.99
Colombia	3.53	4.51	6.34
Viet Nam	1.56	N/M	2.36
Honduras	2.71	3.32	5.30
Etiopía	3.43	3.91	5.52
Perú	3.00	3.95	5.01
Indonesia	2.16	2.21	2.62
Bélgica	2.56	2.99	4.20
Guatemala	3.46	4.11	5.75
Alemania	2.77	3.13	4.24

Nota. N/m: información no medida. Adaptado del ITC (2023)

*En el 2022 los países de Brasil, Colombia, Vietnam, Honduras, Etiopía, Perú, indonesia, Bélgica, Guatemala y Alemania exportaron el kg de café verde a US\$3.99; US\$6.34; US\$2.36; US\$5.30; US\$5.52; US\$5.01; US\$2.62; US\$4.20; US\$5.75 y US\$4.24 respectivamente. En relación a los precios los países que exportan el café verde a un alto precio son Colombia y Guatemala.

Del mismo modo, en la siguiente tabla se muestra los precios FOB por kg de café verde de los años 2020-2022 del café peruano que es exportado con destino a Suecia.

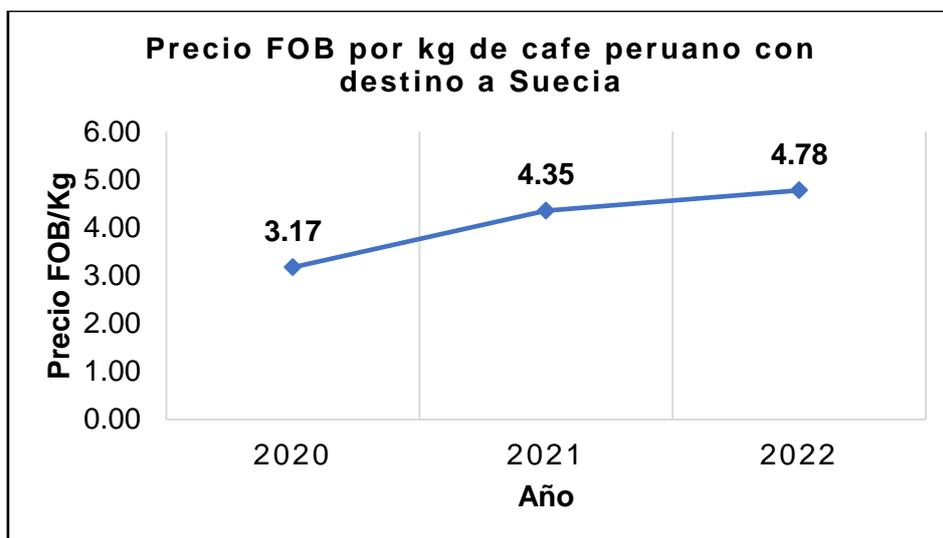
Tabla 47*Precio FOB por Kg/US\$ Perú Suecia*

Año	2020	2021	2022	Var. % 22-21
Precio	3.17	4.35	4.78	10%

Nota. Adaptado del ITC (2023)

Figura 16

Precio FOB por Kg de café peruano con destino a Suecia



Nota. Adaptado del ITC (2023)

*Los precio FOB por kg de café verde de los envíos peruanos con destino Suecia presentan una evolución positiva. En el 2020 el café se oferto a un precio FOB promedio de 3.17 cada kg, en el 2021 a 4.35 el kg y en el 2022 se incrementó a US\$4.78 teniendo una variación porcentual positiva del 10% respecto al año anterior.

3.3.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.3.8.1. Perfil del consumidor

- Suecia es el tercer país nórdico de mayor consumo per cápita con 9 kg, Además de ser uno de los principales países importadores de café a nivel mundial.
- El tamaño del país, población y capacidad económica lo sitúan a la cabeza de la industria cafetera nórdica.
- Destaca la presencia del café peruano dentro de sus importaciones, siendo Perú su segundo proveedor después de Brasil. Suecia es el país donde el conocimiento medio del café peruano es mayor, especialmente entre los productores, si bien la identificación de este origen entre los consumidores

finales no está tan arraigada, el motivo principal se debe al uso de este producto en cafés mezcla.

- El consumo de café sueco se centra principalmente en café comercial en el cual se busca una calidad estable y un sabor uniforme a través del uso de diferentes tipologías y orígenes de granos de café, siendo el brasileño y peruano la base para los mismos en la actualidad.
- Suecia es un mercado clave para el café de especialidad, al igual que otros países escandinavos. Los suecos aún ven el café como un producto de grado comercial, pero los suecos están deseando conocer más sobre el café especial es por ello que este sector está en crecimiento.
- En el segmento de café, se espera que el volumen ascienda a 79,7 millones de kg para 2025. Se espera que el mercado del segmento de café muestre un crecimiento del volumen del 0,5 % en 2023.

3.3.8.2. Análisis de tendencias.

Según PROCOLOMBIA (s.f) los suecos son socialmente responsables y conscientes con el medio ambiente, es por ello que los granos de café orgánicos registran un importante crecimiento en los últimos años, asimismo los consideran una categoría premium. Los consumidores disfrutan del aroma y sabor fresco del café. Las crecientes ventas de granos de café a través del creciente número de puntos de venta de servicios alimentarios impulsaron las ventas minoristas de volumen en la categoría.

Por otro lado, según Promperú (2019) El consumo de café especial está creciendo y tiene como tendencia los cafés orgánicos y especiales, El precio del café especial y sus particularidades hacen que se identifique con un consumo ocasional, existe un desarrollo de tostadoras de mediano y pequeño tamaño, así como micro tostadoras y Se espera que los consumidores suecos continúen buscando productos especiales para satisfacer sus necesidades.

3.3.8.3. Percepción del producto peruano

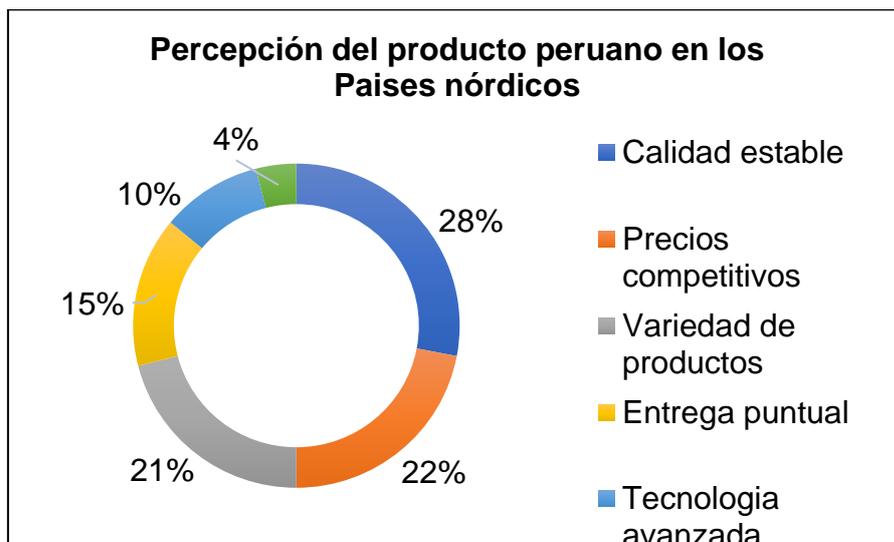
Según Promperú (2019) Se ha detectado un cierto desconocimiento del café peruano en muchos países y de sus orígenes, incluso en Suecia a pesar que Perú es el segundo lugar de origen de sus importaciones de café verde, esto debido a

su identificación con el café comercial lo que hace que el origen sea poco relevante en el mercado del café especial. No obstante, las tendencias de consumo se acercan a las características del café peruano ya que aprecian cafés de tostado suaves, matices dulces, ácidos y balanceados. Por otro lado, la imagen del entorno andino es un factor de marketing positivo por lo que se considera que “Marca Perú” está haciendo una gran labor de promoción internacional.

Ante esto, respecto al poco conocimiento del café de origen peruano puede representar una ventaja relativa en el sector de los cafés especiales puesto que el consumidor muestra preferencias hacia los nuevos sabores y orígenes, siendo atractivo el mercado para el ingreso de los cafés especiales.

Figura 17

Percepción del producto peruano en Países nórdicos



Nota. Adaptado de Promperú (2019)

Suecia siendo país nórdico, considera relevante la calidad estable del producto peruano (28%), precios competitivos (22%), la variedad de productos (21%) y una entrega puntual (15%).

3.3.9. CAPITULO: REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

3.3.9.1. Medidas Arancelarias

Perú mantiene un acuerdo comercial con la UE que entró en vigencia en de 2013. Po lo tanto, Suecia está incluido en dicho acuerdo lo que beneficia con el 0% de arancel para el ingreso del café verde.

Tabla 48

Arancel aplicado para el ingreso de café verde de Perú a la UE.

Producto	Partida S. A	Arancel Perú
Café sin tostar ni descafeinar	091111	0%

Nota. Adaptado de EU Access2Markets (2022)

El acuerdo comercial sin duda ha beneficiado las negociaciones con la U.E, puesto que las trabas arancelarias para el producto peruano son casi nulas. No obstante, Los impuestos internos como el IVA y los impuestos especiales no están armonizados en la UE, ya que son específicos de acuerdo a cada país. Ante esto Suecia tiene los siguientes impuestos para el producto seleccionado.

Tabla 49

Impuestos internos aplicados al café verde en Suecia

Impuesto	Tarifa
Especial	-
IVA	12%

Nota. Adaptado de EU Access2Markets (2022)

3.3.9.2. Regulaciones específicas

La Comisión europea (2022) Informa que el importador debe estar registrado bajo la autoridad sanitaria de Suecia y las autoridades que se encarga de dicha actividad son: La Junta Sueca de Agricultura (Jordbruksverket) y La Administración Nacional de Alimentos (Livsmedelsverket).

Asimismo, la Comisión Europea (2022) menciona que existe un Control de contaminantes en alimentos, es decir Todo producto alimenticio que sobrepase el nivel permitido de contaminantes no podrá ser comercializado dentro de la UE, por ende, será rechazado (1 kg de café no puede contener más de 1 mg de carbofurano).

Por otro lado, según Promperú (2019) menciona que la correcta trazabilidad de los productos es un elemento indispensable para la autorización de la venta destinada al consumo humano en Europa.

La etiqueta del producto debe contener información como: nombre del producto, exportador e importador, Clase, Tamaño (código), N° de unidades, peso neto, Nombre y dirección del productor y Lugar / país de origen (Promperú, 2022)

El material usado para el envase debe ser nuevo, limpio y de calidad que proteja el producto, está permitido el uso de materiales que lleven las especificaciones comerciales que estén impresos o etiquetados con insumos no tóxicos. Los materiales utilizados para el envasado de alimentos, están controlados por una legislación armonizada completa de la UE (Promperú, 2022).

3.3.9.2. Regulaciones generales

De acuerdo con la comisión europea (2022) los documentos y trámites necesarios para el ingreso del café verde a Europa son: Factura comercial, Declaración de Valor en Aduana, Documentos de flete: Seguro de transporte, Packing list, Prueba de origen y el DAU (Documento Único Administrativo).

3.3.9.3. Certificaciones

Las certificaciones mostradas en la siguiente tabla con voluntarias, pero esenciales para respaldar la calidad del producto, además de transmitir confianza al consumidor y la seguridad de adquirir un producto que cumple con los todos los estándares de calidad.

Tabla 50

Certificaciones Nacionales e internacionales para el café en Suecia

Certificación	Descripción
<p>Agricultura Orgánica</p> 	<p>Es un certificado que garantiza que el producto es orgánico.</p>
<p>Global G.A.P.</p> 	<p>Es una certificación que garantiza que el productor realiza Buenas Prácticas de Agricultura.</p>
<p>Safe Quality Food Program - SQF</p> 	<p>Mediante esta certificación se garantiza que los productos, procesos o servicios cumplen con las normas internacionales y otras regulaciones.</p>
<p>Fair Trade</p>  <p>FAIRTRADE</p>	<p>Es el sello líder que certifica productos de Comercio Justo.</p>
<p>Krav</p> 	<p>Es una certificación nacional de productos orgánicos de Suecia.</p>

Nota. Certificaciones voluntarias internacionales y nacionales para el café verde en Suecia

3.3.10. CAPITULO: ACTIVIDADES DE PROMOCION

Las actividades de promoción son de gran importancia para dar a conocer un producto, además de conocer clientes potenciales, conocer al consumidor, etc. Por ello mediante este punto, se da a conocer las ferias, festivales y publicaciones

realizadas en Suecia relacionadas al café que pueden ser de gran utilidad para las empresas interesadas en realizar exportaciones a dicho país.

3.3.310.1.Ferias y festivales

En este punto se describen las ferias y festivales relacionados al sector del cafetalero realizadas en Europa y en distintas ciudades de Suecia, a los cuales se puede asistir para promocionar el producto, participar en ruedas de negocios, contactar con clientes potenciales, conocer sus gustos, preferencias, etc.

Tabla 51

Descripción de la feria World of Coffee

SCAE World of Coffee	
Descripción	Evento de café de especialidad líder en Europa y uno de los más grandes del mundo
Ciudad	Atenas, Grecia
Ultima fecha	22-24 junio de 2023
Periodicidad	Anual
Link	https://worldofcoffee.org/

Nota. Adaptado de Nferias (2023)

Tabla 52

Descripción de la feria Fastfood & Café Sweden- Stockholm

Fastfood & Café Sweden- Stockholm	
Descripción	La gran feria de comida rápida y cafés en la región escandinava
Cuidad	Estocolmo-Suecia
Ultima fecha	24-25 de mayo de 2022

Periodicidad	Cada 2 años
Link	https://www.ffcr-stockholm.com/

Nota. Adaptado de EventsEye (2022)

Tabla 53

Descripción de la feria Fastfood & Café Sweden

Fastfood & Café Sweden	
Descripción	La gran feria de comida rápida y cafés en la región escandinava
Cuidad	Gotemburgo-Suecia
Ultima fecha	21-22 de sept. de 2022
Periodicidad	Anual
Link	https://www.ffcr-goteborg.com/en/

Nota. Adaptado de EventsEye (2022)

Tabla 54

Descripción de la feria Nordic Organic Food Fair

Nordic Organic Food Fair	
Descripción	Feria de alimentos ecológicos por excelencia.
Cuidad	Malmo-Suecia
Ultima fecha	16-17 de noviembre 2022
Periodicidad	Anual

Link | <https://www.nordicorganicexpo.com/>

Nota. Adaptado de EventsEye (2022)

Tabla 55

Descripción del Festival de Bak & Chocolate 2022

Festival de Bak & Chocolate 2022	
Categoría	Alimentos y Bebidas
Organizador	Estocolmosmässan AB
Fecha	11-13 de noviembre del 2022

Nota. Adaptado de CBS Trade Shows (2022)

De acuerdo a ello, después de conocer cada una de las ferias, se decide participar en la feria SCAE World of Coffee, para ello se describe los siguientes costos que implica la participación.

Tabla 56

Costo de participación en la World of Coffee

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Total, S/.	Total, US\$
Costo del evento	Unidad	1	1,961.00	531.44
Pasajes	Unidad	2	4,939.00	1,338.48
Hospedaje	Días	5	2,100.00	569.11
Alimentación	Días	5	400.00	108.40
Otros	Días	5	100.00	27.10
Total			9,500.00	2,574.53

Nota. Elaboración propia

Para la participación en este evento se trabajará de la mano de Promperú quien organiza la participación de empresas que se hacen presentes con lo mejor de su oferta exportable. El costo del evento, incluye la participación como exhibidor en la feria, además de la intervención en las pre y post misiones programadas a distintas empresas del sector cafetalero.

3.3.10.2. Publicaciones especializadas

En Suecia existen publicaciones especializadas como revistas o páginas web que brindan información sobre el sector cafetero las cuales pueden ser de gran ayuda para conocer sus gustos, preferencias, expectativas, etc.

Tabla 57

Publicaciones especializadas en Suecia sobre el café

Publicación	Descripción
Fast Food Magazine	Revista de origen sueco dedicada a las cadenas de comida rápida, que incluye las cadenas de cafetería. Página web: https://www.foodnet.se/
Kaffe Information	Brinda de información sobre el sector cafetero de Suecia. Página web: https://www.kaffeinformation.se/

Nota. Adaptado de Promperú (2019)

3.3.11. CAPITULO: CONTACTO DE INTERES

3.3.11.1. Institucionales

En este punto se detalla las organizaciones que hacen posible el ingreso del café a Suecia de manera adecuada haciendo cumplir los requerimientos del país.

Tabla 58*Instituciones que se encargan de regular el ingreso de café verde en Suecia*

Institución	Descripción
Administración Nacional de Agricultura (JORDBRUKSVERKET)	Es un organismo gubernamental sueca que depende del Ministerio de Agricultura dedicado al control del sector agroalimentario nacional. Pagina web: http://www.jordbruksverket.se/
Administración Nacional de Alimentación (LIVSMEDELSVERKET)	Es la principal autoridad de supervisión del ingreso de alimentos a Suecia. Pagina web: https://www.livsmedelsverket.se/
TULLVERKET	Es la aduana de Suecia el cual gestiona el flujo de mercancías. Pagina web: https://www.tullverket.se/
Negocios Suecia (BUSINESS SWEDEN)	Organismo que se encarga de la promoción del comercio internacional y las inversiones de Suecia. Pagina web: https://www.business-sweden.se/

Nota. Adaptado de Promperú (2019)

3.3.11.2. Comerciales

A continuación, se detallan contactos comerciales de interés de organizaciones internacionales y del mercado nacional de Suecia.

Tabla 59*Contactos comerciales de interés*

Organización	Descripción
International Coffee Organization (ICO)	Reúne a gobiernos de países exportadores e importadores de café. Página web: http://www.ico.org/
Specialty Coffee Association (Sca)	Asociación que representa a muchos profesionales del café, desde productores hasta baristas en el mundo. Página web: https://sca.coffee/
DLF Sweden	Reúne a intermediarios comerciales del sector alimento, centrado al mercado minoristas y Horeca. Página web: https://www.dlf.se/
Livsmedelsföretagen	Trabaja para que las empresas alimentarias de Suecia se caractericen por una gran reputación y diversidad, por ende, sean rentable y competitivas. Página web: https://www.livsmedelsforetagen.se/
Livsmedelshandlarna	Asociación de Minoristas de Suecia el cual agrupa a más de 800 empresas que suman más de mil establecimientos en Suecia. Página web: https://www.livsmedelshandlarna.se/
Specialty Coffee Association Sweden	Se encarga de organizar y promover eventos relacionados al sector cafetero en Suecia. Página web: https://sca.coffee/sca-news/community/sca-sweden-chapter-meet-the-committee

Svensk Dagligvaruhandel.	Reúne a algunos de los principales distribuidores y cadenas de supermercados del país. Página web: https://www.svenskdagligvaruhandel.se/
Svenskt Näringsliv	Principal asociación empresarial de Suecia. Página web: https://www.svensktnaringsliv.se/

Nota. Adaptado de Promperú (2019)

3.3.12. CAPITULO: PERFIL DE COMPRADORES

Según Promperú (2019) Los principales productores (Tostadores) en el país destino carecen de la capacidad para establecer relaciones directamente con los productores del país de origen.

Es por ello, que muchas veces los tostadores que son el consumidor final del café verde compran el producto en destino a los importadores, los cuales tienen experiencia en el sector logístico y se encargan de contactar al productor o exportador en origen.

3.3.12.1. Lista de las principales empresas importadoras

A continuación, se muestra las principales empresas importadoras de café verde de Suecia de los últimos 5 años (2018-2022).

Tabla 60

Principales empresas suecas importadoras de café verde

Importador	Valor FOB (US\$)	%
Kaffehuset I Karlstad AB	19,610,753	9.9%
Nestle Sverige AB	14,913,294	7.5%
Douwe Egberts	13,188,995	6.6%
Arvid Nordquist HAB	6,335,402	3.2%
Hamburg Coffee Company	3,510,849	1.8%

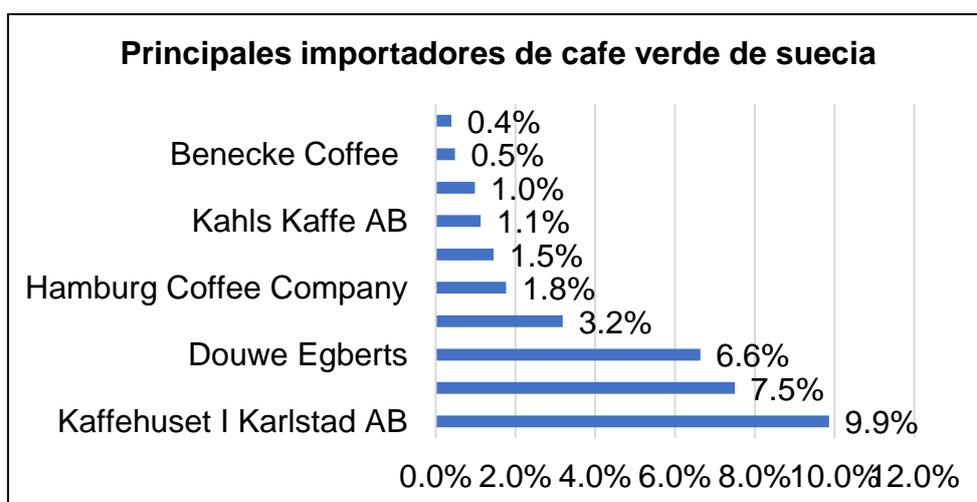
Coffeeteam S.A.	2,885,242	1.5%
Kahls Kaffe AB	2,245,280	1.1%
Lindvalls Kaffe AB	1,951,602	1.0%
Benecke Coffee	958,705	0.5%
Sackeus AB	776,550	0.4%
Otros	132,466,173	67%
Total	198,842,845	100%

Nota. Adaptado de Veritrade (2022)

La tabla muestra las principales 10 empresas importadoras de café verde de Suecia, siendo Kaffehuset I Karlstad AB la principal empresa importadora de café verde con un valor FOB US\$19,610,753 dólares, seguido de Nestle Sverige AB y Douwe Egberts con un valor FOB importado de US\$14,913,294 y US\$13,188,995 respectivamente.

Figura 18

Participación de las empresas suecas importadoras de café verde 2017-2021



Nota. Adaptada de Veritrade (2022)

En el gráfico se muestra la participación de las empresas suecas importadoras de café verde peruano entre los años 2017-202, en la cual tienen una participación de Kaffehuset I Karlstad AB (9.9%), Nestle Sverige AB (7.5%), Douwe Egberts (6.6%), Arvid Nordquist HAB (3.2%) y Hamburg Coffee Company (1.8%).

3.3.12.2. Descripción de las empresas importadoras

En este punto se describe a las principales empresas importadoras de café verde ubicadas en Suecia.

Tabla 61

Descripción de las empresas suecas importadoras de café verde peruano

Importador	Descripción
Kaffehuset en Karlstad AB	Procesadora y comercializadora de café tostado al por mayor y menor. Página web: https://www.lofbergs.se/
Nestle Sverige AB	Compañía de alimentos y bebidas. Página Web: https://www.nestle.se/sv
Douwe Egberts	JDE es una subsidiaria de JDE Peet's, una empresa líder de café y té exclusiva en el mundo mediante la distribución de café tostado. Página Web: https://www.jacobsdouweegberts.com/
Arvid Nordquist HAB	Empresa importadora de café verde y comercializadora de café tostado para sus propias marcas y de terceros. Página Web: https://www.arvidnordquist.com/
Hamburg Coffee Company - Hacofco	Importador de Café Verde con más de 30 años de experiencia, mejorando la relación directa y de largo plazo con productores y tostadores.

	Página	Web:
	https://www.facebook.com/HamburgCoffeeCompany/	
Coffeeteam S.A.	Empresa belga, dedicada a la comercialización de cafés producidos de manera sostenible, ofreciendo cafés certificados Fairtrade, Organic, Rainforest y UTZ, y participando en proyectos comunitarios.	
	Página Web: http://www.coffeeteam.be/en/about	
Lindvalls Kaffe AB	Empresa sueca dedicada a la comercialización de café verde y café tostado	
	Página Web: https://www.lindvallskaffe.se/#about-us	
Kahls Kaffe AB	Empresa importadora y comercializadora en sus tiendas especializadas de café, chocolate y te.	
	Página Web: https://kahls.se/b2b/	
Benecke Hamburg	Coffee	Benecke Coffee empresa alemana dedicada a la venta de café de alta calidad y la venta al por mayor y menor a pequeños tostadores.
		Página Web: https://www.benecke-coffee.de/en/
Sackeus	Importadora de café verde y comercializadora de una amplia gama de café, con certificaciones que respaldan la calidad. Página Web: https://www.sackeus.se/	

Nota. Elaboración propia

IV. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Para conocer la viabilidad de este estudio se realizó el análisis económico y financiero detallando principalmente el programa de producción y la proyección de ventas, de acuerdo a ello se especifica los costos y gastos necesarios para la producción y exportación de café verde de especialidad con destino a Suecia.

Cabe indicar que el tipo de cambio utilizado es de 3.69 de SUNAT de la fecha del 28/08/2023. Asimismo, Según la data de investing.com (2023) el precio del café de la fecha 28/08/2023 es de US\$152 por quintal.

Sin embargo, teniendo en cuenta que el producto es café de especialidad y tiene un valor por encima del precio de la bolsa de valores se consideró un premio diferencial un 20% por encima del precio de la bolsa, a continuación, se describe el precio de compra del quintal de café, teniendo en cuenta los datos anteriores.

Tabla 62

Datos sobre precios de café pergamino

Concepto	Monto US\$	Monto S/.
Precio qq (55.2 kg) Bolsa de valores	152.00	561.00
Premio diferencial (20%)	30.00	111.00
Precio del quintal de café especial	182	672.00
Precio de 92 kg	303	1,118.00

Nota. Elaboración propia

Es preciso resaltar que para obtener 69 kg de café verde se necesita 92 kg de café pergamino con un rendimiento de 75% y humedad del 12%, se considera estos datos puesto que la producción y proyección de ventas en este estudio se calcula en base al saco de café verde de 69 kg.

4.1. Programa de producción

Tabla 63

Programa de producción de sacos de café de 69 kg

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pérdidas / Muestras gratuitas / Promoción / etc.	3%	3%	3%	3%	3%
Sacos de café verde de 69 kg	850	1,133	1,511	1,889	2,362

TOTAL	850	1,133	1,511	1,889	2,362
--------------	------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Nota. Elaboración propia

En el primer año se programa una producción de 850 sacos de café verde de 69 kg con pérdidas del 3% (muestras gratuitas, promoción, muestras para catación y otros) de la producción anual quedando un total de 825 sacos de café, es por ello que la proyección de ventas se programa de acuerdo a ello.

4.2. Proyección de ventas

Tabla 64

Proyección de ventas por sacos de 69 kg

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Incremento %		33%	33%	25%	25%
Sacos de café verde 69 kg	825	1,100	1,467	1,834	2,293
TOTAL	825	1,100	1,467	1,834	2,293

Nota. Elaboración propia

En el primer año se proyecta la exportación de 3 contenedores teniendo en cuenta que un contenedor de 20" tiene la capacidad de 275 sacos de yute de 69 kg, posteriormente se realizó la proyección en cuenta un incremento del 33%, es decir para el siguiente año se proyecta la exportación de 4 contenedores de 20".

4.3. Inversión

4.3.1. Fija tangible

Tabla 65

Inversión fija Tangible

Descripción	Cant.	P. Unit S/.	Total, S/.	Total, US\$
Maquinaria			13,500.00	3,658.54
Piladora para muestras	1	4,500.00	4,500.00	1,219.51

Medidor de humedad	1	2,000.00	2,000.00	542.01
Molino	1	2,500.00	2,500.00	677.51
Tostadora	1	4,500.00	4,500.00	1,219.51
Equipo y muebles			1,400.00	411.92
Balanza electrónica	1	250.00	250.00	67.75
Mesa de trabajo	1	800.00	800.00	216.80
Kit para catacion	1	350.00	350.00	94.85
Purificador de agua	1	120.00	120.00	32.52
Equipos de oficina			5,400.00	1,463.41
Computadora	3	1600.00	4,800.00	1,300.81
Impresora	1	600.00	600.00	162.60
Muebles y enseres			2,040.00	552.85
Escritorios	4	280	1,120.00	303.52
Sillones	4	80	320.00	86.72
Estantes	2	300	600.00	162.60
Total			22,340.00	6,086.72

Nota. Incluye la inversión en maquinaria, equipos y muebles

4.3.2. Fija Intangible

Tabla 66

Inversión Fija Intangible

Descripción	Cant.	P. Unit. S/.	Total, S/.	Total, US\$
Certificado orgánico	1	8,487.00	8,487.00	2,300.00
Total		8,487.00	8,487.00	2,300.00

4.3.3. Remuneración personal

Tabla 67*Remuneración anual del personal*

Personal	Cant.	Mensual S/.	Anual S/.	Anual US\$
Mano de obra directa		1,200.00	14,400.00	3,902.44
Estiba	1	1,200.00	14,400.00	3,902.44
Mano de obra indirecta		3,200.00	38,400.00	10,406.50
Almacenero	1	1,200.00	14,400.00	3,902.44
Control de Calidad	1	2,000.00	24,000.00	6,504.07
Comercialización		1,500.00	18,000.00	4,878.05
Encargado de exportaciones	1	1,500.00	18,000.00	4,878.05
Administración		2,500.00	30,000.00	8,130.08
Contador	1	1,300.00	15,600.00	4,227.64
Asistente Administrativo	1	1,200.00	14,400.00	3,902.44
Gerencia General		2,500.00	30,000.00	8,130.08
Gerente	1	2,500.00	30,000.00	8,130.08
Total		10,900.00	130,800.00	35,447.15

Nota. Elaboración propia

La tabla incluye la remuneración del personal de la empresa el cual asciende a 130,800.00 en soles y 35,447.15 en dólares.

4.3.4. Costo de producción y gastos de operación

En este punto se detalló todos los costos de producción y gastos de operación correspondientes para finalmente realizar un resumen de cada uno.

4.3.4.1. Costo de producción

4.3.4.1.1. Costos directos

Tabla 68*Costos directos de producción*

Descripción	U.Med	Cant.	P.Unit	Costo total S/.	Costo total US\$
Café pergamino (92kg)	Saco	850	1,118.00	950,020.50	257,458.13
Proceso	Saco	850	13.00	11,046.75	2,993.70
Sacos de Yute	Saco	850	12.50	10,621.88	2,878.56
Marcado	Saco	850	1.80	1,529.55	414.51
Bolsa Graimpro	Bolsa	850	12.00	10,197.00	2,763.41
Total				983,415.68	266,508.31

Nota. Elaboración propia

Los costos directos de producción anual de café verde de 69 kg, ascendiendo a un total de 266,508.31 dólares.

4.3.4.1.2. Otros costos indirectos**Tabla 69***Servicios Básicos*

Descripción	U. Med	Cant.	P. Unit	Costo total S/.	Costo total US\$
Luz	mes	12	400.00	4,800.00	1,300.81
Agua	mes	12	30.00	360.00	97.56
Telefonía e Internet	mes	12	115.00	1,380.00	373.98
TOTAL				6,540.00	1,772.36

Nota. Los costos de los servicios básicos ascienden a US\$1,772.36 al año.

Tabla 70*Servicio de mantenimiento y reparaciones*

Descripción	U.Med	Cant.	P.Unit	Costo total S/.	Costo total US\$
Mantenimiento y reparaciones	Trimestral	4	200.00	800.00	216.80
Total				800.00	216.80

Nota. El costo de este servicio anual es de 216.80 dólares.

Tabla 71*Útiles de oficina y limpieza*

Descripción	U.Med	Cant.	P.Unit	Costo total S/.	Costo total US\$
Útiles de Oficina	Mensual	12	40.00	480.00	130.08
Artículos de Limpieza	Mensual	12	30.00	360.00	97.56
TOTAL				840.00	227.64

Nota. El costo de útiles de oficina y de limpieza al año es de 227.64 dólares.

4.3.4.1.3. Resumen**Tabla 72***Resumen del costo de producción*

Concepto	Costo Anual S/.	Costo Anual US\$
I. Costos Directos	997,815.68	270,410.75
Café pergamino de 92 kg	950,020.50	257,458.13
Proceso	11,046.75	2,993.70
Sacos de Yute	10,621.88	2,878.56

Marcado de saco	1,529.55	414.51
Bolsa Graimpro	10,197.00	2,763.41
Mano de Obra Directa	14,400.00	3,902.44
II. Costos Indirectos	46,580.00	12,623.31
Mano de Obra Indirecta	38,400.00	10,406.50
Otros costos Indirectos	8,180.00	2,216.80
Total	1,044,395.68	283,034.06

Nota. Elaboración propia

Los costos de producción ascienden a 283,034.06 dólares, incluyendo los costos directos e indirectos.

4.3.4.2. Gastos de operación

4.3.4.2.1. Gastos de comercialización

Tabla 73

Gastos de comercialización

Concepto	U.Med	Cant.	Costo total S/.	Costo total US\$
Mano de obra directa			18,000.00	4,878.05
Encargado de exportación	Mensual	12	18,000.00	4,878.05
Promoción y Publicidad			9,500.00	2,574.53
Participación en feria SCAE	Feria	1	9,500.00	2,574.53
Logística de exportación			43,477.92	11,782.63
Envío de muestras	Unidad	2	800.00	216.80
Transporte de almacén a Planta	Embarque	4	1,000.00	271.00
Servicio de estiba	Embarque	4	3,400.00	921.41
Transporte planta a puerto	Embarque	4	12,000.00	3,252.03
Servicio logístico Integral	Embarque	4	20,400.00	5,528.46
BL	Embarque	4	1,472.00	398.92
THC	Embarque	4	1,160.00	314.36
Transmisión	Embarque	4	1,476.00	400.00

Certificado fitosanitario	Embarque	4	680.00	184.28
Certificado de origen	Embarque	4	169.92	46.05
Envío de documentos	Embarque	4	920.00	249.32
Total			70,977.92	19,235.21

Nota. Elaboración propia

En los gastos de la comercialización incluye la mano de obra directa (Encargado de exportaciones), promoción (Participación en feria) y logística de exportación teniendo un gasto anual de 19,235.21 dólares.

4.3.4.2.2. Resumen de gastos de operación

Tabla 74

Resumen de gastos de operación

Concepto	Costo Anual S/.	Costo Anual US\$
I. Gastos de comercialización	70,977.92	19,235.21
Mano de obra directa	18,000.00	4,878.05
Promoción y publicidad	9,500.00	2,574.53
Logística de exportación	43,477.92	11,782.63
II. Gastos administrativos	60,840.00	16,487.80
Mano de obra Administrativa	60,000.00	16,260.16
Útiles de Oficina y limpieza	840.00	227.64
Total	131,817.92	35,723.01

Nota. Elaboración propia

Los gastos de operación incluyen los gastos de comercialización y administrativos ascendiendo a un total anual de 35,723.01 dólares.

4.3.5. Capital de trabajo

Tabla 75*Capital de trabajo*

Detalle	Costo Total S/.	Costo Total US\$
I. Costo de Producción	1,054,215.68	285,695.30
1.1. Costos Directos	997,815.68	270,410.75
Café verde de 69 kg	950,020.50	257,458.13
Proceso	11,046.75	2,993.70
Sacos de Yute	10,621.88	2,878.56
Marcado de saco	1,529.55	414.51
Bolsa Grainpro	10,197.00	2,763.41
Mano de obra directa	14,400.00	3,902.44
1.2. Costos Indirectos	56,400.00	15,284.55
Mano de Obra Indirecta	38,400.00	10,406.50
Otros costos Indirectos	18,000.00	4,878.05
II. Gastos de Operación	131,817.92	35,723.01
2.1. Gastos de comercialización	70,977.92	19,235.21
Mano de obra directa	18,000.00	4,878.05
Promoción y publicidad	9,500.00	2,574.53
Logística de exportación	43,477.92	11,782.63
2.2. Gastos Administrativos	60,840.00	16,487.80
Mano de obra Administrativa	60,000.00	16,260.16
Útiles de Oficina y limpieza	840.00	227.64
Total	1,186,033.60	321,418.32

Nota. Elaboración propia

El capital de trabajo es de 321,418.32 dólares que Incluye los costos de producción y gastos de operación.

4.3.6. Inversión Total

Tabla 76*Resumen de la inversión total*

Concepto	Total, S/.	Total, US\$
Inversión Fija	30,827.00	8,354.20
I.1. Inversión Fija Tangible	22,340.00	6,054.20
1.1.1. Maquinaria y Equipo	20,300.00	5,501.36
1.1.2. Muebles y Enseres	2,040.00	552.85
I.2. Inversión Fija Intangible	8,487.00	2,300.00
II. Capital de Trabajo	1,186,033.60	321,418.32
III. Gastos Generales (2%)	616.54	167.08
IV. Gastos de Supervisión (1%)	308.27	83.54
TOTAL	1,217,785.41	330,023.14

Nota. Elaboración propia

La inversión total para hacer posible este estudio es de US\$330,023.14 considerando todos los costos y gastos.

4.4. Financiamiento

Tabla 77*Estructura del Financiamiento*

Concepto	Monto S/.	Monto US\$
Financiamiento (40%)	487,114.16	132,009.26
Aporte Propio (60%)	730,671.24	198,013.89
Total	1,217,785.41	330,023.14

Nota. Elaboración propia

El Monto a financiar es del 40% del monto total equivalente a 330.023.14 dólares.

Tabla 78*Datos del financiamiento*

Datos	
Tiempo	3 años
TEA	18%
Cuota	60,714.21

Nota* Tasa efectiva anual (TEA)

4.4.1. Amortización**Tabla 79***Amortización del financiamiento*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Cuota constante	60,714.21	60,714.21	60,714.21
Amortización de capital	36,952.54	43,604.00	51,452.72
Intereses	23,761.67	17,110.21	9,261.49
Saldo	95,056.72	51,452.72	0.00

Nota. Elaboración propia

La amortización del préstamo se realizó en relación a tres años del préstamo, la cuota constante anual de 60,714.21 dólares.

4.5. Depreciación**Tabla 80***Depreciación y valor residual de los activos fijos*

Concepto	Factor	Depreciación					Valor Residual
		1	2	3	4	5	

Activo Fijo							
Tangible		410.45	410.45	410.45	410.45	410.45	20,287.73
Maquinaria y							
Equipo	8%	372.97	372.97	372.97	372.97	372.97	18,435.13
Muebles y							
Enseres	8%	37.48	37.48	37.48	37.48	37.48	1,852.59
Amortización							
Intangibles		230.00	230.00	230.00	230.00	230.00	
Inversión Fija							
Intangible	10%	230.00	230.00	230.00	230.00	230.00	
Total							
		640.45	640.45	640.45	640.45	640.45	20,287.73

Nota. Elaboración propia

4.6. Ingresos

Tabla 81

Ingresos

Producto	Año				
	1	2	3	4	5
Sacos de café 69 kg					
Precio US\$	501.36	501.36	501.36	501.36	501.36
Cantidad	825.00	1,100.00	1,467.00	1,834.00	2,293.00
Total	413,617.89	551,490.51	735,487.80	919,485.09	1,149,607.05

Nota. Elaboración propia

En la tabla se muestra el total de los ingresos anuales proyectados en 5 años, con un precio US\$501.36 cada saco de yute de 69 kg.

4.7. Presupuesto de egresos

Tabla 82

Presupuesto de ingresos

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
I. COSTOS DE PRODUCCIÓN	283,034.06	359,929.49	474,586.84	589,245.47	732,615.87
1.1. Costos Directos	270,410.75	347,179.95	461,709.80	576,239.66	719,480.01
1.1.1. Materiales Directos	266,508.31	343,277.51	457,807.37	572,337.22	715,577.57
1.1.2. Mano de Obra Directa	3,902.44	3,902.44	3,902.44	3,902.44	3,902.44
1.2. Costos Indirectos	12,623.31	12,749.54	12,877.03	13,005.81	13,135.86
1.1.3. Mano de Obra Indirecta	10,406.50	10,510.57	10,615.67	10,721.83	10,829.05
1.1.4. Otros Costos Indirectos	2,216.80	2,238.97	2,261.36	2,283.97	2,306.81
II. GASTOS DE OPERACIÓN	35,723.01	36,437.47	37,166.22	37,909.55	38,667.74
2.1. Gastos de Comercialización	19,235.21	19,619.91	20,012.31	20,412.56	20,820.81
2.3. Gastos Administrativos	16,487.80	16,817.56	17,153.91	17,496.99	17,846.93
III. DEPRECIACIÓN	640.45	640.45	640.45	640.45	640.45
IV. GASTOS FINANCIEROS	60,781.21	60,781.21	60,781.21	-	-
4.1. Pago de Préstamo	60,714.21	60,714.21	60,714.21		
4.2. Mantenimiento, Seguros y Comisiones	67.00	67.00	67.00		

TOTAL	380,178.73	457,788.62	573,174.72	627,795.47	771,924.06
--------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Nota. Elaboración propia

Se detalla el presupuesto de todos los egresos que comprenden: Costos de producción, Gastos de operación y gastos financieros proyectado en 5 años considerando el incremento del 2% en los gastos de producción y operación.

4.8. Estado de resultados

Tabla 83

Estado de ganancias y perdidas

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
(+) Ingresos	413,617.89	551,490.51	735,487.80	919,485.09	1,149,607.05
(-) Egresos	283,034.06	359,929.49	474,586.84	589,245.47	732,615.87
UTILIDAD BRUTA	130,583.83	191,561.03	260,900.97	330,239.63	416,991.18
(-) Gastos de Comercialización	19,235.21	19,619.91	20,012.31	20,412.56	20,820.81
(-) Gastos Administrativos	16,487.80	16,817.56	17,153.91	17,496.99	17,846.93
(-) Depreciación	640.45	640.45	640.45	640.45	640.45
UTILIDAD OPERATIVA	94,220.36	154,483.10	223,094.29	291,689.62	377,682.98

(-) Gastos financieros	23,761.67	17,110.21	9,261.49	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	70,458.69	137,372.89	213,832.80	291,689.62	377,682.98
(-) Impuesto a la Renta (30 %)	21,137.61	41,211.87	64,149.84	87,506.89	113,304.90
UTILIDAD NETA	49,321.09	96,161.02	149,682.96	204,182.74	264,378.09

Nota. Elaboración propia

En este punto se detalla la utilidad bruta, utilidad operativa, utilidad antes del impuesto y la utilidad neta considerando todos los costos y gastos proyectado en 5 años. Asimismo, para dicha proyección se consideró un incremento en los costos y gastos del 2%.

4.9. Flujo de caja

Tabla 84

Flujo de caja

CONCEPTO	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	-	413,617.89	551,490.51	735,487.80	919,485.09	1,169,894.77
Ingresos por Venta		413,617.89	551,490.51	735,487.80	919,485.09	1,149,607.05
Valor Residual						20,287.73
Egresos	(330,023.14)	(339,894.68)	(437,578.83)	(575,902.90)	(714,661.90)	(884,588.50)
Inversión Fija	(330,023.14)					
Costos de Producción		(283,034.06)	(359,929.49)	(474,586.84)	(589,245.47)	(732,615.87)

Gastos de Operación		(35,723.01)	(36,437.47)	(37,166.22)	(37,909.55)	(38,667.74)
Impuesto a la Renta		(21,137.61)	(41,211.87)	(64,149.84)	(87,506.89)	(113,304.90)
Flujo de Caja Económico	(330,023.14)	73,723.21	113,911.69	159,584.90	204,823.19	285,306.27
Préstamo	132,009.26					
Servicio de deuda		(60,714.21)	(60,714.21)	(60,714.21)		
Mantenimientos Seguros y Comisiones		67.00	67.00	67.00		
Flujo de caja financiero	(198,013.89)	13,076.00	53,264.48	98,937.69	204,823.19	285,306.27

Nota. Elaboración propia

El flujo de caja está proyectado a 5 años, donde se consideró todos los egresos e ingreso que se detalló anteriormente, obteniendo resultados favorables para este estudio los cuales se reflejan en los indicadores de rentabilidad.

4.10. Indicadores de rentabilidad

Para este estudio se consideró los siguientes indicadores para conocer la rentabilidad y viabilidad del mismo.

Tabla 85

Análisis de inversión

Análisis	
VANE	154,725.47
VANF	120,562.42
TIRE	31.90%
TIRF	36.17%
B/C	1.07

Nota. Elaboración propia

Mediante el análisis de los indicadores se obtuvo un VANE y VANF positivo con un monto de US\$154,725.47 y US\$120,562.42 respectivamente, asimismo se obtuvo un TIRE de 31.90% y TIRF de 36.17%, lo cual señala que el estudio de mercado para la exportación de café verde es viable y rentable tanto económicamente y financieramente.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Las conclusiones fueron redactadas a partir de la discusión de resultados de cada uno de los objetivos específicos.

Conclusión N°1.

Objetivo 1: Identificar la oferta exportable de la empresa Integra Coffee SAC.

Se logró identificar la oferta exportable de la empresa en base a tres indicadores: Gestión productiva, gestión empresarial y gestión exportadora. En la gestión productiva cabe indicar que tiene una capacidad productiva de 15 mil quintales de café convencional y 8 mil quintales de café especial con características organolépticas frutados y florales con fragancias y aromas especiales, de acuerdo a su gestión empresarial, cuenta con distintas certificaciones que respaldan la calidad de su producto que le permiten ingresar a los mercados según sea el requerimiento, asimismo cuenta con financiamiento para realizar las exportaciones del producto, finalmente en relación a la gestión exportadora, es preciso mencionar que no cuenta con un área especialista en comercio exterior, pero, trabaja de la mano con agentes de aduanas. Los resultados obtenidos, reflejan que la empresa Integra Coffee si cuenta con una oferta exportable para ingresar a los países nórdicos.

Conclusión N°2.

Objetivo 2: Investigar las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso de café verde hacia los Países Nórdicos

Ninguno de los países nórdicos impone barreras arancelarias, es decir el arancel es 0% para el café verde, sin embargo si impone barreras no arancelarias porque exige el certificado fitosanitario el cual hace constar que el producto está libre de plagas o enfermedades y el certificado de origen para comprobar que el producto es de origen peruano, asimismo, existen otras certificaciones exigidas de acuerdo al contrato realizado entre las partes negociantes, dado que, si en un

contrato se estipula que se venderá café orgánico, por ende, para el ingreso de dicho producto al mercado debe contar con la certificación orgánica.

Asimismo, de acuerdo a este objetivo, se logró conocer que los países nórdicos es un mercado atractivo para el producto, puesto que, poseen un alto consumo per cápita, existe un Incremento de la demanda del café y una cultura favorable por el consumo de café y más aún con la tendencia por el café especial.

Conclusión N°3.

Objetivo 3: conocer la distribución física internacional para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos

Se logró conocer que los principales documentos que se utilizan para la exportación de café son: Factura comercial, B/L, Packing list, Certificado de origen (ICO), Certificado fitosanitario, entre otros documentos que requiere el país destino y el medio de pago más seguro es la carta de crédito, pero el medio más utilizado es el CAD, el medio adecuado para el traslado del café verde es el marítimo, el incoterms adecuado y más utilizado es el FOB. Por otro lado, el envase y embalaje adecuado para la exportación de café verde son: Cajas de cartón corrugado con bolsas grainpro empacadas al vacío, Sacos de yute con bolsas grainpro y Big bag de acuerdo a la nueva tendencia, el canal de distribución adecuado para el ingreso a los países nórdicos es el indirecto puesto que muchas veces los tostadores no poseen conocimiento de la logística internacional.

Ante esto, los resultados obtenidos respecto a la DFI, hacen concluir al investigador que la DFI, es favorable para la empresa en estudio puesto que podrá conocer la DFI adecuada para la exportación del café.

Conclusión N°4.

Objetivo: Determinar la oferta de los Países Nórdicos para la exportación de café verde

Se determinó que los países nórdicos no cuentan con producción de café verde, por lo tanto, son unos de los principales importadores de este grano a nivel mundial, En el 2022 Suecia realizo importaciones por un total de US\$542,815 seguido de Finlandia, Noruega, Dinamarca e Islandia con un total importado de

US\$285,607; US\$183,022; US\$81,776 y US\$5,281. Del mismo modo, Suecia registro mayores importaciones del mercado peruano.

De acuerdo a ello, se concluye que la oferta del producto en los países nórdicos es favorable para los exportadores de café, puesto que, al no contar con producción de café, dichos países necesitan importar el producto para abastecer su demanda, es por ello, que se encuentran entre los principales importadores de café verde a nivel mundial, siendo Brasil y Colombia sus principales proveedores.

Conclusión N°5.

Objetivo: Determinar la demanda de los Países Nórdicos para la exportación de café verde

Los estados que conforman los países nórdicos poseen un alto consumo per cápita de café siendo Finlandia el que posee el mayor consumo per cápita, seguido de Suecia, Dinamarca, Noruega e Islandia. Asimismo, el perfil del consumidor de los países nórdicos está enfocados en el consumo de café especial, lo cual resulta favorable para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee ya que ofrece un café especial de calidad con características organolépticas únicas y agradables.

Por ello, se concluye que los países nórdicos poseen una alta demanda para café verde por su alto consumo per cápita y con un perfil de consumidor enfocado en el consumo de café de calidad.

Conclusión N° 6.

Objetivo: Identificar el mercado objetivo para la exportación del café verde

Se identifico el mercado objetivo utilizando la metodología del ITC basado en 5 criterios de evaluación: Tamaño de mercado, dinamismo del mercado, competencia, apertura del mercado y el ultimo criterio conformado por la distancia, cultura, riesgo país y ambiente comercial. Por consiguiente, mediante la respectiva evaluación de los criterios, el país nórdico que obtuvo mayor puntaje fue Suecia con una puntuación de 4.40, seguido de noruega (3.90), Finlandia (3.85), Dinamarca (3.80) e Islandia (3.50).

De acuerdo a ello, se concluyó que el país nórdico idóneo para la exportación de café verde según los criterios de evaluación es el país de Suecia el cual obtuvo un mayor resultado a comparación de los demás países nórdicos.

Conclusión N° 7

Por último, mediante la propuesta realizada en esta investigación se concluyó que el mercado de Suecia es un mercado atractivo para la exportación de café verde, puesto que no posee producción de café verde por lo que lo convierte en uno de los principales importadores mundiales de café verde. Respecto a la demanda, posee un alto consumo per cápita (9 kg), con un perfil, tendencias y percepción del consumidor favorables para el café verde, asimismo se identificó posibles compradores quienes son los principales importadores de café verde.

Del mismo modo, la viabilidad de este estudio es respaldado por los indicadores de rentabilidad con VANE y VANF positivo de US\$154,725.47 y US\$120,562.42 respectivamente, asimismo se obtuvo un TIRE de 31.90% y TIRF de 36.17%, lo cual señala que el estudio de mercado para la exportación de café verde es viable y rentable tanto económicamente y financieramente.

5.2. Recomendaciones

Referente a la conclusión N°1, se recomienda que la empresa integra Coffee y las empresas exportadoras en general implementen un área comercial o de comercio exterior para acelerar y llevar un control adecuado de los procesos que implica las exportaciones puesto que es de vital importancia para el desarrollo y crecimiento de una organización para realizar la comercialización de su producto a nivel internacional.

Respecto a la conclusión N°2, se debe tener en cuenta las barreras de acceso al mercado, con el fin de tener claro los impuestos para ingreso de un producto, asimismo de cumplir con todas normas que se requiere en el país destino para evitar inconvenientes al respecto, como por ejemplo el rechazo del producto por el incumpliendo de alguna norma.

Según la conclusión N°3, se recomienda que las organizaciones conozcan la DFI de cada país, puesto que cada mercado es diferente y tienen diferentes rutas de acceso, normas, métodos de entrada, métodos de pago, etc. Por ello las empresas deben estar preparadas y regirse a lo estipulado por cada país para el ingreso del producto y realizar negociaciones exitosas que les permita tener rentabilidad.

De acuerdo a la conclusión N°4, se recomienda realizar un análisis adecuado de la oferta de un país, con el fin de comprobar si dicha oferta satisface la demanda de un país, para ello existen muchas herramientas como Trade Map, Veritrade y otras herramientas que permiten conocer el valor importado o exportado de un producto determinado, asimismo existe la FAO para conocer la producción de total de cada país de acuerdo a un producto específico.

En base a la conclusión N°5, se sugiere analizar la demanda de un país para comprobar si existe un consumo y aceptación del producto en el país objetivo, por ejemplo, averiguar su consumo per cápita, tendencias, percepción y perfil del consumidor de acuerdo al producto que va a ofertar.

Según la conclusión N°6, se recomienda que, para realizar la elección de un mercado, primero debe realizarse una evaluación en base a criterios que contribuyan en la elección adecuada y acertada, con el fin de no aventurarse a tomar decisiones que perjudiquen a la organización.

Finalmente, según la conclusión N°7, Se sugiere que Integra coffee evalúe este estudio y de seguimiento a las principales empresas importadoras de Suecia identificados como Kaffehuset en Karlstad AB, Arvid Nordquist HAB y Hamburg Coffee Company – Hacofco, donde puedan contarse y realizar el envío de muestras para que conozcan el producto ofertado y lograr negociaciones en el futuro.

Finalmente, es importante que la empresa tenga participación en el evento más importante de Europa referido al café de especialidad, donde pueda promocionar su producto, captar nuevos clientes y permita el crecimiento de sus exportaciones.

VI. REFERENCIAS

- Agencia agraria de noticias. (2021). Región Cajamarca registró US\$ 240 millones en exportaciones de café. <https://andina.pe/agencia/noticia-regioncajamarca-registro-240-millones-exportaciones-cafe-860424.aspx>
- Agencia agraria de noticias. (2021). Perú tiene 25.000 toneladas de café sin movilizar por problemas navieros. <https://agraria.pe/noticias/peru-tiene-25-000-toneladas-de-cafe-sin-movilizar-por-proble-25968>
- Agencia Central de Inteligencia. (2022). Suecia-Detalles. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/sweden/images/cG9zdDoxODYzNjI=>
- Aguirre, C. (2017). Distribución física internacional. Fondo editorial Areandino. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1499/Distribuci%C3%B3n%20F%C3%ADsica%20Internacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aliaga, G. M. y Ramírez, P. C. A. (2019). Evaluación del incremento de las exportaciones de café peruano a Alemania debido a la certificación orgánica (2007 – 2017) [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de ciencias aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626015>
- Alvarez. L. (2018). Estrategias de comercialización para la exportación directa de café al mercado de estados unidos, de la asociación de productores cafetaleros Alto pirias, Chirinos – Cajamarca, 2017 – 2022 [Tesis de pregrado, Universidad señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5125>
- Arévalo, Y. y Ihuaraqui, A. (2018). Estudio del mercado de exportación de café en el distrito de Lonya Grande – Región Amazonas, período 2015 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. Repositorio Institucional Digital UNAP. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5594>

- Arias, J., Miranda, M.G. y Villasís, M. A. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2),201-206. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Arreguin. L.J. (2020). Análisis de la demanda: qué es y cómo aplicarlo en tu negocio. <https://www.asnews.mx/noticias/analisis-de-la-demanda-que-es-y-como-aplicarlo-en-tu-negocio>
- Asociación española del café. (2022). Importación y Almacenamiento. <https://www.asociacioncafe.com/importacion-y-almacenamiento-cafe/>
- Ayllón, R. E. y Loayza, R. E. (2020). Principales factores que influyen en la exportación del café proveniente del Valle del Monzón en la región Huánuco año 2019 [Tesis de Pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/7645>
- Camacho, M. (2020). Estudio de oportunidades y retos del mercado de Francia para la exportación de café orgánico del Perú, 2017-2021 [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio UCSM. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/10312>
- CBS Trade Shows. (2022). Festival de Panadería y Chocolate 2022. <https://es.cantonfair.net/event/7614-baking-chocolate-festival>
- Centro de comercio internacional - Trade Map. (2022). Comercio bilateral entre Suecia y Perú. Producto: 090111 Café sin tostar ni descafeinar. https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c752%7c%7c604%7c%7c090111%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- Centro de comercio internacional - Trade Map. (2022). Comercio bilateral entre Dinamarca y Perú Producto: 090111 Café sin tostar ni descafeinar. https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c208%7c%7c604%7c%7c090111%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- Centro de comercio internacional - Trade Map. (2022). Comercio bilateral entre Finlandia y Perú Producto: 090111 Café sin tostar ni descafeinar.

https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c246%7c%7c604%7c%7c090111%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

Centro de comercio internacional - Trade Map. (2022). Comercio bilateral entre Noruega y Perú Producto: 090111 Café sin tostar ni descafeinar. https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c579%7c%7c604%7c%7c090111%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

Centro de comercio internacional - Trade Map. (2022). Comercio bilateral entre Islandia y Perú Producto: 090111 Café sin tostar ni descafeinar. https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c352%7c%7c604%7c%7c090111%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

Centro de comercio Internacional- Trade Map. (2023). Valores unitarios. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c090111%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c3%7c1%7c1

Centro de comercio internacional. (2020). Los mercados del café- El comercio del café. <https://stage.intracen.org/guia-del-cafe/los-mercados-del-cafe/El-comercio-del-cafe/>

Centro de comercio internacional. (2022). La Guía del Café. https://intracen.org/sites/default/files/media/file/media_file/2022/06/29/itc_coffee_4th_report_20211029_es_web.pdf

Centro de Promoción de Importaciones de países en desarrollo. (2020). ¿Cuál es la demanda de café en el mercado europeo?. <https://www.cbi.eu/marketinformation/coffee/trade-statistics>.

Chacha, L.F. (2021). Plan de negocios para la producción y exportación de café orgánico hacia Finlandia [Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/56808>

- Chávez, K.L. (2021). Estrategias de marketing mix para la exportación de café orgánico en grano pergamino en la Cooperativa Agraria Cenfrocafe en Jaén [Tesis de pregrado, Universidad cesar vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/55203>
- Coca, A.M. (2011). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. *Perspectivas*, 28, 171-191. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941257008>
- ComexPerú. (2021). Exportación de café aún no se recupera. <https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/exportacion-de-cafe-aun-no-se-recupera>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ). (2021). Documentos para exportar. <https://exportemos.pe/asesoriaespecializada/logistica-para-exportar>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ). (2021). Documentos para exportar. <https://exportemos.pe/asesoriaespecializada/logistica-para-exportar>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ). (2023). Exportaciones regionales. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiYzU3MjViOGMtMDk0MC00OGZmLWI5NTItMGQ1Y2JjMzE3NmNiliwidCI6IjY2YTM3OTA5LTljOTktNDAYNS05NWE1LTlmMDgwNWY1M2QyOCIsImMiOiR9>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2019). Oportunidades de exportación para los cafés especiales peruanos en los países nórdicos. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/826606737radB336E.pdf>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2020). Actividades de promoción. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/2589/Guia_modulo_actividades_promocion_comercial_2017_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Comisión europea. (2022). Mostrando resultados de búsqueda para 0901.11 de Perú a Suecia. <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/results?product=090111&origin=PE&destination=SE#taxes>
- Condori, M. (2020). Estudio de mercado del café (*Coffea arabica* L.) en los centros de comercio de la ciudad de La Paz [Tesis de Pregrado, Universidad mayor de san Andrés]. Repositorio UMSA. <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24909>
- Cornejo, L.V. y Ramírez, C. A. (2020). Identificación de los mercados más atractivos para la exportación de café en grano verde por la Cooperativa Bosques Verdes, San Ignacio – Cajamarca, 2019 [Tesis de Pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio UTP. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3246>
- Cuesta, G. (2020). *Modelo multivariado para el análisis de selección de mercados internacionales: Caso café tostado* [tesis de maestría, Universidad Autónoma de Manizales]. Repositorio UAM. <https://repositorio.autonoma.edu.co/handle/11182/1046>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M., (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7),162-167. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733228009>
- El peruano. (2021). Cajamarca, Junín y San Martín son las regiones con mayor producción de café para exportación. <https://elperuano.pe/noticia/127817-cajamarca-junin-y-san-martin-son-las-regiones-con-mayor-produccion-de-cafe-para-exportacion>
- Eslava, L. A. (2017). *Canales de distribución logística comerciales*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/70308?page=137>
- España Exportación e Inversiones. (2022). *Agenda de Actividades*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/visitar-mercados/agenda/nordic-organic-food-fair-suecia-alimentos-ecologicos->

fex2022898660.html#:~:text=Nordic%20Organic%20Food%20Fair%20es,e
xpositores%20como%20de%20visitantes%20daneses.

EventsEye. (2022). Fastfood & Café Sweden - Stockholm 2022.
<https://www.eventseye.com/ferias/f-fastfood-cafe-sweden-stockholm-21315-3.html>

EventsEye. (2022). Fastfood & Café Sweden 2022.
<https://www.eventseye.com/ferias/f-fastfood-cafe-sweden-25200-3.html>

Federación nacional de avicultores de Colombia. (2021). Consumo per cápita.
<https://federaciondecafeteros.org/wp/glosario/consumo-per-capita/>

Fernandez, F.J. (2017). Estudio de mercado. Lulu.
https://books.google.com.pe/books?id=yuskDwAAQBAJ&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Fisgativa, D. (2021). Exportar café verde por vía aérea: ¿Cuándo es la mejor opción?.
<https://perfectdailygrind.com/es/2021/08/25/exportar-cafe-verde-por-via-aerea-cuando-es-la-mejor-opcion/>

Fórum Cultural del Café. (2021). Empaque café verde.
<https://www.revistaforumcafe.com/empaque-cafe-verde>

Galindo, M. y Ríos. V. (2015). "Exportaciones" en Serie de estudios económicos. México ¿cómo vamos?.
https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184

Gestión. (2019). Minagri aprobó el Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2019-2030.
<https://gestion.pe/economia/minagri-aprobo-el-plan-nacionalde-accion-del-cafe-peruano-2019-2030-nndc-noticia/?ref=gesr>

GrainPro. (2022). Transporte. <https://www.grainpro.com/en>

Guevara, J.S. (2020). Inteligencia comercial para promover la exportación de café en APROCOYCE, Amazonas-2019 [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Repositorio UNTRM. <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/2252>

- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (1991). Metodología de la investigación. McGraw.
https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-laInvestigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. McGraw.
https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Instituto europeo de posgrado. (2018). Negocios internacionales: Exportación e importación. <https://www.iep.edu.es/negocios-internacionales-exportacione-importacion/>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). El mercado y la comercialización. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Izquierdo, C. (2011). Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas. Revista retos, 1(1), 41-52. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/8026>
- Lerma, A.E. y Márquez, E. (2010). Comercio y marketing internacional. Cengage Learning Editores, S. A. <http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/Comercio%20y%20marketing%20internacional.pdf>
- López, D. C. y Montero, M.Y. (2020). Oportunidades de mercado para la exportación de café especial de Sandoná Nariño [Tesis de Pregrado, Universidad Antonio Nariño]. Repositorio UAN. <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/3179>
- Marte, Q. (2019). Investigación de mercados. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). <https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/175886>
- Martínez, D. (2013). Pymes: rutas para la exportación. Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/69896>

- Martínez, D. y Milla, A. (2012). Análisis del entorno. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/62649?page=1>
- Mena, M. (2020). Los países más adictos al café. Statista. <https://es.statista.com/grafico/23076/consumo-medio-estimado-de-cafe-percapita-en-2020/>
- Minchola, R. R. y Osorio, K.W. (2020). Estrategia de marketing y la exportación del café en la empresa Perales Huancaruna SAC. Callao, año 2019 [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/51117?show=full>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). Oferta exportable. <https://www.midagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/quepodemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Texto educativo de comercio exterior. Quad Graphics Perú S.A. https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2021). El café peruano conquista 44 mercados del mundo y el año pasado se exportaron más de 3 millones de sacos. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/493235-el-cafe-peruano-conquista-44-mercados-del-mundo-y-el-ano-pasado-se-exportaron-mas-de-3-millones-de-sacos>
- Mordor intelligence. (2021). visión general del mercado. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/europe-coffee-marke>
- Moya, P.I. (2015). Introducción a la Mercadotecnia. Editorial UPTC. <https://uptc.metalibros.org/index.php/editorialuptc/catalog/download/48/78/2867?inline=1>
- Nferias. (2023). World of Coffee 2023. <https://www.nferias.com/world-of-coffee/#:~:text=World%20of%20Coffee%20es%20el,una%20celebraci%C3%B3n%20del%20caf%C3%A9%20especializado.>

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2022). Cultivos y productos de ganadería. <https://www.fao.org/faostat/es/#data/QCL/visualize>
- Ottone. O.J. (2021). Competitividad de los productores de café orgánico de Jaén y su incidencia en la exportación a los Estados Unidos [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio URP. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3985>
- Peña, T. y Pirela, J. (2007). La complejidad del análisis documental Información, cultura y sociedad. Revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, núm. (16), 55-81. <https://www.redalyc.org/pdf/2630/263019682004.pdf>
- PROCOLOMBIA. (s.f). Suecia - Cafés especiales. <https://www.colombiatrade.com.co/oportunidades-de-negocio/suecia-cafes-especiales>
- Quiñones, R.E. (2012). Mercadotecnia internacional. Red tercer milenio s.c. <https://www.bqm.com.pe/libros/Mercadotecnia%20internacional.pdf>
- Rivera. N.E. (2019). Exportación de café en grano verde procedentes de Perú al mercado de Canadá, 2018-2021 [Tesis de pregrado, Universidad señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7172>
- Ruiz, A.L. (2007). Elaboración de perfiles de mercado para las empresas exportadoras del sector farmacéutico. ACIMED, 16(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007001000015&lng=es&tlng=es
- SIICEX. (2022). Rutas marítimas. <https://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX). (2021). Regímenes de Exportación. https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_portletid_=SPreguntaFrecuente&_page_=162.00000&scriptdo=&hdnIdTema=3661&txtpregunta=#anc
la

- SUNAT. (2022). Consulta RUC. <https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>
- Sy corvo, H. (2021). Análisis de la oferta. <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>
- Velásquez, D. (2022). Caracterización del mercado de exportación de café especial en Colombia: Segmentación, tamaño y elasticidad [Tesis de maestría, Universidad EAFIT]. Repositorio EAFIT. <http://hdl.handle.net/10784/31635>
- Veritrade. (2022). Mis búsquedas. <https://business2.veritradecorp.com/es/mis-busquedas>

VII. ANEXOS

Nº1. Autorización para el recojo de información

Figura 19

Autorización para el recojo de información

	INTEGRA COFFEE	T: (+51) 076 785207 Ventas@integracoffee.com.pe www.integracoffee.com.pe Av. Pakamuros 2450, Pueblo Libre – Jaén.
AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN		
Jaén, 06 de Diciembre del 2021		
Quien suscribe: Ing. Elvis Julca Rangel Representante Legal – Empresa Integra Coffee S.A.C		
AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de Investigación, denominado: Estudio de mercado para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia países nórdicos, 2021-2022		
<p>Por el presente, el que suscribe, señor Elvis Julca Rangel, representante legal de la empresa: Integra Coffee SAC , AUTORIZO a los alumnos: Erick Lizandro calderón Díaz, identificado con DNI N° 76076797 y Talía Lizeth Huamán García, identificada con DNI N° 75696605 estudiantes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, y autores del trabajo de investigación denominado: Estudio de mercado para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee SAC hacia países Nórdicos, 2021-2022, al uso de información sobre la oferta exportable y demás aspectos importantes de la empresa Integra Coffee S.A.C para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de Pregrado, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.</p>		
Atentamente.		
  Ing. Elvis Julca Rangel DNI N° <u>44240532</u> Gerente General		
 		Calidad es lo que nos une.

N°2. Guía de entrevista

Figura 20

Guía de entrevista N°1



Guía de entrevista

Objetivo:

- Identificar la oferta exportadora de la empresa Integra Coffee S.A.C
- Determinar la distribución física internacional para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee.

Entrevistado: Gerente general Integra Coffee S.A.C

1. ¿Cuál es la capacidad de oferta anual de café verde especialidad de la empresa Integra Coffee?
2. ¿Qué cantidad de café verde de especialidad exporta anualmente la empresa Integra Coffee?
3. ¿Cuáles son las características organolépticas del café especial que tiene más demanda en sus clientes?
4. ¿Con que medidas de sanidad e inocuidad del café cuenta la empresa Integra Coffee que garanticen que su producto es de calidad?
5. ¿Mencione las certificaciones internacionales que cuenta la empresa Integra Coffee?
6. ¿Qué tipo y modalidad de exportación utiliza la empresa Integra Coffee para la exportación de café verde?
7. ¿De qué manera financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?
8. ¿La empresa cuenta con un bróker o un área especialista en comercio exterior para realizar la correcta exportación del café verde?, ¿De qué manera contribuye en la exportación del producto?
9. ¿Qué INCOTERMS utilizan para exportar el café verde?, ¿por qué?
10. ¿Cuál es el medio de pago internacional que utiliza la empresa? ¿Por qué?
11. ¿Mencione usted el tipo de envase que utiliza la empresa para la correcta distribución del producto hacia los mercados internacionales?
12. ¿Qué medio de transporte Internacional utilizan para la exportación de café verde?
13. ¿Cuál es el precio de exportación del café oro verde de especialidad de la empresa Integra Coffee?
14. ¿En qué ferias a nivel nacional e internacional ha participado la empresa para promocionar su producto de exportación?

Figura 21

Guía de entrevista N°2

15. ¿A qué mercados internacionales ha ingresado el café verde de la empresa y a que mercados les gustaría ingresar?

Entrevistados: Especialistas de negocios internacionales

16. ¿Considera usted atractivo el mercado de países nórdicos para la exportación del café verde de especialidad?
17. ¿Qué barreras arancelarias imponen los países nórdicos para el ingreso de café verde?
18. ¿Tiene conocimiento si Perú cuenta con un acuerdo comercial con los Países Nórdicos que beneficien a las exportaciones de café verde?, ¿De qué manera lo beneficia?
19. ¿Qué barreras no arancelarias imponen los Países Nórdicos para el ingreso de café verde?
20. ¿Qué entidades de Perú se encargan de regular la salida de café verde de especialidad?
21. ¿Qué entidades de países nórdicos se encargan de regular el ingreso de café verde?
22. ¿Mencione las certificaciones que exigen los países nórdicos para el ingreso de café verde?
23. ¿Qué documentos se necesitan para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos?
24. ¿Cuál es el Incoterms adecuado para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos?, ¿por qué?
25. ¿Qué tipo de envase y embalaje considera adecuado para la exportación de café verde hacia Países Nórdicos?
26. ¿Qué medio de transporte Internacional considera más adecuado y rentable para la exportación de café verde oro hacia Países Nórdicos?
27. ¿Qué medio de pago considera más seguro para exportaciones hacia Países Nórdicos?, ¿por qué?
28. ¿Qué canal de distribución considera que es el adecuado para el ingreso de café verde a Países Nórdicos?, ¿por qué?
29. ¿Considera adecuado buscar intermediarios comerciales para el ingreso a un nuevo mercado?, ¿Por qué?

N°2. Cartilla de validación del instrumento

Figura 22

Cartilla de validación por Experto N°1

		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO			
DATOS DEL INSTRUMENTO			
Nombre del instrumento:	Entrevista		
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la oferta exportadora de la empresa Integra Coffee S.A.C - Determinar la distribución física internacional para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee S.A.C 		
Dirigido a:	<ul style="list-style-type: none"> - Gerente general Integra Coffee S.A.C - Especialistas de negocios internacionales 		
JUEZ EXPERTO			
Apellidos y Nombres:	Carrión Mezones Jean Michell		
Documento de Identidad:	DNI: 41609079		
Grado Académico:	Magister Finanzas Corporativas		
Especialidad:	Comercio y Negocios Internacionales		
Experiencia Profesional (años):	8 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD			
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Sugerencia:			
 Mg. Jean Michell Carrión Mezones			

Figura 23

Cartilla de validación experto N°2

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de Entrevista	
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none">- Identificar la oferta exportadora de la empresa Integra Coffee S.A.C- Determinar la distribución física internacional para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee S.A.C.	
Dirigido a:	<ul style="list-style-type: none">- Gerente general Integra Coffee S.A.C- Especialistas de negocios internacionales	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	MONTENEGRO LOPEZ MARCO ANTONIO	
Documento de Identidad:	47706018	
Grado Académico:	MAGISTER	
Especialidad:	GESTION PUBLICA	
Experiencia Profesional (años):	5 AÑOS	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
<input checked="" type="checkbox"/>		
Sugerencia:		


Mg. Marco Montenegro López

Figura 24

Cartilla de validación experto N°3

		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO			
DATOS DEL INSTRUMENTO			
Nombre del instrumento:		Entrevista	
Objetivo:		<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la oferta exportadora de la empresa Integra Coffee S.A.C - Determinar la distribución física internacional para la exportación de café verde de la empresa Integra Coffee S.A.C 	
Dirigido a:		<ul style="list-style-type: none"> - Gerente general Integra Coffee S.A.C - Especialistas de negocios internacionales 	
JUEZ EXPERTO			
Apellidos y Nombres:		Gonzales Diaz Jose Rolando	
Documento de Identidad:		41443000	
Grado Académico:		Ingeniería Agronomía	
Especialidad:		Administración de Agronegocios	
Experiencia Profesional (años):		11 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD			
Aplicable		Aplicable después de corregir	No Aplicable
<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sugerencia:			
(Empty space for suggestions)			
			
..... Mg. Jose Rolando Gonzales Diaz			

N°3. Evidencias de las entrevistas

Figura 25

Evidencia de entrevista la gerente general de integra Coffee SAC



Figura 26

Evidencia de entrevista a especialista N°1

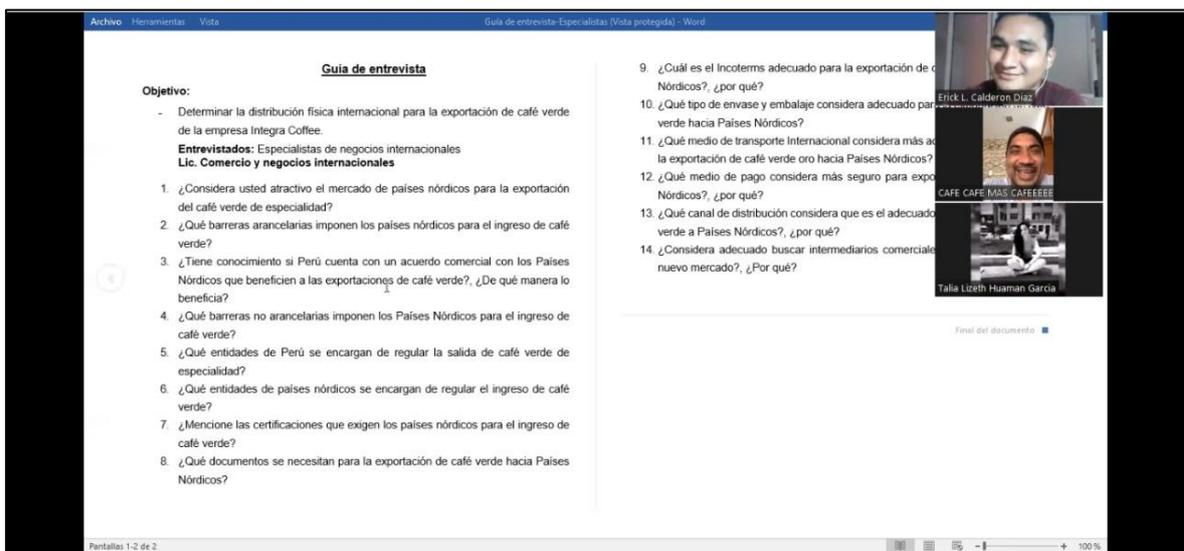


Figura 27

Evidencia de entrevista a especialista N°2

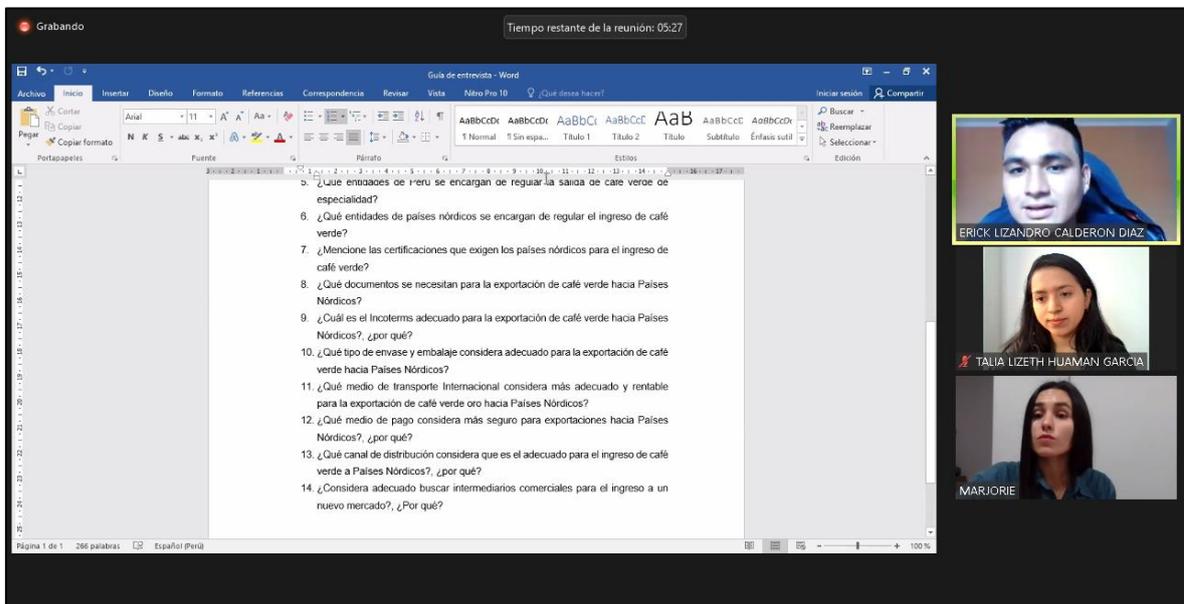


Figura 28

Evidencia de entrevista a especialista N°3



N° 4. Reporte de similitud

Figura 29

Reporte de similitud

Reporte de similitud	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
Calderón Díaz Erick & Huaman Garcia Tal ia (1).docx	Erick Lizandro Calderón Díaz
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
30090 Words	160487 Characters
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
133 Pages	1.7MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Sep 4, 2023 10:02 PM GMT-5	Sep 4, 2023 10:04 PM GMT-5
● 12% de similitud general El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base	
<ul style="list-style-type: none">• 10% Base de datos de Internet• Base de datos de Crossref• 7% Base de datos de trabajos entregados• 1% Base de datos de publicaciones• Base de datos de contenido publicado de Cross	
● Excluir del Reporte de Similitud	
<ul style="list-style-type: none">• Material bibliográfico• Coincidencia baja (menos de 8 palabras)• Material citado	