



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO VERDE  
PROCEDENTES DE PERÚ AL MERCADO DE  
CANADÁ, 2018-2021**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL  
DE BACHILLER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Autor:**

**Rivera Carrasco Nicole Stephanie**

**Asesor:**

**Mgtr. Zuñe Chero Limberg**

**Línea de Investigación**

**Investigación de Mercados y Marketing**

**Pimentel-Perú**

**2019**

**TÍTULO**

**EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO VERDE  
PROCEDENTES DE PERÚ AL MERCADO DE CANADÁ,  
2018-2021**

**Aprobación de trabajo de investigación**

---

Mgtr. Zuñe Chero Limberg

Asesor Metodólogo

---

Presidente del Jurado de Tesis

---

Secretario del Jurado de Tesis

---

Vocal del Jurado de Tesis

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fuerza, fe y voluntad para tomar decisiones que me ayudan a construir mi camino personal y profesional, permitiéndome cumplir mis objetivos, metas y sueños propuestos.

A mis padres, Guillermo Rivera Campos y Enma Gladis Carrasco Chanta, por ser mis guías en el transcurso del camino y ayudarme a no darme por vencida, para la culminación de esta meta trazada; especialmente dedicada con sacrificio, amor y apoyo brindado por ellos.

A mis hermanos, Mayte Rivera Carrasco, Quincy Rivera Carrasco y Gary Palacios Carrasco; por siempre estar a mi lado y brindarme ese apoyo de motivación, además de su constante ayuda para la preparación de la investigación.

A docentes que me apoyaron y estuvieron presentes en el proceso constante de la investigación, gracias a la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, por haberme permitido trabajar con ellos.

A mis amigos por el gran apoyo incondicional que me brindaron en todo el proceso y sobretodo la amistad que nunca se perdió.

Los amo y gracias a todos.

**Rivera Carrasco Nicole Stephanie**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a Dios por protegerme y guiarme en todo momento importante de mi vida, porque gracias a él se pudo culminar y permitió alcanzar uno de mis mayores metas lograda.

Agradecer a mis padres, hermanos y demás familiares que estuvieron apoyando, brindando cariño, tranquilidad y aliento para la culminación de esta investigación.

Agradecer a mi asesor, Mg. Zuñe Chero Limberg, por haber compartido su conocimiento profesional, brindando información teórico necesaria para la culminación de esta investigación.

Agradecer al Ing. Jorge Carrillo, gerente General de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, por haberme brindado información necesaria para la culminación de esta investigación.

Un agradecimiento muy especial a los docentes de la Universidad Señor de Sipan que me ayudaron a despejar mis dudas y preocupación sobre el desarrollo de la investigación.

Los amo y gracias a todos.

**Rivera Carrasco Nicole Stephanie**

**EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO VERDE PROCEDENTES DE PERÚ  
AL MERCADO DE CANADÁ 2018-2021**

**EXPORT OF COFFEE IN GREEN GRAIN FROM PERU TO THE MARKET  
OF CANADA, 2018-2021**

**Rivera Carrasco Nicole Stephanie<sup>1</sup>**

**RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021, para lo cual se aplicó una metodología del tipo descriptiva-explicativo, mediante un diseño no experimental, con enfoque cualitativo; y cuya población estuvo constituido por el gerente general de la Cooperativa Cedros Café; y a su vez también fue conformado por 8 especialistas en Comercio Internacional, las mismas que a través del muestreo no probabilístico sirvió de muestra de estudio, ya que concuerda directamente con la problemática de estudio identificado.

A través de la aplicación de las entrevistas, se logró identificar los riesgos de exportación para el ingreso al mercado, estos fueron: el envío de las muestras no sean las mismas enviadas en los contenedores; además, también se identificará los requisitos que se requiera para el ingreso al mercado, ya que la Cooperativa actualmente cuenta con las certificaciones lo cual hace que sea más fácil ingresar al mercado.

La investigación concluye que la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, cuenta con la oferta necesaria y de acuerdo a ello se pudo determinar la exportación de café en grano verde al mercado canadiense, debido a las exportaciones realizadas en el año 2017, de las cuales estos países fueron, a Suecia, Bélgica, Alemania y Portugal, entre otros mercados. Asimismo, cuenta con las certificaciones (Fairtrade, UTZ, USDA ORGANIC) necesarias para el ingreso al mercado, la cual le permite producir y acopiar cafés con alto rendimiento en taza (84-94 puntos).

**PALABRAS CLAVE:** Exportación, Canadá y café en grano.

---

<sup>1</sup> Adscrita a la Escuela Profesional de Negocios Internacionales Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email: [rcarrasconicol@crece.uss.edu.pe](mailto:rcarrasconicol@crece.uss.edu.pe) Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4768-250X>

## **EXPORT OF COFFEE IN GREEN GRAIN FROM PERU TO THE MARKET OF CANADA, 2018-2021**

### **ABSTRACT**

The present investigation had as general objective to analyze the exports of coffee in grain to the market of Canada of the Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Cafe Jaen, 2018-2021, for which a methodology of the descriptive-explanatory type with cross-sectional approach was applied, through a non-experimental design, with a qualitative approach; and whose population was constituted by the general manager of the Cooperativa Cedros Cafe; and in turn it was also made up of 8 specialists in International Trade, the same ones that through non-probabilistic sampling served as a study sample, since it is directly in agreement with the identified study problem.

Through the application of the interviews, it was possible to identify the export risks for entering the market, determining that the main risk is that the samples sent were not sent in the containers; In addition, the requirements that are required to enter the market will also be identified, since the Cooperative currently has the certifications which makes it easier to enter the market.

The investigation concludes that the Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Cafe, has the necessary supply and according to this it was possible to determine the export of green coffee beans to the Canadian market, due to the exports made in the year 2017, of which countries were, to Sweden, Belgium, Germany and Portugal, among other markets. Likewise, it has the certifications (Fairtrade, UTZ, USDA ORGANIC) necessary to enter the market, which allows the production and storage of high yield coffee (84-94 points in a cup) thanks to the microclimates that Peru has.

**KEYWORD:** Export, Canada and coffee beans.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
I. INTRODUCCIÓN .....	9
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA .....	9
1.1.1. En el ámbito internacional.....	10
1.1.2. En el ámbito nacional.....	11
1.1.3. En el ámbito local.....	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.3. TRABAJOS PREVIOS.....	13
1.3.1. Internacional.....	13
1.3.2. Nacional.....	15
1.3.3. Local .....	17
1.4. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....	19
1.4.1.1. Exportación .....	19
1.5. HIPÓTESIS .....	26
1.6. OBJETIVOS .....	26
1.6.1. Objetivo General.....	26
1.6.2. Objetivos Específicos.....	26
II. MATERIAL Y MÉTODO .....	27
2.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
2.2. POBLACIÓN.....	27
2.3. MUESTRA .....	27
2.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	28
2.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.....	28
2.6. VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN .....	29
2.6.1. Definición de la variable .....	29
2.6.2. Operacionalización de la variable.....	30
2.7. CRITERIOS ÉTICOS .....	31
III. RESULTADOS .....	32
3.1. TABLAS.....	32
3.1.1. Resultado de la obtención de aplicación de análisis documental a la Cooperativa de Servicios Múltiples.....	32
3.1.2. Resultados de la aplicación a los expertos del tema de Comercio Exterior.....	34
3.1.3. Resultados de la aplicación de la guía de entrevista al gerente General de la Cooperativa de Servicios Múltiples .....	54
IV. DISCUSIÓN.....	60
V. CONCLUSIONES .....	63
VI. REFERENCIAS.....	64

<b>VII. ANEXOS .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO 01. ENCUESTA CORREGIDA APLICADO AL GERENTE GENERAL DE LA COOPERATIVA .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO 02. ENCUESTA CORREGIDA APLICADO A EXPERTOS DE COMERCIO EXTERIOR .....</b>	<b>68</b>

## ÍNDICE DE TABLA

<b>Tabla 1.</b> Descripción de las técnicas e instrumentos de recolección de la información .....	28
<b>Tabla 2.</b> Definición de la variable .....	29
<b>Tabla 3.</b> Operacionalización de la variable.....	30
<b>Tabla 4.</b> Criterios éticos.....	31
<b>Tabla 5.</b> Exportaciones del 2017 de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.....	32
<b>Tabla 6.</b> Exportaciones realizadas a Canadá .....	34
<b>Tabla 7.</b> Relación de 8 expertos de Comercio Exterior en instituciones privadas y públicas ...	35
<b>Tabla 8.</b> Variedades del café en grano.....	35
<b>Tabla 9.</b> Tipos de café que se exportan en el Perú .....	37
<b>Tabla 10.</b> Calidad de café de peruano para exportación.....	38
<b>Tabla 11.</b> Estrategias de calidad de café.....	40
<b>Tabla 12.</b> Caída del precio del café en el mercado nacional e internacional.....	42
<b>Tabla 13.</b> Incoterms para la exportación de café al mercado de Canadá.....	44
<b>Tabla 14.</b> Empresas o cooperativas que influyen en niveles de competencia en exportación...	45
<b>Tabla 15.</b> Características de la carga para el café en grano verde .....	46
<b>Tabla 16.</b> Medios de transporte a Canadá .....	47
<b>Tabla 17.</b> Documentos para exportar a Canadá.....	48
<b>Tabla 18.</b> Estrategias de comercialización .....	49
<b>Tabla 19.</b> Intermediarios comerciales .....	51
<b>Tabla 20.</b> Certificaciones y sellos para el ingreso al mercado canadiense .....	52
<b>Tabla 21.</b> Riesgos de exportación para el ingreso al mercado de Canadá.....	53
<b>Tabla 22.</b> Encuesta al gerente general de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	55

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Embalajes de exportación. Tipos de contenedores .....	23
<b>Figura 2.</b> Manejo documentario internacional. ....	23

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Realidad Problemática

El café en grano es una materia prima, que tras su proceso se convierte en una bebida muy popular en la actualidad, siendo así un producto bandera del Perú. Las variedades del café que se cultivan en nuestra zona son: Typica, Caturra, Pache, Catimor, Bourbon y entre otras variedades; cuando se trata de café en taza solo hay dos tipos de café en grano que se exporta o importan, las cuales son: Arabica y Robusta. La gran parte de café crece bajo sombra en un buen ambiente, siendo esto que el producto sea más competitivo y de buena calidad. Los beneficios es que sirve como adelgazante, retrasa el envejecimiento de las células, es un antioxidante, ayuda contra la diabetes, favorece la actividad mental y mejora el rendimiento deportivo.

La caída de café en grano se debe a la fuerte sobreproducción a nivel mundial, la cual consiste que el porcentaje de producción sea mayor al de su consumo en los principales países productores, ya sea por sobreproducción y ellos mismos no empujan el consumo del café, un ejemplo de ello es Brasil, Vietnam, Colombia y Honduras; pero Brasil por sus grandes cultivos, hace que sea el principal exportador, impacto que afecta a los productores de otros países e hizo que el precio en la bolsa de valores bajara, es por eso que ha disminuido progresivamente el café debiéndose a la alta producción y precios bajos, siendo esto que los países vecinos oferten más, generando que el productor disminuya la siembra y opte por sembrar otros productos.

En la actualidad el Perú cuenta con las empresas y cooperativas que comercializan el café en grano, muchas de ellas se centran en el departamento de Cajamarca de la provincia de Jaén, esto se debe al constante desarrollo y nuevas tecnologías que estos mismos optan por ser más competitivos en el mercado de café. La mayoría de Cooperativas realizan un estudio de mercado y pocas son las que ingresan a nuevos países, parte de esto se debe a la falta de información o asesoramiento que estas tienen.

La Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, en la actualidad exporta café en grano a diferentes mercados de las cuales son Alemania, Bélgica, Suecia, entre otros destinos. El café vendido por la cooperativa se caracteriza por tener las certificaciones (Fairtrade, UTZ, USDA ORGANIC, Organic europa), y sellos necesarios para el ingreso a los mercados, ya que gracias a ello les permite tener un plus adicional al producto y este tenga más valor (precio final) al momento de su comercialización.

### **1.1.1. En el ámbito internacional**

Según Carlberg y Rude (2004) señalado en la revista mexicana de agronegocios que el pacto de NAFTA entre México y Canadá fue un tratado diseñado para la liberación del comercio y beneficiar al productor. El intercambio beneficiaba más a las exportaciones de México que a Canadá, ya que, se exportaban las frutas, café y vegetales, siendo así que, Canadá se considere en la lista de los principales importadores de café, producto que se encuentra en el décimo de la lista de las exportaciones de México, teniendo un valor de \$13 millones en el 2002; esto se debió a los acuerdos comerciales (TLC), manteniéndose estable durante los últimos años, por su calidad y variedad en taza. (p.1-5)

Según Sánchez (2015) en la revista de Nóesis señaló que los caficultores incursionan en el comercio justo y en el mercado internacional de los cafés orgánicos, la alianza del comercio justo surgió entre el productor mexicano y el consumidor europeo, pero, sin embargo, existen empresas grandes como es en este caso Nestlé que utiliza los sellos, por lo cual es un problema para el pequeño productor ya que mantiene un sistema. El comercio justo permite que barrios países exporten de manera justa, logrando así que el productor cuente con la seguridad y un precio estable, beneficiando a ambos. Es así que las empresas realizan un estudio de mercado, logrando así especializarse en la producción del café orgánico.

Según Granados (2018) en la revista el País mencionó que el consumo del café es de 9.537 millones en kilos, ya que, por su sabor y aroma conquista al mundo; pero actualmente este producto atraviesa un problema, esto se debe al cambio climático que perjudica a los principales países exportadores, reduciendo así sus áreas de cultivos. Según la FAO hoy se llega a casi 11.000 millones de hectáreas. La zona que lidera la producción es América Latina, merma que alcanzara un 80%. Brasil en el 2017 lidera con mayor productor de café y exportador en el mundo. Según Bunn comenta que Brasil y Vietnam como primeros exportadores del mundo, tendrían dificultades para poder seguir siendo competitivos, de seguir siendo el cambio climático una amenaza para el mercado global.

Estados Unidos es considerado como primer importador de café en grano, con un valor de 6,511.50 US\$ millones, seguido de Alemania con un total de 4,515.55 US\$ millones, teniendo a Canadá como séptimo importador de este producto, con un valor de 795.11 US\$ millones, es por eso que el mercado del café es muy competitivo y no tan estable si se habla de precios. (Contrade, 2017)

Escamilla (2017) señaló que “la producción mundial del café durante el 2016 se estimó en 15.6 millones de sacos de 60 Kg, lo que significando un incremento del 2.4% al año anterior (...), la Unión Europea ocupó el primer país importador de café, estimado un importe de 45.5 millones de sacos de 60 Kg, seguido de Estados Unidos con un promedio de 1.5% a nivel mundial” (p. 2-4).

Según Vélez (2018) mencionó que el café en los dos últimos años ha ido cayendo, debido a la sobreproducción, en su mayoría son pequeños productores, ya que hoy el precio por libra se ubica \$ 1. Según la Organización Internacional del café (OIC) en el 2017 mencionó que Colombia es el tercer productor mundial teniendo un promedio de 14 millones de sacos de 60 kilogramos, seguido de Brasil con 51 millones y Vietnam con 29,5 millones. Unos de los problemas muy resaltantes en los cafetaleros es los fondos de inversión son ajenos al de la industria, y cuando venden obtienen una ganancia diferente entre el precio inicial al del precio final.

### **1.1.2. En el ámbito nacional.**

El Perú es una zona cafetalera, una de las ventajas de este país es la existencia de microclimas. Aproximadamente exporta el 50% de la producción del café, la cual su producción nacional se encuentra en Junín, San Martín, Cajamarca, Amazonas, Pasco, Huánuco, entre otras regiones. Los principales importadores se encuentran en Europa, estimado un total de 2 millones de quintales entre el café y cacao, exportando anualmente entre 4 a 6 millones; gracias a ello, el Perú viene desarrollándose y creciendo. (Navarro, 2015)

Según las cifras en SUNAT en el 2012 ascendieron a S/. 46,253 millones descendiendo en -28%, después de ello alcanzó S/. 33,449 millones en el 2015; el precio en la bolsa de valores ha bajado, crisis que afecta al comercio exterior, causa de ello, viene siendo los elevados costos y la ineficiencia logística provocando menos rentabilidad y competitividad en el sector exportador peruano. El Perú se ubicó en la posición 71 de 160 países del Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial. La producción nacional se centra de cooperativas, ya que, acopian el café de distintos proveedores, y es así que obtienen la mejor calidad. (Comexperu, 2015)

El café peruano presenta políticas y perspectivas de exportación hacia Corea del Sur, la venta de este producto se viene negociando a largo plazo, la cual permite las inspecciones de calidad e implementado así las prácticas para la clasificación de grano de

café, es por ello, que se solucionan los problemas de las plantaciones con las capacitaciones que se realizan, generando un apoyo al agricultor. (Cordano R., 2018)

Los principales destinos del Perú son Suiza (40%), EE.UU. (18%), Alemania (8%) y Canadá (88%) siendo el café oro el más exportado, reduciendo así en el 2016 al 7% y en el 2017 a 9%, reduciendo los envíos mineros. (Mincetur, 2017)

### **1.1.3. En el ámbito local.**

En la provincia de Jaén-Cajamarca, se vendió el café en grano US\$ 100 la libra, superando el record del año anterior y compitiendo con México, esto fue gracias a una subasta electrónica internacional, y teniendo como principal ganador al distrito de Huabal. El nivel de calidad del café peruano llega a 70 y 80 punto en café orgánico, caracterizado por poseer aromas florales silvestres, dándole un sabor único y dulce al producto, los compradores fueron Nicaragua, Costa Rica y Salvador. (RPP, 2017)

La provincia de Jaén es uno de los principales productores y comercializadores de café en grano, siendo el más competitivo. Las nuevas rutas turísticas que se encuentran en Jaén y San Ignacio son el epicentro de la producción cafetalera, es por ello que en la gran mayoría son cooperativas como: Cenfrocafe (Cooperativa Servicios Múltiples Cenfrocafe), Arocassi (Asociación Provincial de Cafetaleros Solidarios de San Ignacio), Unicafec (Unión de Cafetaleros Ecológicos), Cooperativa Prosperidad de Chirinos, Coopvama (Cooperativa del Valle del Alto) y Cooperativa Servicios Múltiples Cedros Café. (Puelles, 2012)

Jaén es la zona donde se siembra el café y cacao en abundancia, siendo estos dos los principales productos exportados. Las certificaciones y sellos son esenciales para las empresas exportadoras, marcan la diferencia entre la comercialización, ya que cumplen con los requisitos y garantizan un café o producto convencional. (Alarcón C., 2017)

La Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café es un Centro Empresarial de Desarrollo Rural Sostenible de Café SAC, fue fundada hace 10 años. Está constituida por 216 familias pequeños productores de café de la Región Cajamarca, la cual brindan asesoría, acopio, comercialización y promoción del producto bandera como es el café. Actualmente trabaja con 9 trabajadores en la parte administrativa y cuenta con 22 zonas de producción que se encuentra ubicados en la provincia de Jaén y San Ignacio, desarrollado un enfoque social, ambiental y económico; las variedades de café que se comercializan son: Typica, Caturra, Pache, Catimor y Catuai.

Hace 2 años esta cooperativa se ha vuelto afectada por la caída del café en la bolsa de valores, al igual las lluvias perjudicando la calidad, generando así que el productor no sea sembrado; sin embargo, existe un interés particular por exportar a un nuevo mercado, ya que recientemente cuenta con algunos clientes, pero actualmente solo comercializan el café en grano al mercado de Europa como es Alemania, Portugal, Francia, Suecia, entre otros países; a esto, mucho depende de los requisitos de acceso al mercado, esto permite que la cooperativa pueda ingresar a un nuevo mercado, ya que, cuenta con el producto, el abastecimiento y calidad en taza para su exportación.

En consecuencia, se impone entrar a un nuevo mercado, mediante la exportación de café en grano verde al mercado canadiense, para ello se podrá identificar los riesgos y condiciones del mercado. Además, de ello la cooperativa Cedros Café cuenta con las certificaciones (Fairtrade, UTZ, USDA ORGANIC) necesarias, lo cual le permite tener más facilidad de ingreso al mercado.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Cómo realizar una exportación de café en grano verde al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021?

## **1.3. Trabajos Previos**

### **1.3.1. Internacional**

En un primer trabajo según Andrade (2014) llevo a cabo en su tesis titulado **“Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania”**, para optar el grado académico de licenciado de Negocios Internacionales de la Universidad de América Latina, México ubicado en la ciudad de Xalapa.

Además, muestra una breve síntesis del problema y la importancia del trabajo, ya que debido a los obstáculos que las personas o empresas atraviesan es por la falta de asesoramiento o capacitaciones sobre la comercialización internacional, no realizan un intercambio comercial; pero permitiendo la exportación esto puede generar un gran progreso financiero a los productores.

De acuerdo a los resultados de la investigación del autor determinó que, a través de la encuesta aplicada a los productores, el café coatepecano resulta ser viable para ser exportado, determinando la calidad y los cafés de altura son de calidad, aunque para realizar esto es necesario la unión de varios productores. El

transporte utilizado del municipio a Coatepec a la ciudad de Hamburgo es multimodal, vía marítima y terrestre de acuerdo al lugar de origen y de destino.

Se llegó a concluir que el café es uno de los principales productos que mayormente se produce en el municipio de Coatepec, determinado por la calidad y el aroma; el café Arábigo tiene una mayor demanda en el mercado de Alemania, siendo un país con mayor economía y principal importador de café. Las exportaciones de café tienen mayor economía, ya que, gracias a ellos muchas empresas conocen mercados y a su vez genera un incremento de ventas y nuevas relaciones comerciales.

En un segundo trabajo según Huerta, Sofía y Vázquez (2016) llevo a cabo en su proyecto titulado **“Plan de exportación para café Morenita Mía”** para optar título profesional en Doctorado en Comercio y Negocios Globales de la Universidad de Jesuita de Guadalajara-Tlaquepaque.

Además, el autor en su trabajo de investigación menciona que el objetivo principal es ayudar a la empresa de café Morenita Mía en la exportación de sus productos, analizando las tendencias, tamaño, información general de la industria del café. El proyecto permitirá la exportación de café en grano recién tostado al mercado europeo.

Asimismo, el resultado más relevante de su investigación se pudo analizar los tratados comerciales entre México y la Unión Europea. El café en Finlandia está creciendo, pero hay mucha preferencia por la marca líder Gustav Paulig, teniendo el 48% de ventas, marca mucha la tendencia y preferencia por el café gourmet, no se cuenta con un tratado en específico que ayude a la exportación del producto, esto hace que el producto sea demasiado costoso y se complica poder enviarlo a dicho mercado. Esto perjudica el precio y reduce el tamaño del mercado al cual se quiere llegar.

Los autores llegaron a concluir que dada la investigación se recomienda la empresa mejore el empaque para el café, es de suma importancia preservar mejor la calidad y este no pierda su esencia a la hora de ser exportado.

En un tercer proyecto de investigación según Luna y Murillo (2015) en su tesis titulada **“Plan de exportación para la comercialización de café de habas al mercado Alemán”**, para optar los títulos de Ingenieros Comerciales, de la Universidad Politécnica SLESEANA-Ecuador.

Además, los autores mencionan que Ecuador es un país diverso en producción agrícola, pero en su totalidad estos productos no son tan conocidos, es por ello que se desarrolló el plan de exportación para promover la expedición de productos no tradicionales como lo es café de habas.

Asimismo, el autor llegó al resultado más relevante que para tal efecto de este plan de exportación se consideró una negociación FOB, donde el importador en este caso se hace cargo de los costos que incurren en la importación del producto; y el exportador solo tiene que cerciorarse que la cantidad de producto solicitado este completa y bajo los parámetros adecuados que permiten el acceso del producto al mercado.

Los autores llegaron a concluir que, Alemania está enfocada en la calidad más que el precio, razón por la que fue elegido y se desarrolló el plan de exportación; el café de habas es un producto diferenciado frente a sus competidores directos e indirectos a nivel local, nacional e internacional.

### **1.3.2. Nacional**

En un primer trabajo de investigación según Elescano (2018) llevo a cabo en su tesis titulada **“Las exportaciones peruanas de café y el pilar infraestructura de la competitividad regional”**, para optar el título profesional licenciado en negocios internacionales, de la Universidad César Vallejo-Lima.

Además, el autor menciona que tuvo como objetivo principal determinar la relación de las exportaciones peruanas de café y el pilar infraestructura de la competitividad regional en el 2016. La investigación utilizada fue correlacional y diseño de investigación no experimental.

Asimismo, el autor llegó al resultado más relevante que las regiones con mayor participación exportación zona Apurímac y Arequipa, esto se debe a la mejora de producción y las regiones con menor participación fueron Amazonas, Ayacucho, Huánuco y Cuzco; esto se debe a la caída del volumen de exportaciones afectado por la plaga de la roya y por los cambios ocasionados por el fenómeno del niño.

El autor llegó a concluir que existe variación entre el volumen de exportaciones peruanas de café y la competitividad regional del factor, señalo que es favorable cuenta con buenas buena infraestructura en puertos y aeropuertos,

esto permite que haiga mayor volumen de exportaciones de café elevando la competitividad y facilita el acceso al mercado de destino.

En un segundo trabajo de investigación según Avalos y López (2018) en su tesis titulada **“Exportación de café a Alemania: El caso de la producción cafetalera del departamento de San Martín entre los años 2012 y 2017”**, para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-Lima.

Además, el objetivo principal del trabajo de investigación fue analizar las posibles causas de la caída en el nivel de exportación del café de San Martín al mercado de Alemania. Se recabo información a través de las herramientas web como TRADEMAP, SUNAT, Adrex Data Trade; asimismo, como la base de datos de las Cooperativas cafetaleras del departamento de San Martín.

Asimismo, el resultado más relevante de la investigación es necesariamente que una cooperativa cuente con certificaciones exigidas para el mercado de Alemania, ya que cobra mayor relevancia cuando se detalla las dos únicas certificaciones que todas las cooperativas logran adquirir sin mayor dificultad que es el café orgánico y Fair Trade; pero, sin embargo, al no contar con estas certificaciones y otras exigidas por el mercado no se logra la exportación de café.

Se llegó a la conclusión que, si bien el café es uno de los principales productos de las agroexportaciones del Perú en el sector cafetalero, principalmente en la región San Martín, pero viene atravesando dificultades para sobrellevar la devastación de las plagas de la roya, al mismo tiempo dificultad en la infraestructura de sus carreteras y vías de acceso y dificultad por acceder a todas las certificaciones exigidas por Alemania.

En un tercer trabajo de investigación según Alarcón (2017) llevo a cabo en su tesis titulada **“Exportación y capacidad de producción del café en el Perú en el Periodo 2008-2016”**, para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales, de la Universidad Cesar Vallejo-Lima.

En su trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la exportación y capacidad de producción de café en el periodo 2008-2016, utilizando el método no experimental, se midió los indicadores de exportación como el volumen, valor y precio, y de la capacidad productiva como el rendimiento, volumen y precio en chacra.

Además, llego al resultado más relevante que la calidad y el sabor del café peruano han conquistado los principales mercados internacionales, el año 2011 las exportaciones accedieron a US\$ 1,597 millones, por lo cual representa el incremento del 80% al periodo del 2010. Unos de los principales factores que impulsaron el incremento fueron los problemas que estaba atravesando los cultivos de Brasil y Colombia.

El autor llego a la conclusión que, dada a la hipótesis planteada en la investigación sobre la relación entre el volumen de exportación y volumen de producción de café ha sido positiva, ya que existe una relación muy alta entre estos dos indicadores, ya que el volumen de producción disminuye la cantidad de café exportado sufriendo una caída de precios.

### **1.3.3. Local**

En un primer trabajo según Rodríguez y Silva (2017) en la tesis titulada **“Propuesta de estrategias promocionales y su impacto en el crecimiento de las ventas en el mercado internacional de café orgánico de la Cooperativa Agraria Cafetalera CASIL LTDA-San Ignacio-Cajamarca 2016”**, para optar los títulos profesionales de licenciados en administración, de la Universidad Señor de Sipán Lambayeque-Perú.

Además, el autor menciona que el propósito de la investigación es asistir a ferias internacionales, por lo cual les permite exhibir, comercializar y vender directamente su producto; de la misma manera de conseguir nuevos contactos de potenciales compradores, ampliando la cartera de cliente de la cooperativa y ingresar a nuevos mercados logrando así el aumento de las ventas.

Asimismo, el autor llego al resultado más relevante que los países que pagan mejores precios son Estados Unidos, Canadá, Japón y Alemania, esto se debe a algunos diferenciales. Las ferias en las que se debería de participar son Specialty Coffee Association of América, Junta Nacional de Café y Gira de negocios a Canadá.

El autor llegó a concluir que durante los 5 años no han tenido un incremento considerado debido q que solo se ve una variación entre 1% a 2% entre el año 2014-2015, teniendo un promedio de 5060 quintales de café en los mercados diferenciales, por lo que este trabajo de investigación busca incrementar en un 30% en sus ventas.

En un segundo trabajo de investigación según Álvarez (2018) en su tesis titulada **“Estrategias de comercialización para la exportación de café al mercado de Estados Unidos, de la Asociación de productores cafetaleros Alto Parias, Chirinos-Cajamarca, 2017-2022”**, para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales, de la Universidad Señor de Sipán Lambayeque-Perú.

Además, el autor menciona que la investigación tuvo como objetivo principal diseñar estrategias de comercialización para lograr la exportación de café al mercado estadounidense, su enfoque está dentro de una estructura de tipo descriptivo y exploratorio con un diseño experimental, siendo la muestra no probabilística en relación a las entrevistas, cuestionario y análisis documental.

Asimismo, el autor llegó al resultado más relevante que el Perú se encuentra entre los 10 primeros productores de café en el mundo, en cuanto a la producción mundial, se debe tener en cuenta que Brasil produce café en grandes escalas como la variedad de robusta y en el Perú se produce arabica, esto se debe a las características del café resaltando el aroma, fragancia y cuerpo, ofreciendo mayor precio a la hora de poder comercializarlo. El café arabica peruano está regido a la bolsa de valores de Nueva York y mientras que la robusta está fijado al precio de la bolsa de valores de Londres.

El autor llegó a concluir que el diagnóstico y los resultados de la situación de la Asociación de Productores Cafetaleros Alto Pirias, no solo presenta producción y calidad satisfactoria de café, sino que presenta un buen desempeño organizacional, siendo que la asociación sea más competitiva y es muy favorable para que aplique estrategias de comercialización, logrando así la exportación directa.

En un tercer trabajo de investigación según Camacho (2018) en su tesis titulada **“Problemática de exportación de café orgánico a Italia de los pequeños productores de Bagua, 2018”**, para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, de la Universidad Cesar Vallejo-Lima.

Además, el autor menciona que la investigación tuvo como objetivo principal analizar si el presupuesto asignado al sector cafetalero de la provincia de Bagua por parte del estado peruano se puede considerar una problemática para los pequeños productores de café orgánico en la exportación de sus productos.

Asimismo, el autor llegó al resultado que las zonas cafetaleras no cuentan con una infraestructura vial adecuada, esto incurre en los costos al traslado de los productos hacia las zonas de acopia, a esto se suma más la falta de vías de comunicación, ocasionando distintos inconvenientes sufridos a causa de los fenómenos naturales e incrementando más los costos de producción.

El autor llegó a concluir que el problema que está afrontando los pequeños productores de café orgánico de Bagua afecta en su exportación de café de sus productos en el mercado de Italia, esto se debe a optar estrategias para obtener una mejoría en la producción de las nuevas tecnologías e innovación, para ello los productores reciben pocas capacitaciones, lo cual no les permite comercializar, afectando en el costo del producto.

#### **1.4. Teorías relacionadas al tema**

##### **1.4.1.1. Exportación**

###### **Exportación**

Según Mercado define que “la exportación es una venta que se realiza más allá de las fronteras arancelarias en las que está situada la empresa. Exportador es vender y solo vender. La misma tecnología usada para la venta debe ser utilizada para exportar” (p. 27).

###### **Finalidad de exportación**

“La actividad exportadora, es una venta y en la economía de mercado su principal objetivo, es lograr beneficios para la empresa que realiza las ventas de exportación” (p. 30).

###### **El producto**

Es el precio por el que se pretende satisfacer las necesidades y/o deseos del consumidor. Debe contener un nivel de calidad que se ajuste al precio, y un diseño que atraiga al comprador, además puede precisar de valores añadidos que también hay que ofrecer. (...) La empresa debe actualizar sus productos para adaptarlos a los cambios que se producen en el mercado. (Moreno G, 2014, pág. 74)

###### **Variedad**

###### **Café orgánico**

El cafeto pertenece a la familia de las Rubiáceas, al género *coffea* (nombre científico), que comprende alrededor de 60 países, de las cuales dos son las más

cultivadas: Arabica y Ceneophora (comúnmente económica como Robusta). Crece como arbusto bajo el entramado de las selvas tropicales. (Malca G., 2004)

Variedades: de todas las especies, solamente se cultiva diez, y de ellas, dos corresponden a más de 90% de la producción mundial: coffea arabica y coffea canephora (Robusta).

- **Coffea arabica:** se considera la especie de mejor calidad; por eso es generalmente la más cara. Se cultiva en América Central y Sudamérica, y en países africanos como Etiopía, Tanzania y Kenia. (...) El contenido de cafeína del grano es relativamente bajo, entre 0,9% y 1,5%. Es la más cultivada en el Perú y representa las siguientes variedades:

*Typica Craner:* abarca 35% de la producción nacional. Es apreciada por el tamaño relativamente grande de su grano; su calidad superior como bebida; y por su robustez frente a condiciones adversas de baja fertilidad y sequía, que la hacen ideal para los pequeños productores.

*Bourbon:* se caracteriza por tener un rendimiento más precoz que la Typica y su grano es de inferior tamaño.

*Caturra:* es una variedad mutante de la Bourbon, más productiva, pero con menor retención de los frutos maduros.

*Mundo Nuevo:* es productiva y tiene un alto porcentaje de frutos con una sola semilla.

*Catuái y Catimor:* tienen una alta productividad y son resistentes a la enfermedad de la roya amarilla.

- **Variedad Robusta:** produce granos redondos y gruesos, menos perfumados, más picantes y astringentes. Crece en África Central, en el sureste de Asia y en algunas partes de Sudamérica. En la industria, se considera menos sabrosa y aromática que la Arabica. (...) Produce una taza con el doble de cafeína que la variedad Arabica (entre 2% y un 4,5%) y con mayor acidez. Es la segunda más cultivada en el Perú. (Malca G., 2004, pág. 235)

### **Calidad de producto**

Es un conjunto de calidades de una cosa, por lo que su significado no lo expresa, lo que realmente se desea hacer sobresaltar y fomentar. (...) el producto debe sujetarse a las normas de calidad establecidas, lo mismo en el país de origen que en los de los importadores. (Mercado, 2006, pág. 158)

### **Factores que influyen en la calidad y tipo de café**

Los factores que determinan la calidad desde su producción hasta su transformación en café verde u oro son los siguientes:

- Las especies y variedades de café influyen en su sabor en taza, determinando su cuerpo.
- La altura y la altitud a la que siembra el café determinara su grado de acidez.
- La región en donde se produce determinara su aroma.
- Es importante que se coseche el café cuando este maduro y no revuelva café de diferentes alturas y madurez. (Figuroa H., Pérez S., & Godínez M., s/f, pág. 20)

### **En qué mercado exterior vender**

Antes de abrirse a un mercado, la empresa debe conocer el interés que tendrán sus productos, así como detalles tales como legislación y normativa sobre importación en el país al que se va vender, control de cambio o disponibilidad monetaria. (Moreno G, 2014, págs. 50-51)

### **La demanda y la oferta internacional**

Es importante la demanda del precio o similares, y la oferta existente en los mercados objetivos.

- a) En la demanda internacional intervienen factores como:
  - El potencial del propio mercado para producirlo.
  - La renta de los consumidores.
  - Las preferencias de los consumidores.
  - La relación calidad/precio.
- b) En la oferta internacional influye las características del producto, la capacidad de pago de los compradores y la cobertura de sus necesidades. La creatividad marca la diferencia con respecto a la oferta ya existente en un mercado.

### **La competencia**

Hay que conocer a los competidores y sus políticos con respecto a los factores que inciden en la venta del producto. Los factores preferentes son:

- La calidad.
- La presentación del producto.
- El sistema de distribución.

- El precio.
- La novedad del producto. (50-51)

### **Acceso de mercado**

La mayoría de veces, los obstáculos al comercio, existen en los mercados potenciales son muchos más importantes que los propios reglamentos nacionales para determinar los países es posible exportar.

- Derechos de aduanas y contingentes.
- Los derechos de aduana pueden afectar la competitividad de su producto frente a los fabricados en ese mercado.
- La influencia en la competitividad de su producto por abastecedores de terceros países, cuando están sujetos a otros aranceles.
- Se les debe tener en cuenta para calcular los posibles precios de venta.
- Impuestos de consumo. La aplicación de los impuestos internos puede ser importantes en la relación entre el costo y el precio de venta de un producto y, por consiguiente, en sus perspectivas de comercialización.
- Restricciones en materia de divisas. Algunos gobiernos controlan las divisas para la importación de bienes y servicios.
- Reglamentaciones sanitarias. En muchos países se imponen reglamentaciones sanitarias a la importación de mercancías (con fines de protección humana, animal o vegetal), en especial cuando se trata de alimentos o de otros productos que pueden entrar en contacto con la boca. (Mercado, 2006, págs. 97-99)

### ***Análisis de costos y precios de exportación***

El análisis de costos y precios de exportación se realiza para que la empresa pueda determinar la suma de los gastos que originan las diferencias acciones encaminadas a la exportación. De esa manera, la empresa podrá definir que estrategias de precios utilizará. (PDM, 2016, pág. 185)

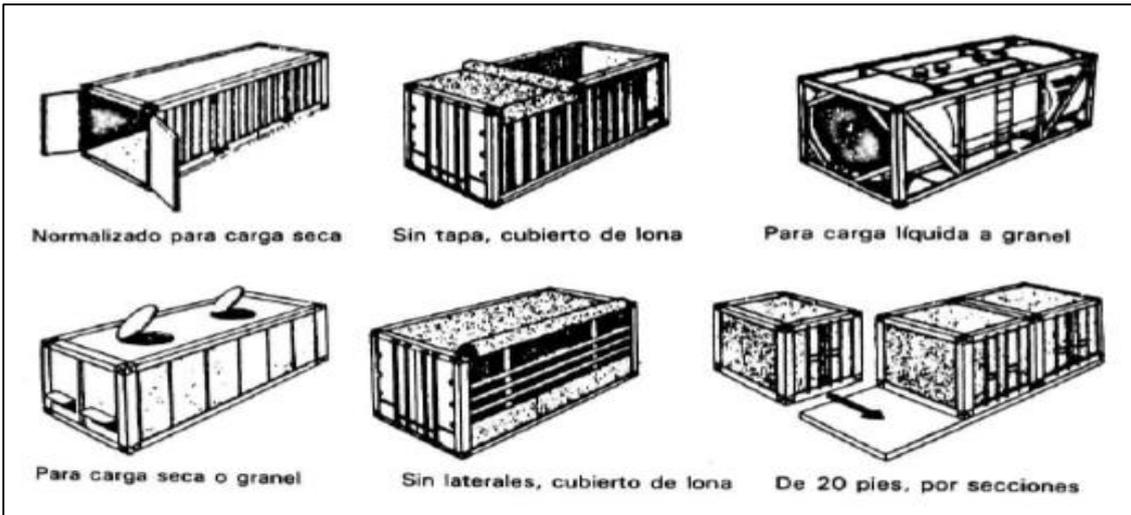
### ***Distribución física internacional***

#### ***- Características de la carga***

***Empaque:*** las características de un empaque adecuado para transportar mercancías seguras contra riesgo de todo tipo de manejo, incluyendo el de transportes, es la resistencia.

**Embalaje:** tipos de contenedores:

**Figura 1.** Embalajes de exportación. Tipos de contenedores



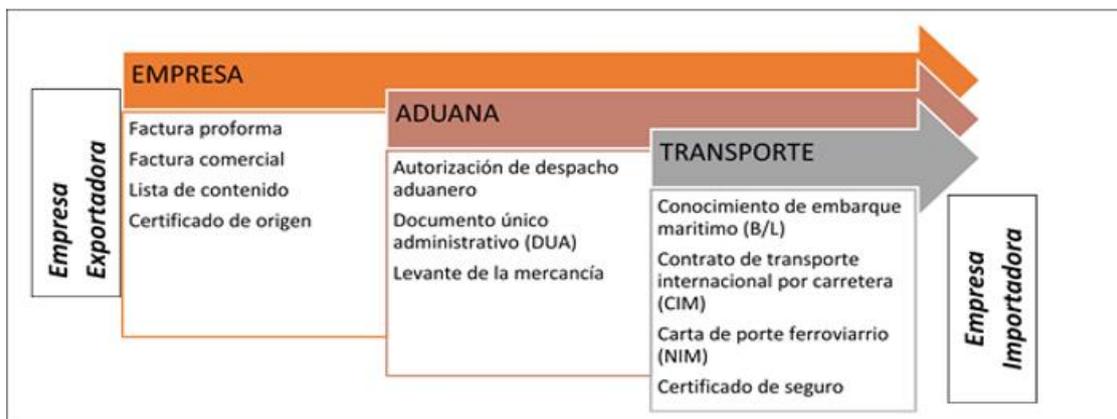
Fuente: Comercio Internacional I

– **Condiciones de venta-Incoterms**

García (2015) determina que “los Incoterms definen los derechos y obligaciones, evitándose las discrepancias que, como consecuencia de la existencia de una legislación común internacional, podrían darse en los diferentes países con respecto a las condiciones de entrega” (p. 100-101).

– **Manejo documentario**

**Figura 2.** Manejo documentario internacional.



Fuente: García, 2015

**Requisitos generales para Canadá**

Siicex (2016) determina que “las importaciones de Canadá deben cumplir con los requisitos de las leyes de permisos para la exportación; esta ley regula los permisos, certificados, regulaciones y licencias que deberán gestionar los

exportadores e importadores canadienses para sus operaciones de comercio exterior” (p. 20-21).

### **Coberturas del seguro de transporte**

Las coberturas proporcionadas por este tipo de seguro se clasifican:

**Cobertura de riesgos ordinarios:** Los riesgos ordinarios son aquellos que constituyen la esencia de póliza o contrato de seguro, que comprueba la existencia real de la protección otorgada a los bienes.

- Riesgos ordinarios de tránsito marítimo.
- Riesgo ordinario de transporte terrestre, aéreo y cambiado.

### **Cobertura de “todo riesgo”**

Se entiende que cobertura de todas las eventualidades a que se encuentran expuestos los bienes durante su transporte.

Los riesgos de infracción a cualquier ley, disposición de autoridad o reglamento, ya sea por parte del asegurado o bien por quien representa sus derechos.

- La naturaleza perecedera.
- La demora o pérdida del mercado.

**Cobertura de riesgos especiales:** son aquellos que mediante convenio expreso puedan cubrirse, y son entre otros:

- Guerra a flote.
- Huelgas.
- Alborotos populares.
- Conmoción civil.
- Piratería de capitán del buque o de su tripulación.

Existen ciertas coberturas que pueden con las coberturas especiales, y que no más que modalidades a las coberturas ordinarias, siendo las más comunes:

- Robo de bulto por entero.
- Robo parcial.
- Mojaduras de agua de mar o agua dulce.
- Contacto con otras cargas.
- Manchas y/o derramen.
- Roturas.
- Bodega a bodega.
- Variación en rutas. (Mercado, 2006, págs. 233-235)

### ***Riesgos de comercio internacional***

- a) El riesgo crediticio. Es el riesgo para la exportación cuando el importador no le paga.
- b) El riesgo de no entregar los bienes previos. El riesgo del importador puede ir desde la ausencia de entrega total, la cual puede incluir cajas rellenas de cualquier cosa, salvo lo esperado.
- c) El riesgo de malentendido sobre los derechos y obligaciones respectivas. Esto se da frente a operadores, que a menudo no hablan el mismo idioma o que no dominan de manera similar el inglés u otros idiomas.
- d) El riesgo de transporte. Este es uno de los más frecuentes del comercio, tratados de un camión, avión, de embarcación marítimo y/o fluvial, de tren o de transporte multimodal. Sufren daños o robos durante los transcurso de la travesía a de destino.
- e) El riesgo cambiario. Tanto los exportadores como los importadores, están expuestos al riesgo del tipo de cambio (moneda).
- f) El riesgo de eventos inesperados. Estos pueden tratarse de desastre naturales, huelgas y peores manifestaciones de comunicación social, terrorismo, guerra civil o guerra externa, entre otros.
- g) Diferencia riesgo legales y tributos. Las operaciones de comercio, suelen encontrar obstáculos, una serie de impuestos y aranceles, requisitos, embargo, leyes aplicables y jurisdicciones competentes y cláusulas de arbitraje internacionales.
- h) Diferentes riesgos operacionales, estos son: fraudes, la piratería internacional, corrupción, lavado de dinero, droga u otras sustancias ilícitas. (Belaunde, 2014)

### **Mecanismos de promoción comercial**

#### ***Misiones comerciales***

Las misiones comerciales, son una actividad que consiste en la visita de empresarios exportadores a mercados externos, a fin de mostrar la oferta exportable e identificar la demanda extranjera. Las misiones pueden incluir

rueda de negocios entre compradores y vendedores establecidos agendas de negocios. (Siicex, 2014, pág. 1)

### ***Ferias comerciales***

Las ferias son el lugar idóneo para enterarse de las últimas tendencias en materia de promoción y marketing, las últimas novedades en materia de equipos, envases, presentaciones y tecnologías. Además, esto es sumamente importante, sirve para enterarse de los que está haciendo la competencia. (Rodríguez A., 2016, pág. 12)

## **1.5. Hipótesis**

La exportación de café en grano verde al mercado de Canadá procedentes del Perú presenta un comportamiento positivo. El caso de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, 2018-2021.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Determinar la exportación de café en grano verde al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, 2018-2021.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

- Analizar las exportaciones de café en grano verde de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café realizadas al mercado internacional.
- Identificar las variedades peruanas de café en grano exportadas al mercado de Canadá.
- Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.

## II. MATERIAL Y MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de la investigación

Por las características de la variable de estudio la investigación se enmarca en un enfoque cualitativa; dado que, durante el proceso de la investigación, para la medición de la variable se consideraron los instrumentos como la entrevista para determinar la medición de la variable de estudio y el análisis documental para determinar las exportaciones de café en grano verde de la cooperativa. Además, la investigación es de tipo analítica-descriptiva porque solo se especifican los sucesos que ocurrieron y se vienen dando en la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café mediante su exportación de café en grano al mercado de Canadá.

Así mismo, el diseño de la investigación es no experimental, porque durante el proceso investigativo, no se manipuló la variable de estudio, es decir, ésta fue analizada e interpretada según los hechos observables en la realidad; con enfoque transversal puesto que la investigación permitirá conocer y describir los aspectos más relevantes en un solo periodo de tiempo de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café ubicada en la región Cajamarca, de la provincia de Jaén; permitiendo así que la Cooperativa realice la exportación de café en grano al mercado de Canadá.

### 2.2. Población

La población estuvo conformada por 2 grupos de personas, las cuales son:

Población uno: Un gerente General de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

Población dos: Ocho expertos del tema en Comercio Exterior.

Según Briones (2002) determina que “la población o universo denominado letra “N”, es el conjunto de unidades que comparten el colectivo en el cual estaría expuesto en el proyecto de investigación, formado por el hombre y mujeres” (p. 46).

### 2.3. Muestra

Según la unidad de análisis no ha sido seleccionado por muestra, sino, se ha tomado a toda la población, siendo esto que no haiga cálculo de formula.; puesto que estos grupos estuvieron oportunamente conformados de acuerdo las necesidades del estudio. Para tal

fin, la muestra estuvo constituida por las mismas unidades correspondientes a la población. Es decir:

Un gerente de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

Ocho expertos del tema de comercio Exterior.

#### 2.4. Instrumentos de recolección de datos

Durante la ejecución del presente trabajo de investigación el análisis de las exportaciones de Café en Grano al Mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, fueron empleadas las siguientes técnicas e instrumentos de estudio: análisis documentario/guía de análisis documental, y entrevista/guía de entrevista; los mismos se describen en la siguiente tabla:

**Tabla 1.**

Descripción de las técnicas e instrumentos de recolección de la información

<b>Técnicas/ Instrumentos</b>	<b>Aplicada a</b>	<b>Finalidad</b>
<b>Análisis documental/Guía de análisis documental</b>	La Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.	Extraer y reunir información con respecto a las exportaciones realizadas al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, de las cuales fueron fuentes confiables.
<b>Entrevista/Guía de entrevista</b>	Gerente de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.  8 Expertos de Comercio Exterior, a quienes se le formularon 15 preguntas de las cuales fueron cerradas y abiertas.	Recolectar información acerca de los indicadores que corresponde a la variable de exportación, además de medir los objetivos de la investigación.

*Fuente:* Elaboración propia.

#### 2.5. Justificación e importancia del estudio

**Factor económico:** Con el estudio del trabajo de investigación se logrará la exportación del café en grano al mercado de Canadá, determinando la demanda ya sea, por gustos o preferencias del consumidor canadiense, y de esta manera incrementar la oferta exportable en la región y así la cooperativa ingrese a un nuevo mercado, ya que

anteriormente solo ha comercializado a Europa, mejorando los estándares de calidad del producto y cumpliendo las exigencias del mercado.

**Factor social:** La Cooperativa necesitará capacitar más a los socios y trabajadores, para así desarrollar sus capacidades de producción y comercialización de café en grano de calidad, permitiéndoles mejorar en el ingreso y competitividad en el mercado, ya que, el Perú es uno de los principales productores y exportadores de café hacia el mercado de Canadá, Suecia, Alemania, Bélgica, EE.UU., y entre otros mercados.

**Factor personal:** Esta investigación permitirá ampliar habilidades y conocimientos, teniendo como referencia teóricos y prácticos con respecto al análisis de las exportaciones al mercado de Canadá, para mejorar las exportaciones en el Perú y al mismo tiempo ayudar a la cooperativa, lo cual se desarrollará nuevas ideas y oportunidades para el estudio, y así solucionar el problema que se ha desarrollado en el presente trabajo de investigación.

## 2.6. Variable y operacionalización

### 2.6.1. Definición de la variable

**Tabla 2.**

Definición de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Exportación	Según Mercado (2000) define que “la exportación es una venta que se realiza más allá de las fronteras arancelarias en las que está situada la empresa. Exportador es vender y solo vender. La misma tecnología usada para la venta debe ser utilizada para exportar” (p. 27).	La variable exportación, se medirá teniendo en cuenta 6 dimensiones: producto, mercado exterior, gestión exportadora, acceso de mercado, cobertura de seguro de transporte y eventos comerciales; estas a su vez serán medidas de acuerdo a indicadores establecidos cuyos planteamientos serán presentados mediante la técnica de análisis documental y entrevista; cuyos instrumentos fueron la guía de análisis documental y guía de entrevista respectivamente.

*Fuente:* Elaboración propia

## 2.6.2. Operacionalización de la variable

**Tabla 3.**

Operacionalización de la variable

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems de preguntas	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
Exportación	Producto	Variedad	2.1. y 2.2: Expertos de C.E.	Análisis documental-Guía de análisis documental / Entrevista-Guía de entrevista
		Calidad	2.3. y 2.4: Expertos de C.E.	
		Precio del café	1.1: Gerente de la Cooperativa 2.5: Expertos de C.E.	
		Marketing	1.10: Gerente de la Cooperativa 2.6: Expertos de C.E.	
	Mercado exterior	Demanda y oferta	1.4. y 1.5: Gerente de la Cooperativa	
		Competencia	1.6: Gerente de la Cooperativa 2.14: Experto de C.E.	
	Gestión exportadora	Análisis de precios de exportación	1.2. y 1.3: Gerente de la Cooperativa 2.11: Expertos de C.E.	
		Selección de precios de exportación	1.2 y 1.3: Gerente de la Cooperativa 2.11: Expertos de C.E.	
		Modalidad de pago	1.11: Gerente de la Cooperativa	
		Medios de transporte	1.8: Gerente de la Cooperativa 2.13: Experto de C.E.	
		Canal de distribución	1.15: Gerente de la Cooperativa 2.7: Experto de C.E.	
		Distribución física internacional	1.7: Gerente de la Cooperativa 2.12: Expertos de C.E.	
		Manejo documentario	1.9: Gerente de la Cooperativa 2.9: Expertos de C.E.	
		Acceso de mercado	Derechos e impuestos grabados Certificados y controles	
	Cobertura de seguro de transporte	Cobertura de riesgos	1.13: Gerente de la Cooperativa 2.10: Gerente de la Cooperativa	
Eventos comerciales	Ferias o misiones comerciales	1.16: Gerente de la Cooperativa 2.15: Expertos de C.E.		

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.7. Criterios éticos

Los criterios éticos para la ejecución del proyecto fueron los siguientes:

**Tabla 4.**  
Criterios éticos

<b>PRINCIPIOS DE CRITERIOS ÉTICOS</b>	
<b>Responsabilidad</b>	Se trabajó de la mano con la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, tanto con respecto y seguridad para la aplicación e intercambio de ideas.
<b>Valor de verdad</b>	Se realizó mediante la aplicación y uso de análisis documental y entrevista, para la obtención de los aspectos más relevante de la investigación, presentando datos verdaderos.
<b>Confianza</b>	Se generó un ambiente de tranquilidad de forma óptima con orientación a satisfacer las necesidades de los integrantes de la Cooperativa.
<b>Honestidad</b>	Se realizó la ejecución de las entrevistas elaboradas al gerente de la Cooperativa, y expertos de Comercio Exterior, existiendo transparencia y particularidad de ambas partes sean respondidas y no quede duda alguna sobre el estudio.
<b>Compromiso</b>	Se tubo compromiso profesional, cumpliendo con las normas establecidas por la Cooperativa.

*Fuente:* Elaboración de la autora.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Tablas

A continuación, se presentan los resultados de la investigación; los mismos responden a los objetivos propuestos de la investigación: (1) Analizar las exportaciones de café en grano verde de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café realizadas al mercado internacional, (2) Identificar las variedades peruanas de café en grano exportadas al mercado de Canadá (3) Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá. La información obtenida se logró básicamente a la aplicación de los instrumentos utilizados para la recolección de datos, estos fueron el análisis documental para la recolección de información de las exportaciones realizadas por la Cooperativa y identificación de riesgos para el ingreso a Canadá, con respecto a las 2 guías de entrevista, de las cuales una fue aplicada al gerente de la Cooperativa y otras aplicadas a los expertos en Comercio Exterior.

El análisis documental fue con respecto a las exportaciones del año 2017 de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, se obtuvo referente a la fuente de datos SUNAT Aduanas, además se pudo verificar con los datos e información brindado por el gerente de la Cooperativa, en el siguiente cuadro se visualizó los montos exportados a diferentes destinos, de las cuales fueron:

#### 3.1.1. Resultado de la obtención de aplicación de análisis documental a la Cooperativa de Servicios Múltiples

*Objetivo 1: Analizar las exportaciones de café en grano verde de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café realizadas a mercado internacional.*

En la siguiente tabla se muestra las exportaciones realizadas a los diferentes mercados más demandados, de las cuales se muestra a continuación:

**Tabla 5.**

Exportaciones del 2017 de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café

<i>Item</i>	<i>Exportador</i>	<i>Mes</i>	<i>Agente</i>	<i>Aduana</i>	<i>País</i>	<i>Fob \$</i>
1	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Agosto 2017	Asesoría y Gestión Aduanas Sociedad Anónima	y Paita	Belgium	71,117.48

2	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Agosto 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Sweden	67,336.70
3	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Diciembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Belgium	60,696.88
4	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Diciembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Germany	71,117.48
5	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Diciembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Portugal	57,791.25
6	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Diciembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Sweden	119,186.86
7	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Noviembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Sweden	157,413.58
8	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Octubre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Belgium	58,567.16
9	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Setiembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Belgium	71,117.48
10	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Setiembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Germany	213,352.43
11	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Setiembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	United Kingdom	73,703.14
12	Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café	Setiembre 2017	Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima	Paita	Sweden	488,454.49

**Fuente:** SUNAT Aduanas-2017

Elaboración propia

**Análisis:** La Cooperativa actualmente exporta a los principales países, como es: Alemania, Suecia, Reino Unido, Bélgica, Portugal, entre otros destinos; el mayor monto

exportado fue en el año 2017 del mes de setiembre siendo U\$ 488, 454.49 por lo que se ve que si cuenta con abastecimiento necesario para exportar hacia otros mercados.

Asimismo, también se muestra las exportaciones realizadas al mercado canadiense, en la siguiente tabla:

**Tabla 6.**  
Exportaciones realizadas a Canadá

<i>EXPORTADOR</i>	<i>MES</i>	<i>AGENTE</i>	<i>ADUANA</i>	<i>PAÍS</i>	<i>FOB \$</i>
<i>Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café</i>	Abril-2016	Geminis Aduanas S.A.	Paita	Canadá	36,169.58
<i>Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café</i>	Abril-2016	Geminis Aduanas S.A.	Paita	Canadá	55,523.25
<i>Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café</i>	Abril-2016	Geminis Aduanas S.A.	Paita	Canadá	72,412.73

**Fuente:** SUNAT-2016  
Elaboración propia

En la tabla 6 se muestra que la Cooperativa Cedros Café ha exportado a Canadá, por medio de intermediarios, actualmente no se está exportando hacia ese país. Los motivos por las que no se siguió exportando fueron por no contar con la calidad del café y no contar con los sellos y certificaciones que exige el consumidor para dicho mercado. Hoy por hoy si cuentan con los certificados que requiere para ingresar el mercado, el consumidor canadiense mucho valora cuando un producto está certificado o con un sello ya que garantiza que el producto cumple con las expectativas del cuidado y salud hacia la persona que lo consume.

### **3.1.2. Resultados de la aplicación a los expertos del tema de Comercio Exterior.**

*Objetivo 2: Identificar las variedades peruanas de café en grano exportadas al mercado de Canadá.*

En el segundo objetivo se tomó en cuenta identificar las variedades peruanas de café en grano, entrevistas aplicado a 8 expertos de Comercio Exterior que hayan exportado café al mercado canadiense, permitiendo de esta manera medir los indicadores propuestos para las dimensiones de la variable de estudio, acerca de las variedades, tipos, calidad y estrategias que se requiere para la comercialización del café en grano verde.

A continuación, se muestra la tabla de los datos personales de los expertos de comercio exterior entrevistados:

**Tabla 7.**

Relación de 8 expertos de Comercio Exterior en instituciones privadas y públicas

<b>N° Expertos de comercio Exterior</b>	<b>Nombre del experto C.E.</b>	<b>Empresa o Cooperativa</b>	<b>Cargo</b>	<b>Ciudad</b>
<b>Experto 1</b>	Carlos Alberto Ypanaque Estrada	CODEX PERÚ TRADE	Gerente y especialista en cafés en grano	Chiclayo
<b>Experto 2</b>	Rogger Orlando Moran Santamaría	ICOMEXPERU	Administrador y especialista en Comercio Exterior e Inteligencia Comercial	Lambayeque
<b>Experto 3</b>	Cesar Paucar	Regional en Chávez Asesores y consultores; y CODEX PERÚ TRADE	Coordinador y especialista en Comercio y Negocios Internacionales	Chiclayo
<b>Experto 4</b>	Danna Johana Jiménez Boggio	GERCETUR	Gerente y asesora en Comercio Exterior	Chiclayo
<b>Experto 5</b>	García Holguín Ronny Leónidas	Cooperativa de servicios Múltiples Cenfrocafe	Gerente general	Jaén
<b>Experto 6</b>	Javier Domínguez Arbilgo	Cooperativa Sol & Café	Gerente comercial	Jaén
<b>Experto 7</b>	Wilmer Omar Maluquiz García	ORIGIN COFFEE LAB. S.A.C.	Consultor, administrador de gerencia logística	Jaén
<b>Experto 8</b>	Luis Rogelio Revilla Polo	ECOTIERRA	Responsable de tráfico Internacional y especialista de comercio Internacional	Jaén

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 8.**

Variedades del café en grano

<i>¿Qué sabe usted acerca de las variedades del café en grano?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<b>Experto 1</b>	Hay diferentes tipos de variedades de café en grano, el Perú tiene Arabica en su totalidad, ya sea Bourbon, Catimor, Caturra, Geisha, cada uno particularmente cuenta: con una buena calidad en tasa, siempre y cuando lo sepan producir o dar un tratamiento adecuado,

	sobretudo el productor que haga bien las cosas en el proceso de la siembra y poscosecha.
<b>Experto 2</b>	Hoy en día en el tema de los cafés son muy exportados y el mercado peruano hay más de 2 tipos de variedades, de las cuales son: Robusta, Arabica y ahora que están los cafés especiales, por lo que son más requeridos por los mercados, por el simple hecho que tiene más calidad que otros; hay otros tipos de variedades que son enviados y lo envían con otro tipo de características y otro tipo de precio, de acuerdo al precio en la bolsa de valores.
<b>Experto 3</b>	Existen 2 especies de café de las cuales son: Arabica y Robusta. Sus variedades son: Caturra, Catimor, Pache, bourbon, Catuai y Geisha (se consume en Asia).
<b>Experto 4</b>	Existen diferentes variedades en todas partes del mundo, pero en el Perú tenemos variedades como el Arabica y el Caturra, que son las más conocidas y en su gran mayoría son exportadas.
<b>Experto 5</b>	En Cajamarca se está comercializando el 25% de la producción de Perú de las cuales las variedades son: Typica, Catimor, Caturra, Bourbon; pero también hay variedades nuevas que recientemente en las cooperativas están importando como es el Marsellesa, Costa Rica 95 y los Híbridos , la gran mayoría de estas variedades son realizadas en laboratorios o son importados.
<b>Experto 6</b>	En el Perú hay muchas variedades de café, pero por efecto de la roya se predomina el Catimor (no responde en calidad en taza, pero si da un rendimiento tanto productivo y en calidad de grano) mayor porcentaje de exportación, Caturra (amarillo y rojos, que si responden en calidad en taza), Bourbon, Typica (disminuyo por la roya) , entre otras que son Arabica, Costa Rica, Catuai y Pache.
<b>Experto 7</b>	En el 2011 el Perú tuvo un fuerte problema con un hongo que se llama la roya por lo que existen diversas variedades de café, de las cuales son: el 85% son de fincas de café Catimor (da peso pero no taza), Typica (hay muy poco), Bourbon (rozado), Caturra (rojo y amarillo es mejor en taza), y recientemente en estos años están los cafés Hibrido (H1), Marsellesa y Geisha ( que son los manolotes).
<b>Experto 8</b>	En el Perú hay muchas variedades, de las cuales las que más predominan son: Pache, Typica, Bourbon y Geisha; estas variedades dependen a la taza y de acuerdo a ello el cliente (importador) genera el perfil de la cooperativa o empresa. En el Perú hay subastas de las cuales son subastas de microlotes, las variedades que más predominan son: el Bourbon y Geisha, por lo que son tazas de excelencia para los mercados.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>Según las opiniones de los expertos, coinciden que las variedades de café que más destacan en la zona cafetalera de Jaén son: Bourbon, Catimor, Caturra, entre otras. Sin embargo, a diferencia de solo tres expertos (Carlos Ypanaque, Rony García y Wilmer Maluquiz) afirman otras variedades, estas son: Geisha, Marsellesa, Costa Rica 95 y los Híbridos, por lo que la gran mayoría son variedades importadas, estas son diferenciadas por la siembra de microlotes o manolotes (hoy en día se llama así). Las cooperativas o empresas, ya apuestan por estos tipos de cafés, haciendo que el Perú se diferencie con otros países, por cafés con más calidad debido a la taza (89 puntos a mas), gracias a</i>

---

*ello las organizaciones buscan a los productores que hayan ganado o sean reconocidas en participaciones internacionales.*

---

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 9.**

Tipos de café que se exportan en el Perú

---

**¿Podría indicarme cuáles son los tipos de café que más se exportan en el Perú?**

---

<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<i>Experto 1</i>	El Perú en su totalidad exporta Arabica (Bourbon, Catimor, Caturra y Geisha); esto va depender, uno es que son los cafés de tasa muy por debajo de 83 puntos y otros que son 84 para arriba determinados cafés especiales; estos hacen la diferencia en el mercado, por ejemplo, hay variedades que llegan hasta 92-93 puntos en tasa como es el Geisha (EE.UU.).
<i>Experto 2</i>	Las variedades más exportadas son el Arabica (origen de Colombia) y Robusta (origen de Brasil).
<i>Experto 3</i>	Los tipos de café que más se exportan son el convencional, orgánico (Fairtrade) definitivamente más y entre otros como son los cafés especiales (mejor en tasa).
<i>Experto 4</i>	Si se habla en presentación de café, es en grano verde en su gran mayoría del 90% son exportadas y es el café Arabica; los mercados más atractivos son Estados Unidos y Europa que son mercados que compran y quieren esa oferta exportable.
<i>Experto 5</i>	Las variedades nacionales son los Caturra, Catimor, el Bourbon, que son el Arabica. Brasil produce café Arabica y Robusta, si el Perú tuviera ventajas de suelos que tiene Brasil produciría un buen café, pero el 94% son las variedades ya mencionadas.
<i>Experto 6</i>	La gran mayoría de cafés se exporta de todo (Catimor, Caturra, Bourbon, Typica, entre otras que son Arabica, costa rica, Catuai y Pache) no hay una variedad exclusiva generalizado, lo que si se está haciendo ahora debido a la exigencias de mercado es zonificar e identificar algunas zonas (fincas productoras) que tengan alguna variedad en especifica que se produzca y responda en calidad en taza, para el cual hay algunas variedades que se asemejan en las características en taza, como es el Geisha, que es una variedad nueva en el Perú se está masificando y ha venido creciendo de manera muy importante (exportación). Los cafés convencionales es aquel que no necesita ninguna certificación y no tiene que ver nada con la calidad, un café se diferencia de un orgánico a un convencional, por el simple hecho que el otro tiene certificado; para esos tipos de café una entidad certificadora verifica que el café cumpla con las normas que establezca cierto certificado y si cumple todo se emite el certificado.

---

---

**Experto 7** Los tipos de café que más se exportan son el Catimor (muy poco para Canadá), Caturra y el Bourbon. El café se comercializa en tres series, de las cuales son: café orgánico, convencional, sostenible, calidad (tenemos cafés de taza estándar de 84 a 85 puntaje y los cafés especiales 86 a más en taza); los cafés de calidad (orgánico) son cafés que no se comercializan por el precio de bolsa de Nueva York (\$90 a \$100), es decir, es más que si la bolsa baje o suba, no va afectar en la oferta pero si en el dinamismo, ya que el café orgánico es precio de bolsa más el diferencial (que es el sello o certificado) de un más 30 o 50.

---

**Experto 8** Los tipos de cafés son: el orgánico que son los cafés certificados (UTZ y Rainforest), convencionales (grado uno, dos y tres) va depender de acuerdo a los defectos, y los microlotes. Las cooperativas ya tienen clientes específicos de que puntajes y que variedades desean, es por ello que las cooperativas entran en subastas, identifican a los productores (cultivan el Geisha y Bourbon) de las cuales hallan ganado premios de calidad en taza.

---

**Análisis del resultado** *En mención a las opiniones de los expertos sobre las variedades exportadas, comentan que el Perú en su totalidad se exporta el Arabica, pero para la venta comercial 4 expertos (Cesar Pascua, Javier Domínguez, Omar García y Luis Revilla) mencionan que existen categorías de cafés, de las cuales son: cafés especiales que son cultivados por encima de los 1300 m.s.n.m., además de tener características organolépticas (aroma, acidez y cuerpo); otros son los cafés de calidad que se consideran cafés especiales (porcentaje de taza alta); y por último están los cafés orgánicos que son los que están certificados, son los que hacen la diferencia de precios (se paga un precio de bolsa más el valor del certificado).*

---

**Fuente:** Elaboración propia

### **Tabla 10.**

Calidad de café de peruano para exportación

---

***¿Considera usted que el café peruano tiene calidad para su exportación? ¿Por qué?***

---

#### ***Entrevistados***

#### ***Opinión***

**Experto 1** El café peruano si tiene calidad para su exportación y sobre todo tiene para seguir mejorando día a día, siempre y cuando se sigan haciendo bien las cosas en el tema de producción, sobre todo depende como lo alimentan y cuidan a la planta, también depende de un análisis de suelos correcto para ver que nutrientes les falta, además de haber nuevas tecnologías que ayude al agricultor a la siembra del café.

---

**Experto 2** Si tiene calidad para su exportación e incluso viene el suizo, españoles y los demás mercados a verificar si las empresas cuentan con los requisitos para poder exportar.  
Se sabe que hay dos tipos de productos, uno es para el uso comercial y el otro es para el tema de consumo, para el consumo debe de tener su registro sanitario internacional, se da en Digesa a través de la VUCE y el

---

---

otro es para comercialización, no es tan indispensable, pero en algunos casos te lo piden, el producto va designado para usos industriales.

---

**Experto 3** El Perú definitivamente si tiene calidad para su exportación, ya que por años consecutivos ha ganado premios de calidad tanto nacionales como internacionales, sobre todo en los microlotes en cafés especiales (llegan a puntajes altos y de buena calidad). En el caso de cafés está yendo hacia ese mercado, porque la bolsa no ayuda en seguir comercializando cafés convencionales o contratos de combos que se llama a la combinación de Fairtrade con orgánico o viceversa, FTO; entonces los compradores optan por comprar cafés especiales, los productores se han dado cuenta de ello y ahora producen estos cafés (haciendo una mezcla de variedades y una combinación de tecnología sobre las fermentaciones controladas).

---

**Experto 4** El café peruano si tiene calidad para su exportación, pero para esto se tiene que preocupar el exportador por las certificaciones y sobre todos por los cafés especiales, porque ahora hay una tendencia bastante grande sobre este tipo de café, porque lo primero que te va a preguntar el importador es un café especial, si cuenta con certificaciones, si es un café orgánico, o de comercio justo, o que tenga Rainforest, entonces estos hacen la diferencia para su exportación, ya que calidad la tiene y lo que se debe de preocupar es por obtener las certificaciones. Un café puede tener a nivel de tasa bastante alta o buena, para ello tiene diferentes segmentos de mercados de las cuales son: el segmento de mercado grande, que solo les va a interesar los certificados y segmento de mercado pequeños que valoran más el nivel en tasa (89 a 100) que el certificado.

---

**Experto 5** El café peruano estuvo en el podio como primer productor de café orgánico, pero gracias a la irresponsabilidad de productores bajaron de categoría, por lo que se encuentran en el 3 país productor de café orgánico, esto se debe que los productores son orgánicos de día y convencionales de noche; esto quiere decir que le mienten al cliente que están produciendo un café orgánico cuando verdaderamente fertilizan con químicos, por lo que es un riesgo de las organizaciones que se tiene que trabajar, porque productor que se encuentra con químico esta fuera de la cooperativa (Cenfrocafe).

En el Perú en lo general está dividido en tres regiones que son la región Macronorte (Cajamarca, Amazonas y San Martín) conforman más del 60% de la producción del Perú, la selva central (Pichanaki y la Merced, Junín y Chanchamayo) están con 30% de producción, más al sur (Puno) 20% de la producción nacional. Pero ahora los clientes prefieren los cafés de Cajamarca de las cuales se encuentra en Jaén y San Ignacio, esto se debe al clima, taza, mejor manejo social y trazabilidad en grano.

---

**Experto 6** Claro que sí ha avanzado y justamente se debe a que las empresas dan al mercado todo lo que ellos quieren (estrategia), principalmente las zonas que más han avanzado son: San Ignacio y Jaén (calidad en café), lo cual lleva a que tenga una demanda; lógicamente que esto ha venido por procesos, ya que anteriormente el café no tenía una buena imagen de vida en esas zonas, esto se debió a que el exportador no le diera importancia a las exigencias del mercado, pero en fines del año 2000 comenzaron a trabajar las cooperativas; el trabajo que estas brindan era técnico a los productores, haciendo monitoreo o seguimiento para así cumplir con las exigencias del mercado, llevando a que la imagen del café peruano

---

	comience a tener un auge importante, gracias al tratamiento post-cosecha como en la preparación de los cafés listos para ser exportados.
<b>Experto 7</b>	El café peruano no hay calidad para su exportación, pero el Perú si se está siendo sentir, esto se debe a los productores, por ejemplo, solo un productor destaca en su calidad (gran premio el café que producen); la sostenibilidad es parte de la calidad. Las zonas que más calidad en cafés son: Cajamarca (Jaén y San Ignacio), Cuzco (mismo Cuzco, Quillabamba y Incahuasi), Puno (Sandia).
<b>Experto 8</b>	El café peruano si tiene calidad para su exportación, esto se debe al factor de competencia entre mercados y a la ola de los cafés especiales.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>En mención a las opiniones de los expertos determinan que el café peruano si tiene calidad para su exportación, esto se debe a las estrategias de mercado, a las nuevas tecnologías para uso del proceso de cultivo o fomentación del producto y que año tras año el productor haya ganado premios de excelencia por la calidad de sus cafés, por lo que el Perú demuestra que tiene excepcionales cafés, las principales zonas de estos productos son: Cajamarca (Jaén y San Ignacio), Puno (sandia) y Cuzco (Incahuasi). Asimismo, esto permite que a estas alturas de Perú pueda competir en calidad y volumen con otros países.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 11.**

Estrategias de calidad de café

<i>¿Cuáles cree usted que sean las principales estrategias que hace que el café sea de calidad?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<b>Experto 1</b>	Las principales estrategias son: tecnificar y ayudar que el productor pueda tener las condiciones necesarias para que se produzca un buen café, pues esto es lo necesario, además de tener secadores solares adecuados, manejo adecuado de producción, una trazabilidad correcta (desde donde sale el café, productor, zona, certificación, entre otros).
<b>Experto 2</b>	Mayormente las estrategias son: la altura que es la zona geográfica donde se siembra el café y Cajamarca es uno de los principales exportadores, al igual que Lambayeque (Pronatur) y también está la implementación de requisitos que solicita el estado, como por ejemplo: las buenas prácticas agrícolas o manufacturas, las capacitaciones que hacen las empresas a los productores (producto de calidad) y ahora las empresas tiene su área de captación lo cual hace que la selección de los productos sean buenos y sean designado a un mercado internacional.
<b>Experto 3</b>	Las cooperativas manejan las estrategias de tema de calidad asesorando o dando capacitaciones a los socios, esto tiene una mejora en la producción de café, permitiendo obtener un café de tasa alta, de las cuales son llamados cafés especiales. Otro punto es la ubicación en altura de la zona, porque entre más altura es mejor la calidad, aroma y sabor del producto.
<b>Experto 4</b>	Hay diferentes tipos de estrategias de las cuales son: estrategias comerciales, estrategias de marketing y logísticas. Las estrategias que hacen que el café sea de calidad son las certificaciones (café orgánico,

---

	comercio justo y Rainforest) entre más certificaciones tiene una café, mayor va ser el valor; ya que el café es commodity el precio está determinado por la bolsa de valores, pero eso es un precio base, por ejemplo yo puedo ser un empresa exportadora y se va suponer que el precio en la bolsa de valores se va encontrar en 120 el quintal, pero si la empresa tiene orgánico se suma 30 puntos más, entonces ya no va ser 120 sino ya lo exporta a 150, y si tengo un Fairtrade o comercio justo se le puede sumar 20 puntos más sería entonces sería 170; entonces cada certificación que tenga la empresa exportadora es un plus adicional para el precio internacional.
<b>Experto 5</b>	Las estrategias para que grano sea de calidad depende del proceso pos-cosecha, por lo que el productor es el responsable de brindarle la calidad en grano, es decir, si como empresa no se ha implementado infraestructura productiva, herramientas de cosecha y pos-cosecha para el productor implementa en su finca, no se va poder obtener un café de calidad, entonces el secreto está en todo lo que es pos-cosecha; si la cooperativa implementa al socio con su tanque tina, secador solar, con su maquinaria de despulpado, con su tratamiento de aguas residuales y capacitación (tema fermento del grano) se puede obtener un café de calidad. La calidad se mide más en función del cuidado del pos-cosecha más que a la variedad, se puede obtener un café Geisha.
<b>Experto 6</b>	Las estrategias son: conocer al producto y dar al mercado lo que ellos quieren y no lo que yo quiera dar; nunca se debe de decir al cliente que el producto es bueno, ya que él te lo debe de decir (perfil del producto). Para que el café sea de calidad, una de ellas es que el productor siga el acompañamiento de la asistencia técnica de los promotores o ingenieros (fermentación del café), además de tener una buena infraestructura (tanquetinas, infraestructura de secado y despulpadoras), esto permite que el técnico monitoree al productor y se adapte a las exigencias del mercado.
<b>Experto 7</b>	En el Perú hay bastante que hacer en el tema de calidad (se da en la práctica). La estrategia de calidad del café se debe a las capacitaciones que las empresas le dan, otro es que el café tenga certificaciones y que el café tenga un diferencial (satisfacer las necesidades del cliente).
<b>Experto 8</b>	Las estrategias de cultivo depende del cultivo, como lo cosecha el agricultor, el abono, o los implementos que muchas veces hay ingenieros agrónomos que asesoran la parte técnica a los agricultores para que el producto sea óptimo a exportación; también el tema de café bajo (cubre de los rayos solares) sombra a través de implementación de árboles con la finalidad de que la vida útil del café sea un poco más prolongada.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>Según los expertos mencionan que las principales estrategias son: las zonas geográficas donde se siembra el café y la siembra bajo sombra (plantación de árboles), implementación de tecnología (siembra, fermentación, despulpado, secadores solares) y capacitaciones e acompañamiento técnica de agrónomos hacia el agricultor. Además, uno de los expertos (Javier Domínguez) menciona que la estrategia en particular que debe de tener en cuenta el exportador, es dar al mercado lo que ellos quieren, ya que de acuerdo a lo ofrecido (ferias o misiones comerciales) el cliente determina el perfil del producto.</i>

---

**Fuente:** Elaboración propia

*Objetivo 3: Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá*

Se tomó en cuenta para esta investigación la medición del tercer objetivo, se utilizó como instrumento la misma guía de entrevista aplicada a los 8 expertos de comercio exterior; permitiendo de esta manera calcular los indicadores propuestos para las dimensiones, para ello, se pudo identificar el precio en el mercado nacional e internacional, Incoterms, principales empresas influyentes en los niveles de competencia, características de la carga, documentos requeridos para la exportación, estrategias de comercialización, intermediarios comerciales, sellos o certificaciones, los principales riesgos de exportación que se deberá de tener en cuenta para el ingreso al mercado canadiense y las ferias para la exhibición del producto.

Los resultados se muestran a continuación:

**Tabla 12.**

Caída del precio del café en el mercado nacional e internacional

<i>¿A qué cree usted que se deba la caída del precio del café en el mercado nacional e internacional?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<i>Experto 1</i>	La caída del café se debe básicamente por la bolsa de valores, ya que el café siempre se va regir por este factor, en el tema de café poco a poco ha ido incrementándose ya sea por los volúmenes y calidad. Los cafés especiales rompen el esquema de bolsa de valores, por ejemplo, un Fairtrade o un orgánico te pagan bolsa de valores más 15, más 20, más 30, esto es si tienen diferentes certificaciones, mientras más sellos tenga el producto es un plus adicional que paga el cliente a esto se le llama mercado combo. En el tema de cafés especiales es diferentes, comienzan a subir los precios exorbitantemente por cada puntación que valla teniendo el café, esa es la gran diferencia que hay, ya que la gran mayoría de productores apunta por los cafés especiales, porque son los que pagan más y obtienen una mayor rentabilidad.
<i>Experto 2</i>	En el tema de precio de café, depende de la bolsa de valores, demanda, pero aun así aunque el precio baje sigue siendo atractivo la venta de café, esto seguirá siendo rentable para el productor y exportador.
<i>Experto 3</i>	Esto es un tema a nivel mundial, eso lo maneja la bolsa de valores de New York y esta es manejada por grandes jugadores, en este caso los productores mexicanos protestan en ese sentido, porque el principal productor es Nestlé a nivel mundial. En el caso del Perú relativamente no resulta ser rentable, porque producimos más orgánico que especiales.

---

**Experto 4** En la realidad el precio del café ha bajado en la bolsa de valores y está siendo negativo el porcentaje del valor del café, la razón no se tiene exactamente definida por el simple hecho que la producción es la misma, siendo mayo la campaña de café y en la región Lambayeque también hay zonas productoras de café, pero actualmente se están viendo afectados por el tema del precio. Anteriormente esto se debió al problema de la roya, afectando a la producción e eso hizo que el café peruano no sea aceptado en el mercado exterior y entonces el importador prefirió buscar cafés en los diferentes mercados que es Colombia, Brasil, entre otros mercados productores.

---

**Experto 5** La caída del precio de café se debe a que primero el café es un commodity y se vende a la bolsa de valores de Nueva York su precio es \$80.00 a \$90.00 (actualmente), sin embargo, el exportador tiene que comprar en el mercado local (precio de plaza) tiene que ofrecerse un precio que sea competitivo al resto de otras organizaciones que estén comprando, y no es tanto que este bajo de bolsa, sino que, eso es su precio. Los costos de producción están a la par con el precio de venta, significa que están en desventajas. El productor no le resulta sembrar café, porque el precio de venta está muy por debajo del precio de producción, el producto no puede hacer nada por el precio. El mercado mundial de las grandes corporaciones han hecho que produzcan en grandes cantidades y no se valore la calidad, por lo que el importador opta por ir a estos países donde el precio de producción este más barato (Brasil, Honduras, entre otros países) lo cual genera que el precio en bolsa se vea disminuido.

---

**Experto 6** El café es un commodity por lo que este cotizado por el precio en la bolsa de valores y es por eso que en el Perú es un precio aceptante en el mercado internacional, por lo que el exportador hace los diferenciales, esto significa que hacen algo más para que el precio sea mayor, esto se debe a las certificaciones (café Orgánico, Comercio Justo, Rainforest, UTZ y Practices) que le dan un valor más al café y a la calidad en taza (mercados pequeños); por ejemplo el café convencional se vende a precio de bolsa que es \$ 90 más 10 (certificación), lo cual equivale \$ 100 precio FOB (café puesto en la nave o puerto).  
Esto también se debe que Brasil es el país más importante en el tema de café (productor), a nivel mundial se estima que la producción está entre 150 billones, de la cual 63 millones es producido por Brasil, Vietnam 30 millones, Colombia 13 millones, Perú 4 millones y Honduras, esto ha llevado que el precio de café caiga, el principal factor es que haiga una sobre oferta (está basada en la producción más los inventarios de café).

---

**Experto 7** El café es un commodity y esto está determinado por el precio de la bolsa de valores, los factores que intervienen en el precio son el precio de bolsa, costo de producción (son muy elevados) y la sobreproducción de café (tanto en Brasil, Colombia, Honduras y Vietnam) en los mercados. En lo que es café peruano hay un descalce comercial, lo que significa que al productor vende muy alto en el mercado (orgánico o especiales) que en el precio que está en la bolsa, el mercado del café esta contraído por el tema de precios.

---

**Experto 8** La caída del café se debe a diversos factores de las cuales son: la sobre producción (abundancia) del café que hay en los mercados, países

---

	potenciales que tengan un volumen alto de oferta y sobre stop, hacen que el precio baje. El principal país de producción alta es Brasil.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>En mención a las opiniones de los expertos mencionan que el precio del café está determinado por la bolsa de valores, por ser un commodity y a su vez el precio no es muy competitivo hoy en día, esto se debe a la sobreproducción mundial de café por la existencia de grandes exportadores (Brasil, Vietnam, Colombia y Honduras) e hizo que solamente se valora su volumen más no la calidad. Año tras año se ha venido trabajando en el Perú los diferenciales, esto es bolsa de valores más el valor del certificado (Rainforest, Comercio Justo, UTZ, entre otros certificados que demande el país importador), debido a los diferenciales es que el precio no se ha visto tan bajo.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 13.**

Incoterms para la exportación de café al mercado de Canadá

<i>¿Cuál considera usted que sea el Incoterms más conveniente para la exportación de café en grano a Canadá?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<b>Experto 1</b>	El Incoterms más conveniente y más utilizado por el exportador es FOB, pero hay veces que esta cadena se rompa, esto depende que los clientes lleguen directamente a las parcelas o chacras del productor, en este caso son los tostadores le compran el café directamente al productor, mayormente esto se da al café diferencial (calidad, sabor y les da una puntuación en tasa más alto) lo cual hace que compren directamente al productor y no a la cooperativa, y el Incoterms suele ser en EXW.
<b>Experto 2</b>	Las empresas mayormente exportan en termino FOB, pero envían su producto a granel, a través de un transporte interno llega a Paita (almacén y luego pasa al container). Otro es el termino EXW, cuando no conoce el tema de logística el exportador.
<b>Experto 3</b>	El Incoterm más adecuado es el DDP (a la puerta del cliente) pero la logística es muy complicado esto dependerá del volumen y la calidad, otro sería el FOB (borde de buque).
<b>Experto 4</b>	Regularmente se vende en Incoterm FOB (la mayoría de exportadores) y otra alternativa sería el CIF.
<b>Experto 5</b>	El exportador es libre de escoger la modalidad de exportación (Incoterms) que más se adecua, pero en la gran mayoría de cooperativas utilizan el Incoterm FOB; también hay empresas que lo hacen EX WOR (el importador venga a planta y este se lleve el café de la misma zona de producción).
<b>Experto 6</b>	Muchas empresas tienen como referencia la bolsa de Nueva York, por lo que está un contrato estandarizado para el café, allí está el precio referencial de bolsa (100 libras o quintal de 46 kilos) y te indica también cual es el Incoterms de referencia que es el FOB (café pasada el borde de la nave).
<b>Experto 7</b>	El Incoterms más utilizado por los exportadores es el FOB.

<b>Experto 8</b>	El Incoterms más conveniente es el FOB, tanto para empresas privadas y cooperativas, ya que es por medio de negociación que tenga, el exportador con el importador.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>En mención a las opiniones de los expertos determinan que el Incoterms más utilizado para la exportación de café en grano verde es FOB, lo cual significa que el exportador entrega la mercancía a borde del buque y a su vez ayuda que los costos logísticos sean menores. Además, también mencionan los expertos (Carlos Ypanaque, Rogger Moran y Ronny García) que se comercializa en EXW (solo en fabrica), esto se debe a que el importador visita las zonas o fincas del productor principalmente para los cafés especiales. Pero solo un especialista (Cesar Paucar) menciona que también es el DDP pero por temas de costos le resulta difícil al exportador.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 14.**

Empresas o cooperativas que influyen en niveles de competencia en exportación

<i>¿Tiene usted conocimiento alguno sobre las principales empresas o cooperativas que exporten café en grano y cómo influyen estas mencionadas en los niveles de competencia en exportación?</i>	
<b>Entrevistados</b>	<b>Opinión</b>
<b>Experto 1</b>	Hay muchas empresas y cooperativa exportadoras de café, de las cuales son: Perales Huancaruna es la principal empresa exportadora del Perú, ellos exportan cantidad y no calidad, también están Cooperativa Sol y Café, Cenfrocafe, Prosperidad de Chirinos, Norandino; de las cuales se encuentran ubicadas en Cajamarca, y en el Sur se encuentra Pangoa (tienen diferentes características).
<b>Experto 2</b>	Empresas en Lambayeque son: Pronatur Jaén: Cooperativa de Servicios Múltiples Cenfrocafe, Cooperativa Agraria de servicios Múltiples Selva Andina, Norandina, Cooperativa, muchas de ellas trabajan en el tema de competitividad y trabajo en equipo.
<b>Experto 3</b>	En el Perú se pueden clasificar en dos grupos, de las cuales son: el primero son los Trade los que compran café a Perales Huancaruna; y luego están las Cooperativas, estas vienen a hacer Cenfrocafe, la frontera, Volcafe y Louis Dreyfus Company.
<b>Experto 4</b>	Se tiene a las zonas Nor oriental que son: Cenfrocafe, CAC Bagua Grande, CEPICAFE, sobre todos están localizadas como cooperativas de cafés la gran mayoría en Jaén y Bagua; pero en competencia en realidad hay mercados y no se debería de ver como competencia, sino como complemento y si hay otra cooperativa que quiera exportar tendría que ver el tema de calidad y certificaciones.
<b>Experto 5</b>	En la zona de Jaén hay más de 120 organizaciones pequeñas que exportan café en grano entre 10, 000 hasta 2 000 quintales, pero en organizaciones grandes esta Perales Huancaruna que exportan 1 millón de sacos, comercio y compañía 600 mil quintales, Dreyfus o Coinca 400 mil quintales, Cenfrocafe 300 mil quintales, Volcafe, Sol & Café y Norandino, entre otras que no son tan conocidas.

<b>Experto 6</b>	En la zona de Jaén hay muchas cooperativas y empresas (grandes o privadas) de las cuales son: Perales Huancaruna, Comercio Y Compañía, Pro del Sur o Volcafe, Dreyfus y Cooperativas son: Cenfrocafe, Norandino, Prosperidad, Selva Andina. La competencia influye en buscar la eficacia y eficiencia, porque ayuda a mirar lo que el otro está haciendo y aplicarlo de acuerdo a la realidad, también es lo malo para prevenirlo o evitarlo. La competencia internacional es Honduras, esto se debe a los factores de calidad (clima, suelos, sabor y variedades)
<b>Experto 7</b>	Las principales empresas que exportan son: Hola café y Perhusa que es Perales Huancaruna, Cenfrocafe y Sol&café. En teoría las Cooperativa y organizaciones no deberían estar en competencia, por el simple hecho de la unión, integración y cooperación, por lo que en el Perú hay poco cooperativismo.
<b>Experto 8</b>	Las principales cooperativas son: Cenfrocafe y sol&café. Empresas privadas son: Hola y Huancaruna.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>En mención a las opiniones de los expertos determinan que en la región de Cajamarca existe mucha competencia es el rubro del café en grano verde, por lo que las más conocidas son: Perales Huancaruna, Sol&amp;café, Cenfrocafe, Noandino, Dreyfus o Coinca, entre otras, estas ya están posicionadas en el mercado internacional, estas organizaciones son conocidas por su volumen de exportación y calidad en taza ofrecido al mercado. Dos expertos (Danna Jiménez y Wilmer Maluquiz) mencionan que no se debería ver como competencia a las organizaciones, sino como complemento (error que comente no se vuelve a repetir), unión e integración.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 15.**

Características de la carga para el café en grano verde

<b><i>¿Cuáles son las características de la carga que usted utilizaría para exportar café en grano a otro mercado?</i></b>	
<b>Entrevistados</b>	<b>Opinión</b>
<b>Experto 1</b>	Las características son: sacos de yute, esto dependerá si es orgánico le colocan una bolsa de protección grainpro esto se coloca para que el café no pierda su aroma, calidad y sobre todo no haiga contaminación en el producto con el contenedor. El contenedor es de 40'' y poco son a granel por el tema de contaminación.
<b>Experto 2</b>	Las características de la carga son: a granel (mayormente se da para ahorrar el espacio) y contenedor de 40'' seco. Envase es básicamente en yute de 50 Kg o menos, dependerá del cliente y también es el big bang.
<b>Experto 3</b>	Van en sacos de polipropileno cerrados y envueltos en sacos de yute de 69 Kg, y el contenedor es DRY de 20'', pero también hay algunos compradores de la Gepa-Alemania ellos compran de contenedores de 40''
<b>Experto 4</b>	Las características de la carga regularmente se van a pedir al exportador en sacos de 69 kg y se puede traer en dos tipos de carga, estos pueden ser en sacos como tal o a granel; si hablamos de sacos, estos pasan por un puerto de Estados Unidos y de las cuales son 250 sacos de yute por

	<p>contenedor, estos van con las marcas que haya indicado el cliente, con las certificaciones que tenga la cooperativa y todas esas marcas si las tiene que aprobar el importador, aparte la cámara o ICO o la junta nacional de café te dan una marca que debe de estar registrada en ese saco que es un código.</p>
<b>Experto 5</b>	<p>Las características de la carga para el café en grano en lo general es saco en yute, también son a granel y sacos Big Bag (1 tonelada), y algunas empresas por lo general llevan en sacos de polipropileno que es al mayor (mayoreo) que es simplemente una venta directa de cafés de segunda (cafés convencionales); en cada saco viene marcado un número de venta y lote, un código (tanto del importador como el exportador) de la cual sea identificado el vendedor y el cliente, fecha de proceso, marca o nombre con la que quiera estar vendiéndolo; contenedor de 20” y 40”.</p>
<b>Experto 6</b>	<p>Las características de la carga son: el café se exporta en grano verde seco, sacos de yute e incluso los cafés especiales van en una bolsa especial que se llama Grainpro (bolsa hermética) o Ecotact más el saco de yute prácticamente va en doble bolsa; el café va entre 10.5 a 11.5 de humedad y contenedor de 20” seco.</p>
<b>Experto 7</b>	<p>Las características de la carga son: saco de yute (se importan de la India) más la bolsa Grainpro (café de calidad y no se envía a granel), saco de polipropileno (sacos de campo), sacos de yute (si acaso no es buena la calidad), a granel o también que son los Big Bag; también son: cajas (presentación de Panamá y Nicaragua) con sellado al vacío (ponen la bolsa plástica y le sacan todo el oxígeno), bolsa de papel; esto se debe a como el exportador (empresa o cooperativa) quiere hacerse conocido en el mercado y a su vez tenga la inocuidad del producto tipo de cliente (café descafeinado, soluble y de calidad).</p>
<b>Experto 8</b>	<p>Las características de la carga son: Envase: se exporta en sacos de yute (tiene un gramaje entre 500 a 600 gramos pesa cada saco de yute) por lo que la gran mayoría se importan de la India y pesa 69 kilos, un contenedor lleva un promedio de 275 sacos, también son bolsas especiales que son Grainpro (bolsa hermética) o Ecotact de las cuales mantienen la calidad del producto y de eso se debe a que el cliente negocia con esas características. Se exporta en contenedor a granel que son los big bag (sacos gigantes).</p>
<b>Análisis del resultado</b>	<p><i>En mención a las opiniones de los expertos comentan que las características de la carga se envían café en grano verde, sacos de yute más bolsas especiales que son los Grainpro y a granel, o sacos grandes que son los Big Bag, contenedor de 20” a 40”.</i></p>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 16.**

Medios de transporte a Canadá

<i>¿Cuáles considera usted que sea el medio de transporte más adecuado para la exportación de café en grano a Canadá?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<b>Experto 1</b>	<p>En la gran mayoría de transporte para el café en grano son en vía marítima más barato, por el tema de costos, otro es aéreo por el simple hecho que</p>

	los clientes lo catan y les pareció el máximo y tienen facilidades de pago, dependerá del cliente y la calidad.
<b>Experto 2</b>	El medio más adecuado es el marítimo, porque el costo es menos y el tiempo depende a las rutas (por ejemplo: Paita o Callao) se puede verificar en SEIREC.
<b>Experto 3</b>	El más adecuado es marítimo por el simple hecho que es el más barato.
<b>Experto 4</b>	El mercado canadiense es peculiar, porque tiene que verificar la forma que vas a ingresar a ese mercado, uno es el medio de transporte, por ejemplo, si se envía esa carga vía marítima se tendría que verificar algún puerto canadiense o sino se recalca en un puerto estadounidense y si se descarga en un puerto estadounidense el peso es menor a lo enviado, eso se tendría que verificar.
<b>Experto 5</b>	El transporte más adecuado por el simple hecho de temas de costos, es el marítimo.
<b>Experto 6</b>	El transporte más educado es el marítimo por el tema de costos, ya que el aéreo es muy costoso.
<b>Experto 7</b>	El medio de transporte más adecuado es el marítimo, pero para en caso de los microlotes es el aéreo dependiendo al tipo de cliente quien te lo compre, y Canadá se está encaminando por los cafés especiales, por lo que se envía poco volumen, esto se debe a que hay una franja americana y francesa por lo que hay dos culturas diferentes.
<b>Experto 8</b>	El medio más adecuado es el marítimo (por temas de cortos) y el aéreo en el caso de cafés especiales (por el simple hecho que te van a pagar más por el café).
<b>Análisis del resultado</b>	<i>La mayoría de los expertos mencionan que el más conveniente es el marítimo, por el simple hecho que se envía mayores volúmenes de carga y el flete es más económicos; pero solo dos expertos (Wilmer Maluquiz y Luis Revilla) mencionaron que es el aéreo, la razón depende al tipo de cliente (importador) o tipo de café que se está comercializando. La experta Danna Jiménez menciona que para el caso de transporte a Canadá puede ser de dos formas tanto marítimo como terrestre, ya que para ingresar a Canadá se tiene que pasar primero por el puerto de Estados Unidos para después ser enviado por terrestre y llegue al país de destino.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 17.**

Documentos para exportar a Canadá

<b><i>¿Cuáles son los principales documentos que se requiere para exportar café en grano a Canadá? Mencionalos.</i></b>	
<b><i>Entrevistados</i></b>	<b><i>Opinión</i></b>
<b>Experto 1</b>	Los documentos son: los documentos de las certificaciones, DUA, Factura, BL, Packing list, fitosanitario que son necesario para el tema de pagos del contenedor.
<b>Experto 2</b>	Los principales documentos son: el registro sanitario internacional, factura y la DAM, Conocimiento de Embarque, Pasking List y auto tarja.

<b>Experto 3</b>	Los documentos son el BL, el Booking (si encaso no es un contenedor completo), certificado de origen entre otras que requiera el contrato de acuerdo a lo establecido, pero en caso de cafés especiales no hay certificaciones.
<b>Experto 4</b>	El mercado canadiense no es un mercado muy exigente en cuanto a documentación básicamente lo que se necesita en documentos son: factura comercial, si el café en grano verde va vía marítimo se tiene que tener el BL, un certificado de origen porque se tiene un TLC con ellos para que se pueda acoger a los beneficios arancelarios, también si en caso te lo solicite el cliente es un certificado fitosanitario porque hay mercados en las cuales no te lo van a solicita el certificado fitosanitario para el café, y también es el certificado ICO.
<b>Experto 5</b>	Los documentos que se requieren para la exportación de café son: factura comercial, BL, Packing list, certificado fitosanitario, certificado de origen (auto certificable).
<b>Experto 6</b>	Los principales documentos son: factura comercial, fitosanitario, packing list o cuando el café va en sacos tiene que ir el certificado de peso, BL (conocimiento de embarque), certificado de origen que es autocertificado esto es gracias el TLC que tenemos, acompañado con un certificado de origen que emite la organización internacional del café en el Perú está acreditado por la Cámara Peruana de Café, Adex o la Junta Nacional del Café (emiten el certificado) y los certificados que requiera para el País.
<b>Experto 7</b>	Los documentos principales son: el certificado de origen, fitosanitario, la acreditación COR, BL y Factura comercial.
<b>Experto 8</b>	Los documentos de exportación son: la factura comercial, BL, Packing list, certificado ICO, certificado de origen (autocertificable), fitosanitario, son los principales documentos que exige la aduana de Canadá; también va depender si es un café es orgánico, tiene que ir el certificado de transacción que le da la certificadora.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>Los expertos mencionan que los principales documentos indispensables para la exportación de café en grano al mercado de Canadá son: el BL, Packing list, Factura comercial, fitosanitario, entre otros documentos.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 18.**

Estrategias de comercialización

<i>¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización para exportar café en grano?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<b>Experto 1</b>	Los diferentes tipos de estrategias del exportador es ver básicamente como consigues a tu cliente para que caten tu café es lo principal (producto), también envían Brochure del café, videos, visitar diferentes

	tipos de ferias internacionales para poder conocer el mercado y al cliente (promoción).
<b>Experto 2</b>	En estrategias de comercialización hay varias de las cuales son: para él envío de la mercancía es directa e indirecta, también es Icomex ofertan los productos al vendedor, y los bróker porque ayudan al exportador a buscar clientes.
<b>Experto 3</b>	Las estrategias principales son: participar en ferias para ser visibles, también es como consumidores se debe de incentivar el consumo nacional (cafeterías) porque, es una estrategia comercial que no se está dando en el Perú y recientemente se está dando en Chiclayo y Jaén.
<b>Experto 4</b>	En estrategias de comercialización son: la participación en ferias, de la cual es muy importante y no solo sean ferias del mismo Canadá, sino que también puedan ser de Estados Unidos donde ellos concurren como mercado. SCAA (este año se da en Boston) pero empresarios canadienses van a estas ferias, aparte hay una particularidad con respecto al café, que muchas veces el importador canadiense no le compra directamente al exportador peruano le compra más bien al de Estados Unidos, a veces la figura es la siguiente el exportador peruano le envía a estados Unidos y el de estados unidos le exporta al de Canadá como intermediario.
<b>Experto 5</b>	Las estrategias de comercialización son: si la empresa es nueva se necesita un trading (Brokers), él se encarga de conseguirte los clientes o si en caso no te consigue el trading los clientes tú le das al trading los clientes y él se va a encargar de hacer toda la logística necesaria para ponerte el café en puerto de destino, eso es exportación indirecta que también lo puede ser el mismo exportador. También es participar en ferias y presentar brochure.
<b>Experto 6</b>	Las estrategias comerciales son: dar al mercado lo que el mercado quiere, participación en ferias comerciales por lo que se debe de dar Brochure y tarjeta de presentación, y también son las redes sociales (página y Facebook).
<b>Experto 7</b>	Una de las estrategias es el trabajo con el productor (vender información al importador), es muy usada por las empresas y poco por las cooperativas; también es el envío de muestras selectas, gancho de calidad (por ejemplo ofrecer una cierta cantidad del producto), buena trazabilidad (el importador valora), tener una cartera de clientes (canal de distribución) para que promocionen tu producto, y participar en degustaciones de marca (realizada en Estados Unidos) o participación de concurso internacionales.
<b>Experto 8</b>	Las principal estrategia de comercialización del producto es la participación en ferias, redes sociales (Facebook y LinkedIn).
<b>Análisis del resultado</b>	<i>Los expertos determinan que la estrategia de comercialización más utilizada por el exportador es la participación en ferias para captar clientes y poder exhibir el producto por lo que se intercambia tarjetas y se entrega Brochure.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 19.**

Intermediarios comerciales

<i>¿Cree usted que conviene buscar intermediarios comerciales para el ingreso a un nuevo mercado? ¿Por qué?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<i>Experto 1</i>	Sí, porque la gran mayoría de empresa y cooperativas tienen intermediarios comerciales en este caso el Borker, por ejemplo, hay grandes tostadores que se tiene que contactar primero con el representante (Broker) del país de destino y luego con el país de origen (Perú), ya que tiene un bróker para la parte sur, norte o para todo el país, para que él vaya y vea las muestras, campo y en función de eso se pueda vender directamente a las empresas.
<i>Experto 2</i>	Si y no, uno es el tema de costos ya que al tener un intermediario comercial (Broker) generaría un gasto más para la empresa, pero sí en cambio la empresa es competitiva no necesitara de Broker, ya que para ello cuenta con personal calificado de la cuales realizan un estudio de mercado.
<i>Experto 3</i>	Los intermediarios comerciales es un mal necesario porque, ellos ya tienen una cartera de clientes y eso sería para las empresas que están recién empezando. Pero en cambio los exportadores que ya conocen sobre exportación, realizan un estudio de mercado y reducen menos costos.
<i>Experto 4</i>	Para empezar si conviene buscar intermediarios comerciales, el café se maneja con los Brokers (intermediarios comerciales), ya que es uno de los productos en el que más se ve el manejo de brokerage, esto también va para las cooperativas que ya son conocidas y estas quisieran entrar a un nuevo mercado; ayuda el tema de los consejeros comerciales las que se encuentran en las OCEX en cada una de las embajada de Perú en este caso en Canadá.
<i>Experto 5</i>	Si la Cooperativa o empresa tiene la experiencia de exportación y tiene un responsable comercial no necesariamente se necesitará de un intermediario comercial (Brokers), ya que el tercero va a cobrar una penalidad y te cobre por quintal exportado.
<i>Experto 6</i>	<p>Cuando una empresa por primera vez empieza conviene buscar aliados comerciales, esto se debe lamentablemente que el negocio está basado en la confianza, sino hay confianza el negocio no prospera y para ganar la confianza hay que entrara con alguien que conozca el mercado, de las cuales pueden ser un Broker, intermediario o sino un acompañamiento de ser alianzas comerciales.</p> <p>Para la empresa que ya exporta y de la cual ha participado en ferias, es necesario tener una tarjeta de presentación de la cual pueda intercambiar con el clientes, luego de ello enviar un correo simple.</p>
<i>Experto 7</i>	Es importante trabajar de la mano con intermediarios comerciales que en este caso vienen hacer el Broker (café Impos, Sostenibles Harvey y Eduardo Arribas Berninzon, HBC, y entre otros Borkers) y además de pedirle un trato directo con el importador.
<i>Experto 8</i>	Para empezar si conviene buscar intermediarios comerciales (contactas directamente con el tostador), es el Broker o Trading (RGC, K, sol&café,

	entre otras) ya que después te haces conocido gracias a ellos y generas un historial de clientes.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>Los expertos mencionan que para ingresar a un mercado es necesario de contar con Brokers, por lo que facilitara la comercialización entre el vendedor al cliente, además, esto permite tener una cartera de cliente y ya no prestar el servicio del intermediario.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 20.**

Certificaciones y sellos para el ingreso al mercado canadiense

<i>¿Por qué considera usted que es importante que una empresa cuente con certificados y sellos para el ingreso al mercado?</i>	
<i>Entrevistados</i>	<i>Opinión</i>
<b>Experto 1</b>	No básicamente un sello o certificado no garantiza que sea de calidad, lo que hace un sello es que tu proceso o formas de como ayudas al productor estén garantizados, porque de acuerdo a eso se paga en la bolsa de valores por ser orgánico, y es por eso que en la gran mayoría de exportadores optan por tener sellos porque no todos tienen cafés de calidad y por eso que el sello los salva para que el precio no sea tan bajo. Pero en caso contrario de cafés especiales rompen el esquema de las certificaciones, ya que no cuentan con certificaciones y sellos, y esto se debe por ser un producto de tasa alta (87-95 tasa). Esto depende que cliente te exija para la negociación, una de estas certificaciones puede ser: UTZ, Certificado Orgánico (sello), Fairtrade y Rainforest; las certificaciones cada año se renueva.
<b>Experto 2</b>	Es muy importante que una empresa cuente con sellos y certificaciones, porque permite el desarrollo social de la comunidad y sobre todo el lugar donde se encuentre ubicado la zona de producción, también es la trazabilidad para ello se maneja un código. Estos podrían ser: certificación Fairtrade, orgánica, de la cual la gran mayoría trabajan con ellas.
<b>Experto 3</b>	Los certificados y sellos son: orgánicas y Fairtrade.
<b>Experto 4</b>	Los certificados que se necesita son: el orgánico, comercio justo que es el Fairtrade, verifican el tema medio ambiental Rainforest o un Bird Friendly son muy buenos para ellos, y ellos también toman un certificado muy importante que es UTZ. Si en caso la cooperativa cuente con certificados y sellos (comercio justo) puede incurrir esos certificados a dicho mercado, dependerá de las certificadoras, por ejemplo, la criticadora me certifica orgánico la cual ellos tiene influencias en tales mercados y el importador preguntara quien es la certificadora (Biolatina, Asteca, entre otros) y si ellos tiene el contacto con la certificadora, el importador lo acepta.
<b>Experto 5</b>	Así como se ingresa para el mercado de Estados Unidos con sellos orgánicos que es el UTI y USDA, también Canadá tiene su sellos
<b>Experto 6</b>	De acuerdo a las necesidad del mercado los certificados y sellos son: el Orgánico, Rainforest y registro FDA, porque pasa primero por Estados Unidos (transito)

<b>Experto 7</b>	El certificado son: el orgánico (código), fitosanitario, permiso COR (permiso comercial para distribuir el producto en EE.UU.), FAITRADE y UTZ
<b>Experto 8</b>	Hoy en día son sellos y certificaciones que el exportador durante los despachos de exportación recupere el certificado (durante un año); todas las exportaciones para EE.UU. se tiene que tener el registro FDA (institución de Estados Unidos), es un código o identificación para el ingreso al mercado americano, cada empresa privada o cooperativa deberá de tener este código de identificación y se tiene 48 horas antes que llegue la nave, se envía la información de la exportación al cliente para que ellos lo declaren en Norteamérica; cuando se exporta para Canadá el itinerario de la nave llega a Estados Unidos y luego se va por vía ferroviaria (tren), esto va depender la negociación que se realice entre ambas partes, porque también hay itinerario para Canadá.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>Los expertos opinan que se necesita certificaciones y sellos para poder ingresar al mercado, por lo que le da un valor agregado y mayor precio de venta (precio de bolsa de valores más el certificado); también el importador te lo puede exigir para el ingreso al mercado, estos certificados pueden ser: Comercio Justo, Orgánico, UTZ, COR (si en caso ingrese por EE.UU.) y Rainforest. Además, el experto Luis Revilla menciona que es muy importante tener cafés diferencial, porque si hay un acuerdo pactado con el cliente pueda ser que te pida un UTZ, Rainforest, entre otros.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 21.**

Riesgos de exportación para el ingreso al mercado de Canadá

<b><i>¿Cuáles son los riesgos de exportación que usted considera que sean los más frecuentes para el ingreso a Canadá? Menciónelos y justifíquelo ¿Por qué?</i></b>	
<b><i>Entrevistados</i></b>	<b><i>Opinión</i></b>
<b>Experto 1</b>	Si es importante porque, uno es primero que el producto sea 100% orgánico si en caso te pida el cliente con certificación, segundo es que cuando se envía la muestra representativa (tasa de porcentaje) no sea la misma calidad que se ha enviado al país de destino, esto es tanto para el exportador e importador.
<b>Experto 2</b>	Uno de los riesgos más frecuentes es la muestra enviada no sea la misma enviada al importador, otro es que no te paguen en el término acordado entre ambas partes.
<b>Experto 3</b>	El riesgos más frecuente es que el contenedor se contamine en el transcurso del viaje o que el contenedor sea trasladado a puerto.
<b>Experto 4</b>	El café por ser un producto seco en realidad no tiene riesgos, el riesgo en torno a al embarque o carga, quizás uno de los riesgos pueda ser las perdidas al canal de Panamá o el robo de mercancías, también podría ser que se quede en Panamá porque tuvieron una inspección aleatoria; pero el mayor riesgo es el precio del café, porque como depende de la bolsa de valores hay que estar frecuentemente analizando la bolsa de valores para saber cuándo hay que fijar un contrato. También hay riesgos que el cliente te fija un contrato que es orgánico y comercio justo, pero desconozca él y

	te quiera pagar como un café convencional, el riesgo (litigio internacionalista) es que no le van a pagar la prima orgánica, por lo que se tiene que ir a una corte internacional para que te paguen de acuerdo al contrato de compra y venta.
<b>Experto 5</b>	Los riesgos son mayormente en el embarque, considerando que haiga un siniestró en el cual se tiene que negocia con el cliente porque es que no se llegó a tiempo el embarque por lo tanto te están obligando a pagar una penalidad con su defecto, también está la calidad de café si es que no se ha enviado la misma muestra enviada en el principio (pagas una penalidad) por lo que todo el costo de la factura que sumaba te van a pagar 30% menos de lo acordado.
<b>Experto 6</b>	Los riesgos son de acuerdo al Incoterms, se transfieren los riesgos puesto el café en la nave, el Incoterm determina los riesgos y costos; los riesgos se tienen que manejar se minimizan esos riesgos, para ellos se tiene que ver el historial del cliente.
<b>Experto 7</b>	Los riesgos más frecuente es la contaminación del producto, la prueba de recibos, y por último es que no se tenga la acreditación para vender en el mercado.
<b>Experto 8</b>	Para el café es muy importante la trazabilidad, un contenedor se forra con papel Kraft y si no se forra adecuadamente se mojan los sacos de yute, lo que pasa que adentro se condensa (forma agua) formando hongo y malogrando la carga; otro riesgo es que los contenedores (tienen huecos y no están parchados) no sean los adecuados y otro es el cambio climático en la ruta no pueda ingresar al mercado.
<b>Análisis del resultado</b>	<i>Los expertos mencionan que los riesgos más frecuentes en la exportación del producto, son: la muestra enviada no sea la misma enviada en el contenedor, que se moje el contenedor en el transcurso del envío de la carga y se produzca hongo.</i>

**Fuente:** Elaboración propia

### **3.1.3. Resultados de la aplicación de la guía de entrevista al gerente General de la Cooperativa de Servicios Múltiples**

*Objetivo 3: Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.*

Se tomó en cuenta para esta investigación la medición del tercer objetivo, para recoger dicha información, se utilizó como instrumento una guía de entrevista dirigida al señor Jorge Carrillo Enrriquez, gerente General de la Cooperativa; permitiendo de esta manera calcular los indicadores propuestos para las dimensiones, para ello se tuvo que recolectar información acerca de la cooperativa, de esta manera permitió identificar demanda insatisfecha y oferta, competencia directa, canal de distribución, y los requisitos de acceso al mercado. Los resultados se muestran a continuación:

A continuación, se muestra la tabla de los expertos entrevistados:

**Tabla 22.**

Encuesta al gerente general de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café

<i>Preguntas</i>	<i>Opinión</i>	<i>Análisis</i>
<b>1.1. ¿A qué se debe que el precio del café pueda encontrarse en el rango de competencia a nivel nacional e internacional?</b>	<p>Hay tres aspectos fundamentales que determina el precio del café, estas son:</p> <p>La sobre producción, debido a eso los almacenes en destino están estropeados y la modalidad de trabajo del importador es abastecer un año a otro, por lo que genero un problema para la cooperativa, ya que este año recientemente está saliendo la cosecha del 2018; otro es las restricciones que están generando el tema de los glifosatos del café, para las exportaciones de Europa se tiene muchas restricciones del CIA; y por último prevalece el tema de precios debido a la poca oferta que tiene las cooperativas en el tema de las negociaciones, si antes la cooperativa podía vender por ejemplo, un FTO es lo que buscan todas las cooperativas a \$ 190.00 ahora ese efecto el importador te está pactando a \$ 140.00 a \$ 150.00, lo cual no cubre los costos de producción que tiene la cooperativa, tanto al vendedor como al comprador.</p>	<p><i>Se concuerda con el punto crítico del gerente, porque existe demasiada competencia en el café a nivel de países, debiéndose a la fuerte sobreproducción del café a nivel mundial (Brasil, Vietnam, Colombia, entre otros) pero no en el precio actualmente, lo que significa que el precio pagado al productor no es lo suficiente para sustentar sus gastos de producción, debió a los cambios climáticos (fenómeno del niño y olas de calor) y ambientales (plagas) que afecta a la producción del café. Además el exportador busca diferenciarse de otros vendedores, las diferencias son: certificaciones y producir más cafés de calidad.</i></p>
<b>1.2. ¿Cuáles considera usted que son los factores que intervienen en el precio de exportación?</b>	<p>Los principales factores que intervienen en el precio de exportación son:</p> <p>Calidad y nichos de mercado, porque el mercado convencional no se puede encontrar por todos lados, la cooperativa tiene estos mercados, de las cuales se envía en pequeños nichos de mercado que no cualquiera tiene acceso.</p>	<p><i>En mención a la opinión del gerente se concuerda, pero existen otros factores que intervienen en el precio, estos son los costos de producción, costos logísticos y financieros influyendo así en el precio final del producto; es por eso que no le conviene al productor cultivar café y optan cultivar otro producto que les ayude a sustentar sus gastos. Pero en cambio eso no le pasa a la</i></p>

		<i>cooperativa, porque tiene nichos de mercados por lo que ellos estén dispuestos a pagar por la calidad.</i>
<b>1.3. ¿Cuáles son los Incoterms que la Cooperativa utiliza para la exportación de café hacia otros mercados?</b>	El Incoterms que utiliza la cooperativa es FOB, porque hay más facilidades de pago para ellos hagan su propia logística y talvez se disminuya un poco el riesgo. Los costos logísticos en gran mayoría son manejados por un operador logísticos (terciarizado) y es por eso que es poco el conocimiento de estos términos.	<i>Se concuerda con el opinión, porque es menor el riesgo por parte del exportador, pero al tener poco conocimiento de los costos exportación mayor es el riesgo de entrar al mercado.</i>
<b>1.4. ¿Considera usted que existe mucha demanda insatisfecha del café en el mercado internacional?</b>	Hay mucha demanda, talvez esto se deba a la calidad, en américa latina es donde mayor producción en calidad hay, debió a los últimos 15 años. En el mercado de Canadá hay dos segmentos de mercado, de las cuales son: canadienses y franceses; entonces talvez el tipo de café o hábito de consumo de estas personas hace la diferencia como, por ejemplo, el canadiense prefiere tipos de café más áspero y más cuerpo (volumen), y el francés prefiere más suave; la taza de café para esos segmentos son de taza 82 a 86 puntos en taza. La calidad más incurre para el mercado de EE.UU. (taza de 86 a 100 puntos).	<i>Se considera que si hay demanda insatisfecha que no cubre la cooperativa (anteriormente), la cooperativa ha ido trabajando año tras año y eso se ve reflejado en lo acopiado (calidad y volumen), lo cual hace que pueda negociar con nuevos mercados, como EE.UU. y Canadá.</i>
<b>1.5. ¿Consiera usted que exista una oferta exportable del café de la cooperativa y este pueda competir con otros mercado?</b>	La cooperativa si tiene oferta exportable de hecho estamos preparando con todas las comisiones e implementando el tema de calidad. Anteriormente se tenía un problema en los productores (socios), debió a la calidad se perdiera después de la cosecha, la planta produce bien, pero en calidad la post cosecha no se tiene	<i>La cooperativa cuenta con oferta exportable hoy por hoy, lo cual lo hace que no solo exporte a Europa, sino también a otros mercados, cuenta con la producción necesaria de acopio, implementa en la tecnología y capacitan a los productores.</i>

	implementado, por ejemplo, la parte de la estructura de beneficio seco no todos los productores están implementados y es donde se pierde calidad, esto se debe a que el productor no se adecua a afrontar el problema.	
<b>1.6. ¿Cuáles considera usted que son sus principales competidores que exportan café en grano?</b>	En la zona a nivel de cooperativas son: Cenfrocafe, Sol&café y Aprocassi. A nivel de empresa es Perales Huancaruna, que sigue siendo la primera empresa exportadora en el Perú que abastece a los mercados.	<i>En mención a lo opinión del gerente son algunas organizaciones que son las más conocidas, el nivel de competencia se encuentra la valla muy alta para llegar a ser como ellas, ya que ellos vienen estudiando a los mercados años, y no solo el mercado, sino que ya conocen el tipo de café que el consumidor final quiere para su consumo.</i>
<b>1.7. ¿Cuáles son las características de la carga de café en grano en la Cooperativa?</b>	Las características de carga para él envío de café en grano son: café en verde o café oro (se envía de acuerdo a los 15, 20 o 23 defectos que te pida el cliente), se envía en sacos de yute o a granel.	<i>Se concuerda con la opinión, pero solo para cafés especiales se utiliza sacos de yute más una bola GrainPro, y si en caso la cooperativa quiera hacerse conocida en el mercado puede innovar en el envase del producto.</i>
<b>1.8. ¿Cuál es el medio de transporte más utilizado para la exportación de café en grano de la cooperativa?</b>	El medio de transporte más utilizado por la cooperativa es el terrestre y el marítimo.	<i>Usualmente se utiliza ese medio de transporte mencionado, por el simple hecho de ahorra costos y más volúmenes (contenedores), pero si en caso se enviara microlotes, es aéreo, ya que el cliente está dispuesto a pagar por ese gasto.</i>
<b>1.9. ¿Qué documentos de exportación que se utiliza para la exportación de café en grano hacia el mercado de Canadá?</b>	Los documentos de exportación son: BL donde va ajuntado la factura comercial, el certificado de origen, certificado SENASA, guía de remisión, packing list, conocimiento de embarque, entre otros.	<i>De acuerdo a lo mencionado, si son los principales que se necesitaría para la exportación de café al mercado de Canadá, pero para el certificado de origen es el formulario A (certificado donde se establezca los bienes y determine la tasa aplicable de los aranceles aduaneros), por lo que se deberá de ajuntar con los demás documentos mencionados.</i>

<p><b>1.10. ¿Cuáles cree usted que son las estrategias de marketing para la exportación de café? Especifique.</b></p>	<p>Actualmente la cooperativa Cedros ha cambiado la imagen institucional cambiando el logo (presentación) y esto se está trabajando como un proyecto que se llama café selva norte. A parte de ellos manejamos el tema de participación en ferias internacionales, porque lo que se intercambia información básica entre la cooperativa y el cliente (tarjeta de presentación y Brochure).</p>	<p><i>En mención a lo opinado por el gerente, si son las principales estrategias, pero actualmente están más manejando la imagen del productor en otras entidades, por ejemplo, los vendedores destacan en sus brochure la imagen del productor. Otro sería una cafetería centrada (país de origen) en un buen punto estratégico, para que el mismo tostador venga a degustar el producto vendido.</i></p>
<p><b>1.11. ¿Me podría mencionar cuál es la modalidad de pago más utilizada de la Cooperativa para el importador?</b></p>	<p>La modalidad de pago que hace la cooperativa con el importador es contra documentos, porque una vez que se recibe el importador los documentos originales, verifica que está bien y hace el deposito (pago).</p>	<p><i>Se podría de decir en mención de lo opinado por el gerente, si es la más utilizada por las empresas exportadoras.</i></p>
<p><b>1.12. ¿Cumple la Cooperativa con pagos de los derechos o impuestos aplicables al café en grano para su comercialización? De ser así, ¿Cuáles consideraría que sean esos derechos e impuestos aplicables al mercado objetivo?</b></p>	<p>Por el momento no hay una cuota establecida que sea para el café, simplemente los derechos de impuesto por SUNAT.</p>	<p><i>La cooperativa cumple con impuestos al tener un negocio, pero el tema de los derecho o impuestos lo ve el operador logístico (terciarizan personal), por lo que no se tiene conocimiento del tema.</i></p>
<p><b>1.13. ¿Cuáles considera usted que sean los riesgos de exportación más frecuentes que se dan en el comercio exterior?</b></p>	<p>Si hay riesgos de exportación que asume la cooperativa, recientemente se ha vivido el año pasado, por los fenómenos climáticos (mareas altas) e hizo que se paralizaran las embarcaciones, por lo que se tenía que embarcar julio y agosto no se pudo enviar ningún solo contenedor, justamente por esos problemas; hasta que todos los embarques se hicieron en octubre, casi el 90% de todos</p>	<p><i>La cooperativa esta propensa a sumir esos riesgos, pero lo que se debería tener en cuenta es el embarque tiene que pasar por EE.UU. se debería de tener en cuenta los documentos de ingreso para ese país y además, de poder reservar el espacio de la nave con anticipación y no haiga complicaciones como lo estuvo teniendo anteriormente.</i></p>

	<p>los contratos se envió en octubre.</p> <p>Otros riesgo fue el paro; también son los espacios en octubre, por la producción de la uva.</p>	
<p><b>1.14. ¿Cuáles cree usted que sean las necesidades principales del mercado objetivo por satisfacer? Menciónelos.</b></p>	<p>Las necesidades para satisfacer al mercado justamente es posicionarse e ir a participar en ferias (contacto con el cliente), conocer los tips del mercado y conocer la demanda y otro sería vender al importador interactúa como Broker por lo que se encargará de vender al pequeño tostador.</p> <p>Las necesidades en Europa son los mercados que mayormente se exporta son los cafés de origen, prefieren más el café en grano para que ellos lo procesen.</p>	<p><i>La Cooperativa Cedros no vende directamente al tostador sino al bróker para después ser distribuido a los pequeños tostadores; pero a esto se debe a que el tostador muchas veces no tiene la solvencia económica para abastecer un contenedor y es por eso el contrato siempre es con un bróker.</i></p>
<p><b>1.15. ¿Cuáles considera usted que sean los canales de distribución para el mercado de Canadá?</b></p>	<p>El canal de distribución es el productor (socio), vendedor (cooperativa), comprador o mayorista (importador) que vende a minorista que es el pequeño tostador (cliente).</p>	<p><i>En mención a lo mencionado no tiene bien definido el canal de distribución, por lo que se analizará.</i></p>
<p><b>1.16. ¿En qué ferias o misiones a nivel nacional e internacional ha participado con la finalidad de exhibir y conocer acerca de la exportación del café?</b></p>	<p>Las ferias que ha participado la cooperativa es la SCA que se realiza en Boston, en junio es la SCAE en Berlín y en octubre está la de Canadá que también se participa y Biofach.</p>	<p><i>Las ferias mencionas por el gerente son las más necesarias para la participación, en donde se va a exhibir o vender el producto.</i></p>

**Fuente:** Elaboración propia

## IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la investigación se relacionaron directamente con los objetivos específicos, por las cuales se desarrollaron en la investigación y a su vez se relacionaron con los trabajos previos y las teorías científicas de estudio.

### **Discusión 1.**

En la investigación, se pudo determinar que la Cooperativa Cedros Café cuenta con la cantidad suficiente y calidad de café en grano verde para su exportación al mercado de Canadá; Sin embargo, cabe a resaltar que en mención a los expertos determinaron que el transporte más adecuado es el marítimo por temas de costos y el transporte multimodal si en caso se ingrese por EE.UU., para luego ser transportado por terrestre hasta llegar al puerto de destino; esto se puede confirmar con los objetivos propuestos de la investigación, siendo estos la identificación de las variedades peruanas y los riesgos en la exportación de café en grano al mercado canadiense. Por lo tanto, Estos resultados en contraste con Andrade (2014) refiere que, el café Coatepec es cultivado en zonas muy altas, por lo cual son determinados productos de calidad y resulta ser viable para su exportación al mercado. El transporte utilizado es multimodal (marítimo y terrestre) de acuerdo al lugar de origen y destino.

### **Discusión 2.**

En base a los resultados obtenidos en la investigación por los expertos de comercio exterior, se pudo determinar que el Perú se encuentra entre los principales exportadores en el mercado internacional, en su totalidad exporta café arabica de las cuales las más que predominan son: Bourbon, Caturra, Catimor y entre otras variedades (Geisha, Híbrido y Marsellesa), que son llamados microlotes; estas variedades producidas se debe a la taza, volumen y aroma que estos tienen, el precio del café arabica está determinado por la bolsa de valores de Nueva York. En Brasil se produce el café arabica y robusta. Por lo tanto, en su trabajo de investigación concuerda con Álvarez (2018), determina que el Perú se encuentra entre los 10 primeros productores de café en el mundo, en cuanto a la producción mundial, se debe de tener en cuenta que Brasil produce café en grandes escalas como la variedad de robusta y en el Perú se produce arabica, esto se debe a las características del café resaltando el aroma, fragancia y cuerpo, ofreciendo mayor precio a la hora de poder comercializarlo. El café arabica peruano está regido a la bolsa de

valores de Nueva York y mientras que la robusta está fijado al precio de la bolsa de valores de Londres.

### **Discusión 3.**

De acuerdo a los resultados de la investigación, los expertos de comercio exterior y el gerente de la cooperativa Cedros Café, determinaron que la negociación para la venta internacional es FOB, ya que en su gran mayoría el exportador se le hace más fácil sacar los costos y el importador cubre los otros costos adicionales en el traslado de la mercancía, y a su vez permite que los riesgos sean menores para el vendedor, por lo tanto, el exportador solo se limita a tener el volumen y la calidad de la mercancía para ser exportada al mercado internacional. Esto demuestra la hipótesis de la investigación, es decir, determinar la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021. Dicho a esto, concuerda con la investigación de Luna y Murillo (2015) quienes determinaron que el plan de exportación se consideró una negociación FOB, donde el importador en este caso se hace cargo de los costos que incurren en la importación del producto; y el exportador solo tiene que cerciorarse que la cantidad de producto solicitado este completa y bajo los parámetros adecuados que permiten el acceso del producto al mercado.

### **Discusión 4.**

De acuerdo con los resultados de la investigación, se pudo determinar que toda institución exportadora, debe de contar con certificaciones orgánicas o sellos, esto permite que tengan mayor factibilidad de ingresar sus productos al mercado extranjero; en particular la Cooperativa Cedros Café al contar con estas certificaciones (UTZ, USDA, Comercio Justo, Organic, JAS, Fairtrade USA); logra exportar sus productos a distintos mercados principalmente europeos, abasteciendo de 30 a 40 contenedores por año. Dicho resultado concuerda con la investigación de Avalos y López (2018) quienes determinan que es necesariamente que una cooperativa cuente con certificaciones exigidas para el mercado de Alemania, ya que cobra mayor relevancia cuando se detalla las dos únicas certificaciones que todas las cooperativas logran adquirir sin mayor dificultad que es el café orgánico y Fair Trade; pero, sin embargo, al no contar con estas certificaciones y otras exigidas por el mercado, no se logrará la exportación de café.

## **Discusión 5.**

En relación a los resultados obtenidos de los expertos de comercio exterior determinaron el café peruano si tiene calidad (84-95 en taza) para su exportación, debido a las zonas geográficas y estrategias que se utilizan para el cultivo del café, gracias a ello, su sabor ha conquistado los paladares en el mundo, ya que las exportaciones de café accedieron a 4 millones en este año, pero la sobreproducción de café en Brasil, Vietnam, Colombia y Honduras hace que el precio baje en la bolsa de valores y en el mercado atraviese problemas debido al gran crecimiento de este cultivo. Por lo tanto, concuerda con la investigación de Alarcón (2017), determinando que la calidad y el sabor del café peruano han conquistado los principales mercados internacionales, el año 2011 las exportaciones accedieron a US\$ 1,597 millones, por lo cual representa el incremento del 80% al periodo del 2010. Uno de los principales factores que impulsaron el incremento fueron los problemas que estaba atravesando los cultivos de Brasil y Colombia.

## V. CONCLUSIONES

La Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, cuenta con el acopio de café necesario, es decir, cuenta con la capacidad operativa, la cual le permite producir y acopiar grandes cantidades; esto se debe a las capacitaciones, personal calificado que orienta al productor en el cultivo y proceso de pos cosecha, obteniendo, así como producto final un café de calidad en taza de 85-95 puntos, a su vez también es gracias al clima, zonas de producción y estrategias que se utilizan para su cultivo del producto, apto para su exportación.

De acuerdo a la oferta se pudo determinar la exportación de café en grano verde al mercado canadiense, debido a las exportaciones realizadas en el año 2017, de las cuales estos países fueron, a Suecia (US\$ 488,454.49), Bélgica (US\$ 71,117.48), Alemania (US\$ 73,703.14) y Portugal (US\$ 57,791.25), entre otros mercados. Asimismo, se pudo identificar en el año 2016 las exportaciones realizadas al mercado de canadiense, estas exportaciones no fueran directamente, sino fue gracias por un intermediario, siendo el mayor monto exportado de US\$ 72,412.73 FOB.

La Cooperativa cuenta con cafés certificados y de calidad, por lo que le da mayor competitividad en el mercado nacional e internacional, debido a las certificaciones, de las cuales estas son: Fairtrade, UTZ, USDA ORGANIC, además, esto permite que el mercado del café valore más el producto vendido.

La Cooperativa Cedros Café utiliza estrategias de marketing, de las cuales estas son la participación en ferias a nivel internacional, estas son: SCA y BIOFACH son las principales, exhibiendo el producto y ser más conocida en el mercado del café; también utilizan Brochure y tarjetas de presentación. Actualmente la cooperativa ha cambiado su imagen (logo “COOP CEDROS CAFÉ”) representativo, lo cual permite que sea más conocida y de alguna otra forma se diferencia de otras.

## VI. REFERENCIAS

- Alarcón C., G. (4 de marzo de 2017). *Productores de café orgánico de Jaén proyectan exportar 23,000 quintales*. Obtenido de andina: <https://andina.pe//agencia/noticia-productores-cafe-orgnaico-jaen-proyectan-exportar-23000-quintales-496358.aspx>
- Alarcón V., L. (2017). Tesis: *Exportación y capacidad de producción del café en el Perú en el Periodo 2008-2016 (Tesis de licenciatura)*. Universidad Cesar Vallejo-Lima. Recuperado,
- Álvarez D., L. (2018). Tesis: *Estrategias de comercialización para la exportación de café al mercado de Estados Unidos, de la Asociación de productores cafetaleros Alto Parías, Chirinos-Cajamarca, 2017-2022 (Tesis de licenciatura)*. Universidad Señor de Sipán Lambayeque-Perú. Recuperado, desde: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5125/Alvarez%20D%C3%ADaz%2c%20Leyla%20del%20Rosario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade Sánchez, M. I. (2014). Tesis: *Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania. (Tesis de licenciatura)*. Universidad de América Latina-México. Recuperado, desde: <http://www.udalxalpa.edu.mx/TesisPDF/2018/MariaInereAndradeSanchezNegocios.pdf>
- Arbaiza Fermi, L. (2015). *Cómo elaborara un plan de negocio*. Lima: Ada Ampuero.
- Avalos A., R. y López P., M. (2018). Tesis: *Exportación de café a Alemania: El caso de la producción cafetalera del departamento de San Martín entre los años 2012 y 2017 (Tesis de licenciatura)*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-Lima. Recuperado, desde: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625768/Lopez\\_PM.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625768/Lopez_PM.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Belaunde, G. (19 de junio de 2014). *Los riesgos de la exportación e importación*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/blog/riesgosfinancieros/2014/06/los-riesgos-de-la-exportacion-e-importacion.html?ref=gesr>
- Cabrera Cánovas, A. (2013). *Las reglas Incoterms 2010. Manual para usarlas con eficacia* (1 edición ed.). Barcelona: Héctor Soler. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID05045301&query=incoterms>
- Carlberg, J., & Rude, J. (2004). Intercambio de comercio agroalimentario entre Canadá y México bajo el Tratado de Libre Comercio. *Revista Mexicana de agronegocios*, 8, 1-5.
- Comexperu. (s.f de 2015). *Costos logísticos: un obtáculo para las exportaciones*. Obtenido de seminario comexperu: <https://semanariocomexperu.wordpress.com/costos-logisticos-un-obstaculo-para-las-exportaciones/>
- Contrade. (s.f de 2017). *Principales 10 países importadores*. Obtenido de SIICEX: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=172.17100&\\_portletid\\_=sfichaprodutoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=50&pnomproducto=Caf%E9](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaprodutoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=50&pnomproducto=Caf%E9)
- Cordano R., M. (2018). *Promover la comercialización del café peruano al mercado de corea*. Obtenido de Pymex: <https://pymex.com/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/promover-la-comercializacion-del-cafe-peruano-al-mercado-de-corea/>
- Elescano S., H. (2018). Tesis: *Las exportaciones peruanas de café y el pilar infraestructura de la competitividad regional al año 2016 (Tesis de licenciatura)*. Universidad César Vallejo-Lima. Recuperado, desde: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/32206/Elescano\\_SJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/32206/Elescano_SJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Emelin C., R. (2018). Tesis: *Problemática de exportación de café orgánico a Italia de los pequeños productores de Bagua, 2018 (Tesis de licenciatura)*. Universidad Cesar Vallejo-Lima. Recuperado, desde: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29463/Camacho\\_IEC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29463/Camacho_IEC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Escamilla, M. (septiembre de 2017). *Panorama internacional café*. Obtenido de SAGARPA: [https://amecafe.org.mx/wp-content/uploads/2017/09/Panorama\\_Internaciona\\_Caf%C3%A9\\_2017.pdf](https://amecafe.org.mx/wp-content/uploads/2017/09/Panorama_Internaciona_Caf%C3%A9_2017.pdf)
- Figuroa H., E., Pérez S., F., & Godínez M., L. (s/f). *La producción el consumo del café*. España: Garcia-Miranda, Martha, PhD.
- García T., A. (2015). *Guía documental para exportar e importar: los 12 documentos* (1 ed.). España: Marge Books.
- Gitman L., J., & Joehnk M., D. (2005). *Funadamentos de inversión*. España: Loma. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ITMNR9MUjuAC&pg=PP9&dq=que+es+broker+s&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQ58uk77nhAhWCwFkKHRW9AykQ6AEIJzAA#v=onepage&f=false>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación* (6ta edición ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Huerta, Hernández y Vásquez (2016). Tesis: *Plan de exportación de café Morenita Mía (Tesis de doctorado)*. Universidad de Jesuita de Guadalajara-Tlaquepaque. Recuperado, desde: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/4098/PAP+Plan+de+exportaci%C3%B3n+para+Caf%C3%A9+Morenita+M%C3%ADa.pdf?sequence=3>
- Luna, M. y Murillo, M. (2015) Tesis: *Plan de exportación para la comercialización de café de habas al mercado Alemán (Tesis para obtener el título)*. Universidad Politécnica SLESEANA-Ecuador. Recuperado, desde: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10017/1/UPS-GT001018.pdf>
- Malca G., O. (2004). *Perfiles de productos con potencial agroexportador* (1 edición ed.). Lima: Universarias de América Latina y el Caribe. Obtenido de <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/436/AE56.pdf?sequence=1>
- Mercado, S. (2006). *Comercio Internacional I mercadotecnia internacional: Importación-exportación*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Mincetur. (3 de junio de 2017). *Reporte regional de comercio Cajamarca*. Obtenido de Mincetur: [https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio\\_exterior/estadisticas\\_y\\_publicaciones/estadisticas/perorte\\_regional/RRC\\_Cajamarca\\_2017.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/perorte_regional/RRC_Cajamarca_2017.pdf)
- Moreno G, E. (2014). *Guía teórica* (6 edición ed.). España: Dykinson.
- Navarro, L. (uno de septiembre de 2015). La mitad de producción de café peruano se exporta a EU, según experto.
- Paredes B., D. (11 de marzo de 2010). *Elaboración del plan de negocio de exportación*. Obtenido de Promperu: <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portttttal/MME/descargar.aspx?archivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7.1D01AFA8A0FB.PDF>
- Paz, H. (2008). *Canal de Distribución*. Buenos Aires: Ugerman.
- PDM. (2016). *Plan de desarrollo de mercado*. Obtenido de Mincetur: <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/comercio\_exterior/plan\_exportador/Penx\_2025/PDM/canada/images/files/pdf/pdm.pdf

- Promperu. (marzo de 2017). *Planex plan de negocio exportador*. Obtenido de Promperu: [file:///C:/Users/Windows%2010/Documents/Mamual\\_Planex\\_plan\\_negocio\\_exportador\\_2017\\_keyword\\_principal.pdf](file:///C:/Users/Windows%2010/Documents/Mamual_Planex_plan_negocio_exportador_2017_keyword_principal.pdf)
- Puelles, J. (7 de diciembre de 2012). *Cajamarca: Jaén en la ruta del café*. Obtenido de La republica: <https://larepublica.pe/rumbos/678472-cajamarca-jaen-en-la-ruta-del-cafe>
- Rodríguez A., D. (2016). *Como participar exitosamente en ferias internacionales*. Obtenido de Promperu: <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/2653/1/BVE17038731e.pdf>
- Rodríguez Q., C. y Silva R., A. (2017). Tesis: *Propuesta de estrategias promocionales y su impacto en el crecimiento de las ventas en el mercado internacional de café orgánico de la Cooperativa Agraria Cafetalera CASIL LTDA-San Ignacio-Cajamarca 2016 (Tesis de licenciatura)*. Universidad Señor de Sipán Lambayeque-Perú. Recuperado, desde: <http://www.pead.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4222/Rodriguez%20Quinde%20-%20Silva%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- RPP. (3 de noviembre de 2017). *Café de Jaén bate récord de US\$100 la libra en subasta electrónica*. Obtenido de RPP Noticias: <https://rpp.pe/economia/economia/cafe-de-jaen-bate-record-de-us100-la-libra-en-subasta-electronica-noticia-1086565>
- Sánchez J., G. K. (2015). Participación campesina en el mercado global de café. Cafeticultores organizados en Chiapas. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24, 9-10.
- Siicex. (2014). *Misiones comerciales internacionales*. Obtenido de Siicex: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/rutaexportadora/23-Programa-de-Misiones-Comerciales.pdf>
- Siicex. (2016). *Guía de requisitos de acceso de alimentos a Canadá*. Obtenido de Promperu: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/guia-requisitos-acceso-alimentos-canada-2016.pdf>
- Stulely, R. (2015). *Cómo elaborar un plan de negocio: Una estrategia para la planeación inteligente de ejecutivos y hombres de negocios* (1 Edición ed.). México: Trillas, S.A de C.V.
- Un mundo loco por el café*. (14 de marzo de 2018). Obtenido de El País: [https://elpais.com/economia/2018/03/08/actualidad/1520527718\\_097899.html](https://elpais.com/economia/2018/03/08/actualidad/1520527718_097899.html)
- Weinberger V., K. (2009). *Plan de negocios herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Alejandra Arce. Obtenido de [http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO\\_PLAN\\_DE\\_NEGOCIOS.pdf](http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf)

## VII. ANEXOS

### Anexo 01. Encuesta corregida aplicado al gerente general de la cooperativa

 <p><b>UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN</b>  <b>ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES</b>  <b>ENTREVISTA I</b>  <b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</b>  <b>“EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO VERDE PROCEDENTES DE PERÚ</b>  <b>AL MERCADO DE CANADÁ, 2018-2021”</b></p>	
<b>PRESENTACIÓN:</b>	
El presente trabajo de investigación tiene como objetivo entrevistar al gerente de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.	
<b>Nombre del Gerente General</b>	Jorge Carrillo Enríquez
<b>Instrumento evaluado</b>	Entrevista al gerente de la Cooperativa Servicios Múltiples Cedro Café.
<b>Objetivos de la investigación</b>	<p><b>GENERAL:</b>            Determinar la exportación de café en grano verde al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, 2018-2021.</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b>            -Analizar las exportaciones de café en grano verde de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café realizadas al mercado internacional.            -Identificar las variedades peruanas de café en grano exportadas al mercado de Canadá.            -Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</p>
<b>DETALLE DEL INSTRUMENTO</b>	La encuesta consta de 16 preguntas que estarán enmarcadas a evaluar el segundo y tercer objetivo de investigación.
<b>Instrucciones:</b>	
A continuación, tiene Ud. una serie de preguntas elaboradas por la estudiante de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán-Chiclayo, por las cuales deberán ser respondidas.	
1.1. ¿A qué se debe que el precio del café pueda encontrarse en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? 1.2. ¿Cuáles considera usted que son los factores que intervienen en el precio de exportación? 1.3. ¿Cuáles son los Incoterms que la Cooperativa utiliza para la exportación de café hacia otros mercados? 1.4. ¿Considera usted que existe mucha demanda insatisfecha del café en el mercado internacional? 1.5. ¿Considera usted que exista una oferta exportable del café de la Cooperativa y este pueda competir con otros países? 1.6. ¿Cuáles considera usted que son sus principales competidores que exportan café en grano? 1.7. ¿Cuáles son las características de la carga de café en grano en la Cooperativa? 1.8. ¿Cuál es el medio de transporte más utilizado para la exportación de café en grano de la Cooperativa? 1.9. ¿Qué documentos de exportación que se utiliza para la exportación de café en grano hacia el mercado de Canadá? 1.10. ¿Cuáles cree usted que son las estrategias de marketing para la exportación de café? Especifique. 1.11. ¿Me podría mencionar cual es la modalidad de pago más utilizada de la Cooperativa para el importador? 1.12. ¿Cumple la Cooperativa con pagos de los derechos o impuestos aplicables al café en grano para su comercialización? De ser así ¿Cuáles consideraría que sean esos derechos e impuestos aplicable al mercado objetivo? 1.13. ¿Cuáles considera usted que sean los riesgos de exportación más frecuentes que se dan en el comercio exterior? 1.14. ¿Cuáles cree usted que sean las necesidades principales del mercado objetivo por satisfacer? Mencíonelos 1.15. ¿Cuáles considera usted que sean los canales de distribución para el mercado de Canadá? 1.16. ¿En qué ferias o misiones a nivel nacional e internacional ha participado con la finalidad de exhibir y conocer acerca de la exportación del café?	

**Fuente:** Elaboración propia

**Anexo 02.** Encuesta corregida aplicado a Expertos de Comercio Exterior

 <p><b>UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN</b>  <b>ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES</b>  <b>ENTREVISTA II</b>  <b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</b>  <b>“EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO VERDE PROCEDENTES DE PERÚ AL MERCADO DE CANADÁ, 2018-2021”</b></p>	
<p><b>PRESENTACIÓN:</b>                  El presente trabajo de investigación tiene como objetivo recolectar información de los expertos de comercio exterior.</p>	
<b>Nombre</b>	Especialistas del tema de comercio exterior
<b>Instrumento evaluado</b>	Entrevista
<b>Objetivos de la Validación</b>	<p><b>GENERAL:</b>                      Determinar la exportación de café en grano verde al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, 2018-2021.</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b>                      -Analizar las exportaciones de café en grano verde de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café realizadas al mercado internacional.                      -Identificar las variedades peruanas de café en grano exportadas al mercado de Canadá.                      -Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</p>
<b>DETALLE DEL INSTRUMENTO</b>	La encuesta consta de 15 preguntas que estarán enmarcadas a evaluar el segundo y tercer objetivo de investigación.
<p><b>INSTRUCCIONES:</b>                      A continuación, tiene Ud. una serie de preguntas elaboradas por la estudiante de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán-Chiclayo, por las cuales deberán ser respondidas.</p>	
<p>2.1. ¿Qué sabe usted acerca de las variedades del café en grano?                      2.2. ¿Podría indicarme cuáles son los tipos de café que más se exportan en el Perú?                      2.3. ¿Considera usted que el café peruano tiene calidad para su exportación? ¿Por qué?                      2.4. ¿Cuáles cree usted que sean las principales estrategias que hace que el café sea de calidad?                      2.5. ¿A qué cree usted que se deba la caída del precio del café en el mercado nacional y internacional?                      2.6. ¿Cuál considera usted que sea el Incoterms más conveniente para la exportación de café en grano a Canadá?                      2.7. ¿Tiene usted conocimiento alguno sobre las principales empresas o cooperativas que exporten café en grano y cómo influyen estas mencionadas en los niveles de competencia en exportación?                      2.8. ¿Cuáles son las características de carga que usted utilizaría para exportar café en grano a otro mercado?                      2.9. ¿Cuál considera usted que son los medios de transporte más adecuado para la exportación de café en grano a Canadá?                      2.10. ¿Cuáles son los principales documentos que se requiere para exportar café en grano a Canadá? Menciónelos                      2.11. ¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización para exportar café en grano?                      2.12. ¿Cree usted que conviene buscar intermediarios comerciales para el ingreso un nuevo mercado? ¿Por qué                      2.13. ¿Por qué considera usted que es importante que una empresa cuente con certificados o sellos para el ingreso al mercado?                      2.14. ¿Cuáles son los riesgos de exportación que usted considera que sean los más frecuentes para el ingreso a Canadá? Menciónelos y justifique ¿Por qué?                      2.15. ¿Tiene usted conocimiento sobre algunas ferias o misiones internacionales que se realicen en América, de las cuales se pueda exhibir el café?</p>	

**Fuente:** Elaboración propia