



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DEL  
CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA  
COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES  
CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021.**

**PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

**Autor:**

**Bach. Rivera Carrasco Nicole Stephanie**

**ID ORCID: 0000-0002-4768-250X**

**Asesor:**

**Mgtr. Rocero Salazar Cesar Ricardo**

**ID ORCID: 0000-0002-1555-7851**

**Línea de Investigación:**

**Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú**

**2021**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL  
MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES  
CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021”.**

**Aprobación del jurado**

---

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 Sipán 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**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021.**

**BUSINESS PLAN FOR THE EXPORTATION OF COFFEE IN GRAIN TO THE CANADA MARKET OF THE COOPERATIVE CEDROS COFFEE JAEN, 2018-2021.**

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

**RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar si un plan de negocio logrará la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa cedros café, para lo cual se aplicó una metodología del tipo descriptiva-explicativo con enfoque transversal, mediante un diseño no experimental, con enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo); y cuya población estuvo constituido por el gerente general y 9 trabajadores de la parte administrativa, de acuerdo a la información proporcionada por la Cooperativa; 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.

A través de la aplicación de la encuesta, se logró analizar la producción de café en grano de la cooperativa, dada la categoría de respuestas, se recurrió a la confiabilidad de consistencia interna Kuder-Richardson (KR20) arrojando el coeficiente de 0.85, por lo cual se evidencio que el instrumento utilizado es confiable, concluyendo que la cooperativa cuenta con la calidad en taza de café en grano que requiera el comprador, oferta exportable y certificaciones para el ingreso al mercado canadiense.

Finalmente, para este estudio se tomó como referencia la estructura del plan de negocio del autor David Paredes Bullón; y esta manera sirvió como un documento guía para la Cooperativa Cedros Café, logrando así la exportación de café en grano al mercado de Canadá.

**Palabras claves:** Plan de Negocio, Exportación, Canadá y café en grano.

---

<sup>1</sup> Escuela Profesional de Negocios Internacionales Pregrado, Universidad Señor se Sipán- SAC., Pimentel, Perú.  
email: rcarrasconicol@crece.uss.edu.pe Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4768-250X>

# **BUSINESS PLAN FOR THE EXPORTATION OF COFFEE IN GRAIN TO THE CANADA MARKET OF THE COOPERATIVE CEDROS COFFEE JAEN, 2018-2021.**

## **ABSTRAC**

The general objective of this research was to determine if a business plan will achieve the export of coffee beans to the Canadian market of the Cooperativa Cedros Coffee, for which a methodology of descriptive-explanatory type with a transversal approach was applied, through a design not experimental, with a mixed approach (qualitative-quantitative); and whose population was constituted by the general manager and 9 workers of the administrative part, according to the information provided by the Cooperative; and in turn, it was also made up of 8 specialists in International Trade, which, through non-probabilistic sampling, served as a study sample.

Through the application of the survey, it was possible to analyze the coffee bean production of the cooperative, given the category of responses, the internal consistency reliability Kuder-Richardson (KR20) was used, yielding the coefficient of 0.85, therefore which was evidenced that the instrument used is reliable, concluding that the cooperative has the quality in cup of coffee beans that the buyer requires, exportable supply and certifications for entering the Canadian market.

Finally, for this study, the structure of the business plan of author David Paredes Bullón was taken as a reference; and this way served as a guiding document for the Cooperativa Cedros Café, thus achieving the export of coffee beans to the Canadian market.

***Keyword:*** *Business Plan, Export, Canada and coffee beans.*

# ÍNDICE

|  |            |
|--|------------|
| <b>DEDICATORIA</b> .....   | <b>iii</b> |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....  | <b>iv</b>  |
| <b>RESUMEN</b> .....   | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRAC</b> .....   | <b>vi</b>  |
| <b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....   | <b>12</b>  |
| 1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA. ....   | 12         |
| 1.1.1. <i>A nivel Internacional</i> .....  | 13         |
| 1.1.2. <i>A nivel Nacional</i> .....   | 14         |
| 1.1.3. <i>A nivel Local</i> .....  | 15         |
| 1.2. ANTECEDENTES DE ESTUDIO. ....   | 17         |
| 1.2.1. <i>Internacional</i> .....  | 17         |
| 1.2.2. <i>Nacional</i> .....   | 19         |
| 1.2.3. <i>Local</i> .....  | 21         |
| 1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....   | 23         |
| 1.3.1. <i>Base teórica conceptual</i> .....  | 23         |
| 1.3.1.1. <i>Plan de negocios</i> .....   | 23         |
| 1.3.1.2. <i>Exportación</i> .....  | 30         |
| 1.3.2. <i>Definición de términos</i> .....   | 38         |
| 1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. ....  | 39         |
| 1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.....  | 39         |
| 1.6. OBJETIVOS.....  | 40         |
| 1.6.1. <i>Objetivo General</i> .....   | 40         |
| 1.6.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....  | 40         |
| <b>II. MATERIAL Y MÉTODOS</b> .....  | <b>41</b>  |
| 2.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....   | 41         |
| 2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....  | 42         |
| 2.2.1. <i>Población</i> .....  | 42         |
| 2.2.2. <i>Muestra</i> .....  | 42         |
| 2.3. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN.....   | 42         |
| 2.3.1. <i>Variables</i> .....  | 42         |
| 2.3.2. <i>Definición de las variables</i> .....  | 43         |
| 2.3.3. <i>Operacionalización de variables</i> .....  | 44         |
| 2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD. ....  | 46         |
| 2.4.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....   | 46         |
| 2.5. PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS. ....   | 47         |
| 2.6. CRITERIOS ÉTICOS.....   | 48         |
| 2.7. CRITERIOS DE RIGOR CIENTÍFICO. ....   | 48         |
| <b>III. RESULTADOS</b> .....   | <b>49</b>  |
| 3.1. RESULTADOS EN TABLAS Y FIGURAS.....   | 49         |
| 3.1.1. <i>Resultados de la aplicación del análisis documental realizada la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café</i> .....                            | 49         |
| 3.1.2. <i>Resultados de la aplicación de la encuesta a los trabajadores del área administrativa de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café</i> ..... | 55         |

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| 3.1.3.     | <i>Resultados de la aplicación de la guía de entrevista al gerente General de la Cooperativa de Servicios Múltiples</i> ..... | 62         |
| 3.1.4.     | <i>Resultados de la aplicación de la guía de entrevista a los expertos del tema de Comercio Exterior.</i> .....               | 68         |
| 3.2.       | DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....  | 97         |
| 3.3.       | APORTE PRÁCTICO.....  | 100        |
| 3.3.1.     | <i>Título de la propuesta</i> .....   | 100        |
| 3.3.2.     | <i>Fundamentación</i> .....   | 100        |
| 3.3.3.     | <i>Objetivo</i> .....   | 100        |
| 3.3.4.     | <i>Objetivos específicos</i> .....  | 101        |
| 3.3.5.     | <i>Meta</i> .....   | 101        |
| 3.3.6.     | <i>Estructura del Plan de Negocio</i> .....   | 101        |
| 3.3.7.     | <i>Desarrollo de la Estructura del Plan de Negocio</i> .....  | 102        |
| <b>IV.</b> | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....   | <b>150</b> |
|            | CONCLUSIONES.....   | 150        |
|            | RECOMENDACIONES.....  | 151        |
|            | <b>REFERENCIAS</b> .....  | <b>152</b> |
|            | <b>ANEXOS</b> .....   | <b>157</b> |
|            | <b>ANEXO 01.</b> ENCUESTA CORREGIDA APLICADO A LOS TRABAJADORES DE LA PARTE ADMINISTRATIVA DE LA COOPERATIVA.....             | 157        |
|            | <b>ANEXO 02.</b> ENCUESTA CORREGIDA APLICADO AL GERENTE GENERAL DE LA COOPERATIVA.....  | 159        |
|            | <b>ANEXO 03.</b> ENCUESTA CORREGIDA APLICADO A EXPERTOS DE COMERCIO EXTERIOR.....   | 160        |
|            | <b>ANEXO 04.</b> VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR EXPERTOS.....   | 162        |
|            | <b>ANEXO 05.</b> FOTOS DE LOS EXPERTOS DE COMERCIO EXTERIOR Y GERENTE DE LA COOPERATIVA ENTREVISTADOS.....                    | 197        |
|            | <b>ANEXO 06.</b> APLICACIÓN DE CONFIABILIDAD DE CONSISTENCIA INTERNA KUDER-RICHARDSON (KR20).....                             | 202        |



## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 1.</b> Plan de negocio exportador .....  | 24  |
| <b>Tabla 2.</b> Definición de las variables.....  | 43  |
| <b>Tabla 3.</b> Operacionalización de las variables .....   | 44  |
| <b>Tabla 4.</b> Descripción de las técnicas e instrumentos de recolección de la información .....       | 46  |
| <b>Tabla 5.</b> Criterios éticos.....   | 48  |
| <b>Tabla 6.</b> Criterios de rigor científico.....  | 48  |
| <b>Tabla 7.</b> Misión Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café .....                             | 50  |
| <b>Tabla 8.</b> Visión Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café .....                             | 50  |
| <b>Tabla 9.</b> FODA de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café .....                         | 50  |
| <b>Tabla 10.</b> Exportaciones del 2017 de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.....       | 53  |
| <b>Tabla 11.</b> Encuesta al Gerente general de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.....  | 62  |
| <b>Tabla 12.</b> Relación de 8 expertos de Comercio Exterior en instituciones privadas y públicas ..... | 69  |
| <b>Tabla 13.</b> Variedades del café en grano.....  | 70  |
| <b>Tabla 14.</b> Tipos de café que se exportan en el Perú.....  | 72  |
| <b>Tabla 15.</b> Calidad de café de peruano para exportación.....                                       | 74  |
| <b>Tabla 16.</b> Estrategias de calidad de café .....   | 76  |
| <b>Tabla 17.</b> Caída del precio del café en el mercado nacional e internacional .....                 | 79  |
| <b>Tabla 18.</b> Incoterms para la exportación de café al mercado de Canadá .....                       | 82  |
| <b>Tabla 19.</b> Empresas o cooperativas que influyen en niveles de competencia en exportación .....    | 83  |
| <b>Tabla 20.</b> Características de la carga para el café en grano verde .....                          | 85  |
| <b>Tabla 21.</b> Medios de transporte a Canadá.....   | 87  |
| <b>Tabla 22.</b> Documentos para exportar a Canadá .....  | 88  |
| <b>Tabla 23.</b> Estrategias de comercialización.....   | 89  |
| <b>Tabla 24.</b> Intermediarios comerciales .....   | 91  |
| <b>Tabla 25.</b> Certificaciones y sellos para el ingreso al mercado canadiense .....                   | 92  |
| <b>Tabla 26.</b> Riesgos de exportación para el ingreso al mercado de Canadá.....                       | 94  |
| <b>Tabla 27.</b> Ferias y misiones de exhibición de café .....  | 96  |
| <b>Tabla 28.</b> Estructura de Plan de Negocio.....   | 101 |
| <b>Tabla 29.</b> Ficha de datos Cooperativa Cedros Café .....   | 103 |
| <b>Tabla 30.</b> Partida arancelaria del café .....   | 111 |
| <b>Tabla 31.</b> Gravámenes vigentes del café.....  | 111 |
| <b>Tabla 32.</b> Partida arancelaria Canadá .....   | 112 |
| <b>Tabla 33.</b> Exportaciones realizadas a Canadá.....   | 113 |
| <b>Tabla 34.</b> Ficha técnica Canadá .....   | 114 |
| <b>Tabla 35.</b> Segmento de mercado .....  | 116 |
| <b>Tabla 36.</b> Certificaciones Cooperativa Cedros Café .....  | 117 |

|                  |   |     |
|------------------|---|-----|
| <b>Tabla 37.</b> | Población canadiense.....                         | 119 |
| <b>Tabla 38.</b> | Consumo canadiense de café .....                  | 120 |
| <b>Tabla 39.</b> | Empresas centradas en Canadá .....                | 121 |
| <b>Tabla 40.</b> | Ferías.....                                       | 122 |
| <b>Tabla 41.</b> | Ficha técnica producto.....                       | 125 |
| <b>Tabla 42.</b> | Certificaciones para el ingreso al mercado .....  | 131 |
| <b>Tabla 43.</b> | Plan de producción.....                           | 134 |
| <b>Tabla 44.</b> | Planilla de personal .....                        | 135 |
| <b>Tabla 45.</b> | Porcentaje de beneficios .....                    | 137 |
| <b>Tabla 46.</b> | Servicios básicos y útiles de oficina .....       | 137 |
| <b>Tabla 47.</b> | Gastos de venta.....                              | 138 |
| <b>Tabla 48.</b> | Otros costos .....                                | 138 |
| <b>Tabla 49.</b> | Gastos de producción.....                         | 138 |
| <b>Tabla 50.</b> | Gastos de operación.....                          | 138 |
| <b>Tabla 51.</b> | Análisis de costos de producción proyectados..... | 139 |
| <b>Tabla 52.</b> | Activos intangibles-maquinaria y equipos .....    | 140 |
| <b>Tabla 53.</b> | Muebles y enseres .....                           | 140 |
| <b>Tabla 54.</b> | Financiamiento/prestamos.....                     | 140 |
| <b>Tabla 55.</b> | Depreciación de los activos .....                 | 142 |
| <b>Tabla 56.</b> | Costos detallados .....                           | 142 |
| <b>Tabla 57.</b> | Estados de resultados .....                       | 144 |
| <b>Tabla 58.</b> | Punto de equilibrio.....                          | 145 |
| <b>Tabla 59.</b> | Precio de punto de equilibrio .....               | 145 |
| <b>Tabla 60.</b> | Flujo de caja moderado .....                      | 146 |
| <b>Tabla 61.</b> | Flujo de caja pesimista .....                     | 147 |
| <b>Tabla 62.</b> | Flujo de caja optimista.....                      | 148 |
| <b>Tabla 63.</b> | Evaluación financiera.....                        | 149 |
| <b>Tabla 64.</b> | Sensibilidad del proyecto .....                   | 149 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |     |
|---|-----|
| <b>Figura 1.</b> Embalajes de exportación. Tipos de contenedores .....  | 35  |
| <b>Figura 2.</b> Manejo documentario .....  | 35  |
| <b>Figura 3.</b> Diseño de la investigación .....   | 41  |
| <b>Figura 4.</b> Sexo.....  | 55  |
| <b>Figura 5.</b> Café Arabica .....   | 56  |
| <b>Figura 6.</b> Café en taza.....  | 56  |
| <b>Figura 7.</b> Condiciones ambientales de café .....  | 57  |
| <b>Figura 8.</b> Zonas de café acopiado .....   | 57  |
| <b>Figura 9.</b> Café acopiado.....   | 58  |
| <b>Figura 10.</b> Capacitaciones a socios.....  | 58  |
| <b>Figura 11.</b> Café de calidad.....  | 59  |
| <b>Figura 12.</b> Precio de café .....  | 59  |
| <b>Figura 13.</b> Oferta exportable de café .....   | 60  |
| <b>Figura 14.</b> Sellos y certificaciones a Canadá.....  | 60  |
| <b>Figura 15.</b> Exigencia de mercado .....  | 61  |
| <b>Figura 16.</b> Abastecimiento de mercados .....  | 61  |
| <b>Figura 17.</b> Organigrama Cooperativa Cedros Café.....  | 104 |
| <b>Figura 18.</b> Canal de comercialización .....   | 115 |
| <b>Figura 19.</b> Brochure Cooperativa Cedros Café.....   | 123 |
| <b>Figura 20.</b> Trazabilidad de Cooperativa Cedros Café.....  | 126 |
| <b>Figura 21.</b> Proceso de cosecha hasta transporte .....   | 127 |
| <b>Figura 22.</b> Proceso de centros de acopio .....  | 129 |
| <b>Figura 23.</b> Planta de proceso- C. Norandino.....  | 132 |
| <b>Figura 24.</b> Entrevistas realizadas a los expertos de comercio exterior.....                             | 197 |
| <b>Figura 25.</b> Entrevista realizada al Gerente General de la Cooperativa Cedros Café<br>.....              | 198 |
| <b>Figura 26.</b> Encuesta realizada a los trabajadores de la parte administrativa de la<br>cooperativa ..... | 199 |

## 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 de este producto brindan, 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, entre otros.

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, 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 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. La mayoría de estas empresas 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.

### **1.1.1. A nivel 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. Uno 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. A nivel 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 alcanzo 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. A nivel 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, principales productos exportados. Las certificaciones y sellos son esenciales, marcan la diferencia entre la comercialización, ya que cumplen con los requisitos y garantizan un café 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 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 afectado por la caída del café en la bolsa de valores, al igual las lluvias perjudicando la calidad, generando así que el productor no siembre; 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 Alemania, Portugal, Francia, Suecia, entre otros países; lo cual hace que sea el principal generador de disminución de sus ingresos y el producto no sea tan competitivo en el mercado; esto se debió al precio bajo, mal asesoramiento, aumento de volumen de café, calidad de café bajo, mismos mercados, transporte y tercerización de producto. Se consideró las causas principales del problema, es el ingreso de dinero, así como el aumento de oferta de mercados. De mantenerse bajo los ingresos, la Cooperativa correrá el riesgo de salir del mercado, tendrá menores ingresos, disminuyendo así el personal de trabajo, etc.

En consecuencia, se impone entrar a un nuevo mercado y así mejorar los ingresos de la Cooperativa, mediante un plan de negocio, permitiendo así la exportación de café en grano al mercado de Canadá, 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. Antecedentes de Estudio.

### 1.2.1. 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 Vásquez (2015) llevo a cabo en su tesis titulado **“Propuesta de plan de negocios para exportar cafés especiales a la República de Corea del Sur”**, para optar el grado académico de Magister en Administración de la Universidad EAFIT-Medellín.

Además, el autor menciona que el plan de negocio sirve para conocer la viabilidad de exportación hacia el destino de República de Corea del Sur,

permitiendo el desarrollo de emprendimiento empresarial, cumpliendo así con las expectativas del mercado y satisfaciendo al consumidor final, mediante las estrategias de promoción desarrollado en el plan de negocio.

Asimismo, el resultado más relevante de la investigación de la propuesta del plan, se pudo determinar alternativas de inversión, lo cual facilito poner en marcha el emprendimiento para el posicionamiento del producto en el País de Corea del sur.

Se llegó a concluir que el café colombiano representa una oportunidad de negocios, ya sea por el sabor y la variedad, los hace únicos y diferentes a los otros mercados, siendo líder del mercado cafetaleros en el mundo, este se debe al posicionamiento estratégico de un buen producto. Otro punto importante son los tratados de libre comercio permiten ampliar la oferta de los productos colombianos, atreves de esto se firman nuevos acuerdos comerciales e ingresan mercados nuevos. Los países asiáticos en su gran mayoría importan los “SuperFoods” siendo productos 100% natural, las cuales se centran en América.

En un tercer trabajo según Zea (2018) llego a cabo en su tesis titulada **“Plan de negocios para la exportación de café verde a Toronto-Canadá”**, para optar el título de profesional de Comercio Internacional y Economista de la Universidad Cooperativa de Colombia-Bogotá.

Además, el autor menciona que esta investigación es la continuación un documento, por la cual es “Identificación del mejor modelo de negocio para la exportación de café verde Colombia a Toronto-Canadá” (Ramos, 2018), se identificaron problemas y por lo cual se planteó una propuesta para generar el cambio. Colombia tiene una gran demanda por algunos factores claves a nivel competitivo como el climas y tierra donde se cultiva y producen variedades especiales.

Asimismo, el autor llego al resultado más relevante que para ingresar al mercado canadiense es necesario actuar como bróker entre el comprador de Canadá y los caficultores en Timana, siendo Cafexcol la empresa que se

encargue de negociar las cantidades y los precios, permitiendo vender a los productores y ver el negocio rentable.

El autor llegó a concluir que Canadá es un gran mercado consumidor de café, pero los países potenciales en Asia-China, es uno de los países que no tiene industria cafetalera y está comprando café tostado y molido sin restricción alguna; siendo esto una gran oportunidad de mercado.

### **1.2.2. Nacional**

En un primer trabajo según Guevara (2013) llevo a cabo en su tesis titulado **“Plan de negocio para la mejora de producción y comercialización de café orgánico de la asociación de productores Agropecuarios del distrito de Pisuquia, provincia de Luya, región Amazonas-2013”**, para optar el título profesional de Ingeniero Agroindustrial de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-Chachapoyas.

Además, el autor menciona la finalidad de la elaboración del plan de negocio busca entrar a un mercado, permitiendo que el producto cumpla los estándares de calidad.

Asimismo, se llegó al resultado que los precios del café en el mercado para productores agropecuarios del distrito de Pisuquia son muy variables y vienen disminuyendo por la aparición de nuevos competidores, las cuales producen grandes cantidades de café, pero de baja calidad, esto hace que el mercado este saturado y provoque una disminución de precios, a esto se decidió vender sus productos al mercado Europeo.

Se llegó a concluir que el mejoramiento de la producción y comercialización de café orgánico, permitiendo internacionalizarse el producto en el mercado, mediante la ejecución del plan de negocio mejora sus acciones económicas y sus activos, incrementado sus zonas de cultivos.

En un segundo trabajo de investigación según Vizcarra (2015) llevo a cabo su tesis titulada **“Plan de negocios para la producción de café de mishasho en la ciudad de Chanchamayo para su exportación al mercado de**

**Estocolmo (Suecia), 2015”**, para optar el título profesional de Ingeniero Comercial de la Universidad Católica de Santa María-Arequipa.

Además, el autor menciona que el mercado escogido fue Suecia, ya que cuenta con las características y cualidades para que se pueda realizar dicho negocio, demostrándose mediante un análisis financiero que el plan es rentable, permitiendo así la recuperación de capital y tener un margen de rentabilidad favorable por los accionistas.

Asimismo, se llegó al resultado más relevante de la investigación que, tanto al mercado americano como europeo, se puede exportar con éxito contando con la certificación de los estándares exigidos de salud, medio ambiente y comercio justo. Este último consiste en dar un plus al valor del producto de los agricultores organizados para que puedan fortalecerse y puedan concretar relaciones comerciales de sus productos a mejores precios, esto ha sido favorable para muchos mercados a nivel mundial.

Asimismo, el autor en una de sus conclusiones determina que de acuerdo al estudio de mercado y la elaboración del plan de negocio existe un alto nivel de negocio para la exportación de café de Mishasho al mercado de Estocolmo-Suecia, debiéndose al alto consumo y las oportunidades del mercado internacional. Se determinó la demanda del proyecto en 1.14% para los próximos 8 años, en cuanto la información ya obtenida, y a su vez tendrán una incidencia sobre las ventas proyectadas de 2% año tras año.

En un tercer trabajo de investigación según Loli (2017) llevo a cabo en su tesis titulada **“Plan de negocios para la exportación de café de origen peruano encapsulado a China”**, para optar el título de Magister en Administración de la Universidad ESAN-Lima.

Es su trabajo menciona que el plan de negocio tiene como propósito la exportación de café encapsulado de origen peruano a china, por lo cual esta idea surgió atreves del auge del consumo del café de alta calidad y ventajas competitiva que tienen este producto. El consumo de café en China es un promedio de 16% de los 10 últimos años, por lo que apunta en ser uno de los mayores consumidores de café en el mundo.

Asimismo, en los resultados más relevantes muestra que el Perú cuenta con 425,416 hectáreas cultivadas de café, de las cuales los departamentos que mayor producción son Junín, San Martín, Cajamarca, Cusco y Amazonas; pero, sin embargo, los bajos precios internacionales de las exportaciones de café peruano se ven afectadas en su valor FOB.

Se llegó a concluir que existen marcas que se dedican exclusivamente a la venta de coffee pods, de las cuales son: Nespresso teniendo una participación en el mercado de 0.3%, Dulce Gusto con 0.7% y entre otras empresas su participación de 1.4%; por lo cual se incluye también la venta de café tostado molido y en grano. Es por ello que, la empresa no solo se dedicará a la venta de café encapsulado, sino a las necesidades del consumo final en el mercado de China.

### **1.2.3. Local**

En un primer trabajo según Vigo (2015) llevo a cabo en su tesis titulada **“Plan de negocio para la producción y comercialización de café orgánico en grano de la Hacienda en el Castillo en el distrito el Progreso, provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca 2015”**, para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Perú-Chiclayo.

En su trabajo nos menciona que los campesinos trabajan con técnicas de cultivos tradicionales, esto hace que el café sea de baja calidad al no poder contar con áreas científicas para la producción, analización y comercialización del café, a esto no existe un alto consumo de café.

Asimismo, el resultado más relevante puesto por el autor menciona que el consumo de café del distrito de San Ignacio es de 67.5%, el 32.5% de los pobladores ya conocen de la marca CENFROCAFÉ, esto indica la importancia que tiene al producir café de calidad en taza.

Se llegó a concluir que el Perú es caracterizado por su preferencia de consumo de café, permitiendo que el plan de negocio desarrolle un sistema de intercambio interna y externa, lo cual conlleva que la hacienda el Castillo desarrolle un proceso de selección de café en grano de alta calidad; esto permite la responsabilidad, orden y organización en sus áreas de trabajo.

En su segundo trabajo según Alarcón (2018) llevo a cabo en su tesis titulado **“Plan de negocios para la exportación de café grano verde al mercado de Alemania de la Cooperativa Agraria Cafetalera Juan Albacete LTDA, 2017-2022”**, para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipan Chiclayo-Perú.

Además, el autor menciona para el desarrollo del plan se tuvo que realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad y rentabilidad de la exportación de café, determinándose la problemática en la Cooperativa ya que, al no tener asesoramiento y tecnología a su alcance, no pueden competir en el mercado internacional.

Asimismo, en su resultado de la investigación del autor menciona que el plan de negocios permite ser una guía documentaria para la Cooperativa de forma clara y precisa, determinándose la cantidad de exportación de 9888 quintales, que representan 2 contenedores mensuales, la presentación para la venta de café es en verde, ya que la mayoría de las empresas en Alemania lo procesan, para ser vendido a las ciudades de Hamburgo y Berlín.

Se llegó a concluir primero que los productores tienen experiencia en cultivo y proceso de café, pero sin embargo la existencia de plagas hace el producto se altere, perjudicando al productor en los costos de producción; como segundo pudo concluir el autor que elaborado el plan de negocio se puede determinar la cantidad necesaria para ser exportada a Alemania.

En un tercer trabajo según Llamo y Coronel (2017) llevaron a cabo en su tesis titulada **“Potencialidades y Limitaciones del desarrollo de la Agroexportación en la Región Cajamarca: 2010-2015”**, para optar los grados de Doctores en Ciencias de la Universidad Nacional de Cajamarca-Perú.

Además, los autores mencionan que el Perú cuenta con climas favorables para el cultivo de café y tara, porque tiene diversos pisos ecológicos para su cultivo. Los productores cultivan las variedades de alta calidad como Típica, Bourbon, Arabica, Caturra, Pache y Borbón, siendo las provincias con mayor producción son: San Ignacio, Jaén y San Miguel, y los mayores importadores de este producto son Alemania, Italia, Japón y Francia.

Asimismo, en sus resultados más relevantes de sus investigaciones mencionan que el café se desarrolla desde los 600 hasta los 1800 metros sobre el nivel del mar, pero, sin embargo, el 75% de los cafetales esta sobre los 1,000 msnm., esto se debe a la combinación de climas, suelos y luz solar constituyendo escenarios propios para el cultivo del café. Las variedades que se cultivan son: Typica 70%, Caturra 20% y entre otras a 10%. en la actualidad los grupos de agricultores peruanos se han especializado y trabajan en orgánico y otros cafés especiales, reconocido por la taza, acidez y sabor, que se ajusta a los microclimas, temperatura y la altura (1400-1800 m.s.n.m.).

Los autores llegaron a concluir que las potencialidades son factores que favorecen el potencial agroexportador del café y tara, por lo cuales son: adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinamismo proceso de comercialización, disponibilidad de tierras cultivadas y variedades de climas que permiten una fácil adaptación de productos en la región de Cajamarca. El 20% de café está representado por asociaciones y cooperativas en la región de Cajamarca, las mismas cuentan con certificaciones orgánicas y aplican Buenas Prácticas Agrícolas.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema.**

#### **1.3.1. Base teórica conceptual**

##### **1.3.1.1. Plan de negocios.**

Según Paredes (2010) define que “el plan de negocio es un resumen detallado de la empresa existente, que sirve para ayudar a conocer el negocio,

sus antecedentes, los factores de éxito o fracasos, las estrategias y metas” (p. 3).

El plan de negocio es un documento de presentación de la empresa, describe los productos y servicios que ofrece, así como todos los factores que intervienen en el desarrollo de sus operaciones, lo cual implica el planteamiento, con especial cuidado en las fuentes de financiamiento. (Arbaiza Fermini, 2015, pág. 21)

### ***¿Qué consiste el plan de negocio?***

Un plan de negocio expone el método para dirigir una actividad específica dentro de un periodo específico a futuro. Un plan revisa usualmente la posición actual de una organización y expone una estrategia de negocio general durante cinco años con un plan financiero y más detallado operacionalmente para el seguimiento año. El plan y las estrategias cubrirán todas las áreas de negocio. (Stulely, 2015, pág. 30)

### ***El plan de negocio de Exportación***

- Lleva la idea de negocio hacia el ámbito internacional, por ser este plan hacia el mercado exterior.
- Busca el producto de la empresa seleccionado para exportar.
- País seleccionado como mercado objetivo. (Paredes B., 2010, pág. 5)

### **Tabla 1.**

Plan de negocio exportador

|   |
|---|
| Resumen ejecutivo                             |
| I. Plan estratégico y plan organizacional.    |
| a) Descripción de la empresa                  |
| b) Datos de la empresa                        |
| - Análisis de potencial exportador            |
| - Plan estratégico                            |
| Visión  |
| Valores                                       |
| Misión  |
| Objetivos                                     |
| Estrategias                                   |
| Indicadores                                   |
| c) Matriz resumen de fortalezas y debilidades |
| d) Plan organizacional                        |



- Estructura de personal
- Plan de recursos humanos
- II. Análisis del producto en el mercado objetivo y plan de marketing.
  - a) Análisis del producto
  - b) Partida arancelaria
  - c) Selección del mercado objetivo
  - d) Mercado objetivo
    - Datos generales
    - Exigencias del producto
    - Canales de distribución
    - Medios de transporte
  - e) Perfil del consumidor
    - Segmentación demográfica
    - Segmentación geográfica
    - Segmentación psicográfica
  - f) Medición de mercado
  - g) Análisis competitivo y Benchmarking
  - h) Mix marketing
- III. Gestión exportadora
  - a) Análisis del precio de exportación
    - Costos de producción
    - Costos y gastos de exportación
    - Selección del precio de exportación
    - Modalidad de pago
  - b) Distribución física internacional
    - Características de la carga
    - Condiciones de venta
    - Análisis de riesgos
  - c) Manejo documentario
  - d) Modelo de cotización
  - a) Modelo de cotización
- IV. Análisis financiero y plan financiero
  - a) Análisis financiero
    - Estados financieros
      - Balance general
      - Estados de pérdidas y ganancias
      - Ratios financieros
    - Punto de equilibrio
  - b) Plan financiero
    - Presupuesto maestro
    - Presupuesto operativo
    - Presupuesto financiero
    - Flujo de caja proyectado
    - Análisis de sensibilidad

*Fuente:* Manual Planex, 2010

### **Resumen ejecutivo.**

Arbaiza (2015) señala que “el resumen comienza con los datos principales de la presentación: el nombre, la ubicación, el rubro de actividad, la fecha de fundación de la empresa y las características que la hacen única” (p. 21).

### **Descripción del negocio**

Arbaiza (2015) describe que “la descripción del negocio consiste en la presentación del concepto sobre el cual se sostiene la empresa. En esta sección se deben detallar los antecedentes y las razones que hacen interesante al negocio” (p. 36).

### **Producto o servicio del negocio**

Debe de contener los productos que ofrece la empresa, sus características y la demanda identificada. (Promperu, 2017, pág. 31)

### **Mercado objetivo**

Debe contener características del consumidor en el mercado identificado, los canales de distribución por medio de los cuales el consumidor accederá al producto, el precio al que se ofrecerá el producto en dicho canal, hábitos de compra y de consumo. (p. 30)

### **Planteamiento estratégico**

Este punto es determinar en la elaboración del plan, porque implica que el negocio se oriente hacia el futuro y que las disecciones tomadas estarán vinculadas con los objetivos organizacionales. Es definir el rumbo de la empresa (...). Como parte del planteamiento, se detallarán la misión, la visión y sus objetivos estratégicos del negocio, así como el análisis FODA y las tácticas genéricas. (Arbaiza Fermini, 2015, pág. 84)

### **Análisis FODA**

Es una herramienta que sirve para analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa y así determinar su situación competitiva frente a los competidores. Su principal función es detectar y analizar las variables externas que podrían afectar a la organización, así como

los recursos y capacidades internas con las que cuenta la organización. (Weinberger V., 2009, pág. 137)

### ***Organización y plan de recursos humanos***

Arbaiza (2015) “hace referencia al diseño organización y a la gestión de recursos humanos. Encontrar, organizar y mantener un equipo que otorgue valor a la compañía es fundamental para alcanzar las metas propuestas en el plan de negocio” (p. 20).

### ***Análisis de producto en el mercado objetivo***

#### ***Análisis del producto***

Identificamos el producto a exportar con la respectiva partida arancelaria en el mercado mundial. (Promperu, 2017, pág. 31)

#### ***Clasificación arancelaria***

Según Promperu (2017) mencionó que “las mercancías se clasifican en partidas arancelarios. Clasificar arancelariamente una mercancía es asignar uno de los códigos de la nomenclatura utilizada en la estructura del arancel de aduanas del Perú” (p. 113).

#### ***Datos del país objetivo***

Es importante conocer la información principal del país objetivo. Estos pueden ser: Población, PBI, PNB pre cápital, volumen y valores de importaciones, tamaño y tendencias del mercado, otras variables: superficie, clima, etc. (Promperu, 2017, pág. 49)

#### ***Canal de distribución***

Se denomina canal de distribución a la serie de pasos que debe seguir un producto para llegar al consumidor final. En el caso de la exportación, los componentes de la red comercial internacional son los siguientes:

- *Clientes directos*: compran directamente a la empresa.
- *Clientes indirectos*: compran los productos a otros eslabones situados a lo largo del canal de comercialización.
- *Distribuidores*: obtienen su ganancia de la diferencia entre el precio al que adquieren los productos de las empresas y el precio al que los venden a sus propios clientes, que suelen ser mayoristas.

- *Cosas importadas*: actúan como clientes directos, también como agentes de un comprador, en la misma forma en que los agentes de la empresa actúan para ellos en las ventas.
- *Empresas industriales*: las grandes empresas industriales suelen comprar directamente a los productores.
- *Mayoristas*: pueden ser clientes, aunque normalmente son clientes indirectos que se abastecen a través de distribuidores.
- *Cadena de tiendas*: las grandes almacenes y supermercados son a menudo cadenas que tienen una organización de compras central. (Promperu, 2017, págs. 142-143)

Existen dos actores principales en la cadena de distribución, las cuales son: los compradores y los agentes. El primero puede comprar directamente al exportador, mientras que el segundo actúa como intermediario entre el exportador y el comprador. En Canadá es común la participación de un agente en las operaciones de comercio exterior, esto se debe al conocimiento que estos tienen en el mercado y la preferencia física en el país (...). Los brokers toman pedidos por parte de los compradores canadienses, luego de eso contratan y negocian con los exportadores. (PDM, 2016, pág. 56)

### ***Medios de transporte***

Es el medio de carga de un lugar situado en un país distinto, efectuando en una forma tal que la mercancía llegue a su destino en las condiciones contratadas entre el usuario del servicio y el transportista. (Paredes B., 2010, pág. 62)

### ***Perfil del consumidor***

Es importante conocer a detalle todas las características de un mercado disponible, es necesaria la búsqueda de herramientas que nos permitan analizar el mercado de manera más sencilla. Identificación de mercado: demográfica, geográfica y Psicográfica. (Paredes B., 2010, págs. 51-72)

### **Plan de marketing**

El plan de marketing es el instrumento que, una vez se tenga establecida la planeación del marketing de la empresa, lleva las estrategias a la acción. (Silva, Gonzales, Martínez, Giraldo y Juliao, 2014, p. 173)

### **Plan de operaciones**

#### ***Ficha de insumo producto***

*Insumo:* materia prima y otros que se utilizan para la elaboración de cada producto, en cada etapa del proceso productivo, deben de indicar las características, calidad, durabilidad, etc. (PDM, 2016, pág. 171)

#### **Análisis económico y financiero**

El análisis económico y financiero permite establecer el monto inicial necesario para poner en marcha el negocio y presupuestar los costos destinados a la ejecución de cada uno de los planes. (Arbaiza Fermini, 2015, pág. 192)

El análisis financiero se encarga de revisar como se ha desempeñado la empresa en el pasado que el plan financiero se ocupa de cual se espera que sea ese desempeño en el futo. (PDM, 2016, pág. 209)

#### ***Análisis de estados financieros***

El objetivo de los estados financieros con propósito de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, del desempeño financiero y de los flujos de efectivo. (p.216)

#### ***Estado de ganancias y perdidas***

Muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad o perdida resultado de las operaciones de la compañía durante un periodo determinado. (p.215)

#### ***Plan financiero***

Valor actual meto-VAN: Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja que va a generar el proyecto, descontando a un crédito tipo de intereses (la tasa de descuento), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza normalmente el costo promedio ponderado del capital de la empresa que se hace la inversión. (p.245)

Tasa interna de retorno-TIR: se define como tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero. (p. 246)

### 1.3.1.2. Exportación

#### **Exportación**

Según Mercado (2006) 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 *Cenephora* (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)

### **Condiciones ambientales del cultivo del café**

Como todas las plantas, el café necesita de condiciones ambientales especiales para su producción, y todas tienen importancia.

- *Temperatura*: esta debe ser entre los 17 a 26°. La temperatura es muy importante porque si es menor de 16 grados se pueden quemar los brotes, y si la temperatura sobrepasa los 27 grados hay más riesgo de deshidratación de la planta con la reducción de la fotosíntesis.
- *Altura*: la altura apropiada para la producción del café es de entre 900 a 1600 metros sobre el nivel del mar. Si se cultiva el café a

menor altura, los costos de producción aumentan, ya que se reduce la calidad de los granos de café. En cambio, si se cultiva a mayor altura de la aconsejada, se produce un menor crecimiento de las plantas.

- *Vientos*: los vientos también son importantes e la producción del café, porque si los vientos superan los 30 Km. /h se produce un daño en la planta con la caída de hojas, rotura de flores y deshidratación de las yemas.
- *Lluvias*: el agua natural que reciben las plantas es esencial, pero si es excesiva puede ser perjudicial. Por ello, el rango establecido de precipitaciones necesidad para la producción de café es de, entre 1,000 a 3,000 milímetros/año. Si lleve más se produce hongos, y si reciben menos lluvia la producción disminuye, porque se reduce el crecimiento de las plantas de café.
- *Humedad*: la humedad es también muy importante y va de la mano de las precipitaciones. Si humedad es mayor a 90.0% hay riesgo de que la planta se enferme con hongos. (Figueroa H., Pérez S., & Godínez M., s/f, pág. 6)

### **Calidad de producto**

Es un conjunto de calidades de una cosa, por lo que su significado no expresa, lo que realmente se desea hacer sobresaltar y fomentar. (...) el producto debe sujetarse a las normas de calidad establecidas, lolo 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. (Figuerola 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 a los que es posible exportar.

- Derechos de aduanas y contingentes. Hay por lo menos tres razones:
- 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



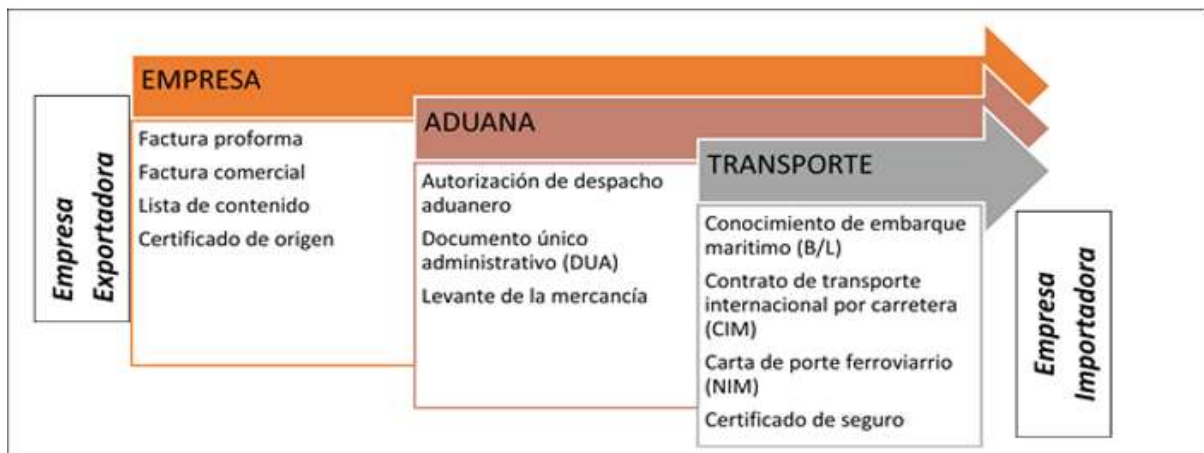
**Fuente:** Comercio Internacional I

– **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



**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 riesgo 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 gua 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 lo que está haciendo la competencia. (Rodríguez A., 2016, pág. 12)

### **1.3.2. Definición de términos**

#### **Financiación**

Paz (Paz, 2008) define que “la negociación en actividades dirigidas a lograr acuerdos entre los participantes a los afectados de cerrar transacciones exitosas” (p. 14).

#### ***Negociación***

“La financiación son actividades dirigidas a obtener y otorgar financiamiento para facilitar todas las tareas anteriores” (p. 32).

#### ***Factura proforma***

(García T., 2015) definen que “es un documento de se emplea habitualmente en las transacciones con terceros países” (p. 9).

#### ***Factura comercial***

“Es el documento administrativo que contiene la información relativa a la venta realizada por la empresa exportadora y esta ha de poner a disposición administrativa y fiscal de la empresa importadora” (pág. 17)

### ***Incoterms***

Cabrera (2013) define que “Incoterms son instrumentos claves en la gestión de las operaciones de compraventa de mercancías, que constituyen el objetivo del comercio nacional e internacional” (p. 53).

### ***Brokers***

Lawrence y Joehnk (2005) determinan que “la actividad principal de los brokers consiste en ejecutar las compras y ventas de los clientes al mejor precio posible” (p.73).

### ***Transporte***

Paz (2008) define que “el transporte son actividades relacionadas con el traslado físico de la mercancía a través de los distintos tipos de porteadores: terrestres, marítimos, aéreos, ductos, y planificación de las rutas a utilizar” (p. 32).

## **1.4. Formulación del Problema.**

¿De qué manera un plan de negocio influye en la exportación del café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021?

## **1.5. Justificación e importancia del estudio.**

**Factor económico:** Con el desarrollo de este plan se desea analizar la exportación del café en grano verde al mercado de Canadá, determinando la demanda ya sea, por gustos o preferencias del consumidor, y de esta manera incrementar la oferta exportable en la región y así la cooperativa ingrese a un nuevo mercado; mejorando los estándares de calidad, ingresos y los costos logísticos de la Cooperativa.

**Factor social:** La Cooperativa necesitará capacitar a sus 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 plan de negocio, para mejorar las exportaciones. Lo cual se desarrollará nuevas ideas y oportunidades para el estudio, y así solucionar el problema que se ha desarrollado en la presente investigación.

## **1.6. Objetivos.**

### **1.6.1. Objetivo General**

Determinar si un plan de negocio logrará la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, 2018-2021.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.
- Analizar la producción de café en grano verde de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén.
- Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.
- Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de café en grano al mercado de Canadá.



## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1. Tipo y diseño de la investigación.

Por las características de las variables de estudio la investigación se enmarca en una tipología mixta (cualitativa-cuantitativa); dado que, durante el proceso de la investigación, para la medición de las variables se consideraron los instrumentos como entrevistas y encuestas para determinar la medición de las variables y posteriormente determinar la viabilidad del estudio. Además, la investigación presenta una tipología de carácter analítico y descriptivo.

Así mismo, el diseño de la investigación es no experimental, porque durante el proceso investigativo, no se manipuló ninguna de las variables de estudio. Es decir, éstas fueron analizadas e interpretadas 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 plantear una idea de negocio que conlleve a realizar la exportación de café en grano al mercado de Canadá.

El diseño se muestra en la figura adjuntada:



**Figura 3.** Diseño de la investigación

Donde:

M: muestra de estudio.

O1: observación de la realidad.

X: Plan de Negocio.

O2: Realidad modificada.

## **2.2. Población y muestra.**

### **2.2.1. Población**

La población estuvo conformada por 3 grupos de personas, las cuales son:

Población uno: Nueve trabajadores de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

Población dos: Un gerente General de la Cooperativa de Servicios Múltiples cedros Café.

Población tres: 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).

### **2.2.2. Muestra**

Para la elección de la muestra se recurrió al tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia; 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:

Muestra uno: Nueve trabajadores del área de producción de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

Muestra dos: Un general de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

Muestra tres: Ocho expertos del tema de comercio Exterior.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2004) definieron que “en las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador” (p. 176).

## **2.3. Variables y Operacionalización.**

### **2.3.1. Variables**

La investigación contará con dos variables, las cuales son:

**X:** Plan de Negocio (Variable Independiente).

**Y:** Exportación (Variable Dependiente).

### 2.3.2. Definición de las variables

**Tabla 2.**

Definición de las variables

| <i>Variables</i>                                | <i>Definición conceptual</i>  | <i>Definición operacional</i>  |
|---|---|--|
| <b>V. Independiente:</b><br><br>Plan de Negocio | Según Paredes (2011) define que “el Plan de Negocio es un resumen detallado de la empresa existente, que sirve para ayudar a conocer el negocio, sus antecedentes, los factores de éxito o fracasos, las estrategias y metas” (p. 4).   | La variable plan de negocio, se medirá teniendo en cuenta 5 dimensiones: antecedentes de la empresa, plan estratégico y plan organizacional, análisis del producto en el mercado objetivo y plan de marketing, plan de operación, y análisis financiero y plan financiero; estas a su vez serán medidas de acuerdo a los indicadores cuyos planteamientos serán presentado mediante la técnica de un análisis documentario y entrevista; cuyos instrumentos fueron la guía de análisis documentaria para la propuesta del plan de negocio. |
| <b>V. Dependiente:</b><br><br>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 encuesta y entrevista; cuyos instrumentos fueron el cuestionario y guía de entrevista respectivamente.  |

*Fuente:* Elaboración propia

### 2.3.3. Operacionalización de variables

**Tabla 3.**

Operacionalización de las variables

| Variable                              | Dimensiones                            | Indicadores  | Ítems   | Técnicas e instrumentos de recolección de datos  | Categoría |                           |   |
|---------------------------------------|--|--|---|--|-----------|---------------------------|---|
| <b>V.<br/>Independiente:</b>          | Antecedentes de la empresa             | Resumen ejecutivo  | Descripción de la empresa                       | Análisis documental-Guía de Análisis documental  |           |                           |   |
|                                       |  |  | Producto de la empresa                          |  |           |                           |   |
|                                       | Plan estratégico y plan organizacional | Plan estratégico   | Visión  |  |           |                           |   |
|                                       |  |  | Misión  |  |           |                           |   |
|                                       |  |  | Valores   |  |           |                           |   |
|                                       |  | Análisis FODA  | Fortalezas y oportunidades                      |  |           |                           |   |
|                                       |  |  | Debilidades y amenazas                          |  |           |                           |   |
|                                       |  | Plan organizacional  | Estructura de personal                          |  |           |                           |   |
|                                       | Plan de Negocio                        | Análisis del producto en el mercado objetivo y plan de marketing | Descripción del producto                        |  |           | Clasificación arancelaria | Análisis documental-Guía de análisis documental/Encuesta-Guía de entrevista |
|                                       |  |  | Mercado objetivo                                |  |           | Datos generales           |   |
|                                       |  | Gerente de la Cooperativa  |   |  |           |                           |   |
| Canal de distribución                 |  | Gerente de la Cooperativa  | Entrevista-Guía de entrevista                   |  |           |                           |   |
|                                       |  | Experto de C.E.  |   |  |           |                           |   |
| Medios de transporte                  |  | Gerente de la Cooperativa  |   |  |           |                           |   |
|                                       |  | Experto de C.E.  |   |  |           |                           |   |
|                                       |  | Perfil del consumidor  | Segmento de consumidor                          | Análisis documental-Guía de análisis documental/ |           |                           |   |
|                                       | Mix marketing                          | Gerente de la Cooperativa  | Entrevista-Guía de entrevista                   |  |           |                           |   |
|                                       |  | Expertos de C.E.   |   |  |           |                           |   |
| Plan de operación                     | Ficha de insumo producto               | Insumos  |   |  |           |                           |   |
| Análisis financiero y plan financiero | Análisis financiero                    | Estados financieros  | Análisis documental-Guía de análisis documental |  |           |                           |   |
|                                       | Plan financiero                        | VAN-TIR  |   |  |           |                           |   |

| Variable                          | Dimensiones                               | Indicadores                        | Ítems de preguntas            | Técnicas e instrumentos de recolección de datos | Categoría |
|-----------------------------------|---|------------------------------------|-------------------------------|---|-----------|
| <b>V. Dependiente:</b>            | Producto                                  | Variedad                           | Trabajadores-Cooperativa      | Encuesta-Cuestionario                           | Si<br>No  |
|                                   |   |                                    | Expertos de C.E.              | Entrevista-Guía de entrevista                   |           |
|                                   |   | Condiciones ambientales de cultivo | Trabajadores-Cooperativa      | Encuesta-Cuestionario                           | Si<br>No  |
|                                   |   |                                    | Calidad                       | Trabajadores-Cooperativa                        | Si<br>No  |
|                                   |   | Precio del café                    | Expertos de C.E.              | Entrevista-Guía de entrevista                   |           |
|                                   |   |                                    | Trabajadores-Cooperativa      | Encuesta-Cuestionario                           | Si<br>No  |
|                                   | Mercado exterior                          | Demanda y oferta                   | Gerente-Cooperativa           | Entrevista-Guía de entrevista                   |           |
|                                   |   |                                    | Expertos de C.E.              | Encuesta-Cuestionario                           | Si<br>No  |
|                                   | Exportación                               | Competencia                        | Gerente-Cooperativa           | Entrevista-Guía de entrevista                   |           |
|                                   |   |                                    | Gerente-Cooperativa           |   |           |
|                                   |   |                                    | Experto de C.E.               |   |           |
|                                   | Gestión exportadora                       | Análisis de precios de exportación | Gerente-Cooperativa           | Entrevista-Guía de entrevista                   |           |
|                                   |   |                                    | Expertos de C.E.              |   |           |
|                                   |   |                                    | Gerente-Cooperativa           |   |           |
| Acceso de mercado                 | Distribución física internacional         | Gerente-Cooperativa                | Entrevista-Guía de entrevista |   |           |
|                                   |   | Expertos de C.E.                   |                               |   |           |
|                                   |   | Manejo documentario                |                               |   |           |
| Acceso de mercado                 | Derechos e impuestos grabados al producto | Gerente-Cooperativa                | Encuesta-Cuestionario         | Si<br>No  |           |
|                                   |   | Certificados y controles           |                               |   |           |
| Cobertura de seguro de transporte | Cobertura de riesgos                      | Trabajadores-Cooperativa           | Entrevista-Guía de entrevista |   |           |
|                                   |   | Expertos de C.E.                   |                               |   |           |
|                                   |   | Gerente-Cooperativa                |                               |   |           |
| Eventos comerciales               | Ferias o misiones comerciales             | Gerente-Cooperativa                | Entrevista-Guía de entrevista |   |           |
|                                   |   | Expertos de C.E.                   |                               |   |           |

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

### 2.4.1. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Durante la ejecución del presente trabajo de investigación Plan de Negocio para la Exportación de Café en Grano Verde 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, la encuesta/cuestionario y entrevista/guía de entrevista; los mismos se describen en la siguiente tabla:

**Tabla 4.**

Descripción de las técnicas e instrumentos de recolección de la información

| <b>Técnicas/<br/>Instrumentos</b>                           | <b>Aplicada a</b>   | <b>Finalidad</b>   |
|---|---|--|
| <b>Análisis documental/<br/>Guía de análisis documental</b> | Área administrativa de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.   | Extraer y reunir información con respecto a diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén, dicha información recolectada fue del Plan Estratégico de la Cooperativa, SUNAT, PROMPERU, Guías de Mercado, y entre otras fuentes confiables. |
| <b>Encuesta/<br/>Cuestionario</b>                           | Grupo de 9 trabajadores de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, a quienes se le formularon 12 preguntas de las cuales fueron cerradas y abiertas.                     | Reunir información con respecto al análisis de la producción café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café ubicada en la provincia de Jaén.   |
| <b>Entrevista/<br/>Guía de entrevista</b>                   | Gerente de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.<br>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 el primer y tercer objetivo de la investigación.  |

*Fuente:* Elaboración propia.

## **2.4.2. Validez y confiabilidad**

### **Validación (Expertos)**

Para la validación de los instrumentos de recolección de datos, se aplicó el criterio de validez de contenido, las cuales fueron realizadas mediante la técnica juicio de expertos; para tal finalidad se seleccionaron 5 expertos para la validación de las dos entrevistas y una encuesta, de la cuales fueron: un profesional en metodología de investigación científica; asimismo, 4 expertos en Comercio Exterior. Los mismos fueron revisados con criterio técnico y validado en su forma de constructo y contenido.

### **Confiabilidad**

Para la confiabilidad del cuestionario se determinó teniendo en cuenta las características del instrumento y dada la categoría de respuestas (Si-No); se recurrió a la confiabilidad de consistencia interna Kuder-Richardson (KR20), la cual arrojó en el coeficiente un 0.85; lo que indico que el instrumento es altamente confiable; es decir, existe relación entre los ítems formulados y los objetivos de la investigación.

## **2.5. Procedimientos de análisis de datos.**

El trabajo de investigación estuvo realizado de acuerdo a los instrumentos de estudio ejecutados a dichas personas que se requirieron, con el fin de obtener ideas claras y concretas sobre el estudio.

Además, se realizaron viajes de estudio programados a la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, ubicada en la provincia de Jaén del departamento de Cajamarca, donde se ejecutaron las técnicas de estudio (instrumentos), tanto a los trabajadores como al gerente de la Cooperativa.

De igual manera, se pudo determinar mediante los paquetes de Office (IBM SPSS versión 25.0 y Excel) el segundo objetivo, representándose en gráficos y tablas que muestren el análisis estadístico de los datos recolectados, esto permitió a la vez llegar a las conclusiones y recomendaciones de la presente tesis realizada.

## 2.6. Criterios éticos.

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

**Tabla 5.**

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, entrevistas y encuesta, 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 encuestas y entrevistas elaboradas a los trabajadores y 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.

## 2.7. Criterios de Rigor científico.

Los criterios de rigor científico fueron los siguientes:

**Tabla 6.**

Criterios de rigor científico

| <b>PRINCIPIOS DE RIGOR CIENTÍFICO</b> |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Credibilidad</b>                   | Se desarrolló este trabajo para poder determinar con la aplicación y uso de los instrumentos de estudio, lo cual, determinado mediante datos verdaderos en la presentación de informes y gráficos. |
| <b>Validez</b>                        | Se demostró la validez del trabajo de investigación, por medio de la aplicación de técnicas e instrumentos, demostrando así la finalidad de la investigación.                                      |
| <b>Confiabilidad</b>                  | La confiabilidad del instrumento cuestionario, tuvo que ver con la fiabilidad del mismo, arrojando éste resultados de acuerdo a los criterios técnicos de confiabilidad.                           |
| <b>Objetividad</b>                    | La investigación ha sugerido y se ha desarrollado con un tema muy relevante, lo cual es un Plan de Negocio que permitirá la exportación de café en grano al mercado de Canadá.                     |

*Fuente:* elaboración de la autora.



### III. RESULTADOS

#### 3.1. Resultados en Tablas y Figuras.

A continuación, se presentan los resultados de la investigación; los mismos responden a los objetivos propuestos: (1) Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, (2) Analizar la producción de café en grano verde de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café de la provincia de Jaén, (3) Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá, (4) Diseñar un Plan de Negocio que logre 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 la Cooperativa, y identificación de riesgos para el ingreso a Canadá, la encuesta realizada a los trabajadores del área administrativa de la Cooperativa y 2 guías de entrevista, de las cuales una fue aplicada al gerente de la Cooperativa y otra aplicada a expertos en Comercio Exterior.

##### 3.1.1. Resultados de la aplicación del análisis documental realizada la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

*Objetivo 1: Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén.*

Para este objetivo se realizó el recojo de información brindada por el gerente General Jorge Carrillo Enríquez de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, el documento fue el Plan estratégico, por el cual los puntos analizados fueron: la misión, visión y FODA. A partir de este hecho se pudo identificar los aspectos que definieron los ambientes interno y externo de la cooperativa; encontrándose cierta desactualización de este documento FODA, del cual se pudo complementar el mismo identificando fortalezas, debilidades, oportunidad y amenazas en un estado actual.

###### 3.1.1.1. Misión y Visión

A continuación, se presenta la Misión y Visión trazadas por la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

**Tabla 7.**

Misión Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café

“Somos una Cooperativa que integra a productores organizados, que articula la producción y comercialización de productos agropecuarios, con servicios de calidad a sus asociados”.

**Fuente:** Plan estratégico de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café  
Elaboración propia

**Tabla 8.**

Visión Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café

“Al año 2022, COOP CEDROS CAFÉ, es una cooperativa sólida y líder en desarrollo sostenible, que integra a productores competitivos de café y cacao”.

**Fuente:** Plan estratégico de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café  
Elaboración propia

**Análisis:** La Cooperativa si cuenta con misión y visión mostrada en la tabla 7 y 8, se viene trabajando para cumplirlo, esto se ve reflejado en la proyectos nuevos y exportaciones, a su vez, cuenta con certificaciones y sellos (EU organic, UTZ, USDA Y Fairtrade), por lo cual ha pasado por un proceso de evaluación para la obtención de estos mencionados.

3.1.1.2. FODA

A continuación, se presenta el análisis FODA de la cooperativa, el análisis interno (Fortalezas y Debilidades) así como el análisis Externo (Oportunidades y Amenazas), por lo que se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 9.**

FODA de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café

| Fortaleza  | Debilidades  |
|--|--|
| ✓ Es una cooperativa de servicios múltiples, que agrupa a 216 productores. | ✓ Ausencia de compromisos y propósitos compartidos entre socios y directivos/ en |

|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Compromiso y participación de los socios.</li> <li>✓ Cuenta con una logística para iniciar sus operaciones de acopio y comercialización.</li> <li>✓ Existencia de una estructura reglamentaria que define responsabilidades que le competen a directivos, socios y equipo técnico- reglamento interno, socializado en asamblea.</li> <li>✓ Conocimiento y experiencia en el manejo del mercado nacional e internacional/Tendencia al posicionamiento en mercados internacionales de recuperación de precios en el mercado. En cedros café se ha ido aumentando:380 1 año 430 2 años, 3 años 460.</li> <li>✓ Cuenta con programas de certificaciones de cafés especiales (comercio justo, orgánico y UTZ) certifica el café orgánico con OCIA, comercio justo atreves de Fairtrade y UTZ CERTIFIED.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>un 30%., se siente un poco más en los socios.</li> <li>✓ Falta de capital de trabajo.</li> <li>✓ No cuentan con local propio.</li> <li>✓ Falta capacitación del equipo técnico, administrativo.</li> <li>✓ No cuentan con clientes definidos. Venden su café a través de terceros como Norandino, cafema, etc.</li> <li>✓ Falta trabajar en un posicionamiento en el ámbito regional y nacional. Mercado local y nacional.</li> <li>✓ Las áreas (comercial, administrativa y producción) no cuentan con metas anuales, solo tienen un plan general.</li> <li>✓ No cuenta con un laboratorio de control de calidad organoléptica.</li> <li>✓ No cuenta con cobertura de riesgos. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco conocimiento de los documentos normativos de la cooperativa en los socios, directivos y equipo técnico.</li> <li>- Deficiente coordinación e información entre técnicos de campo y socios.</li> </ul> </li> </ul> |
|--|--|

| <b>Oportunidades</b>   | <b>Amenazas</b>   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existe marco legal de las cooperativas y otras normas. Ley General de Cooperativas.</li> <li>✓ La política nacional, regional y local, apuestan por la inversión en sector agrario. Programa del estado.</li> <li>✓ Se promueve La globalización, la gestión del conocimiento y la tecnología.</li> <li>✓ La existencia de redes de cooperación entre cooperativas, ejemplo cedros café- coopac Norandino</li> <li>✓ La relevancia del factor ambiental en el sector cafetalero.</li> <li>✓ Distribución/presencia de las empresas transnacionales en las zonas cafetaleras.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casi nula implementación de políticas agrarias.</li> <li>✓ La crisis de los valores para un verdadero desarrollo humano.</li> <li>✓ Poca o casi nula investigación en el sector cafetalero.</li> <li>✓ Los intermediarios distorsionan los precios en el cafetalero.</li> <li>✓ Los intermediarios distorsionan los precios en el mercado.</li> <li>✓ Competencia desleal de otros entes del mismo rubro, pueden quitar el liderazgo de la Cooperativa caso del sector privado. Requejo y Huancaruna.</li> <li>✓ Poco interés del Estado al sector productivo en la implementación de medidas preventivas antes desastres naturales, como el cambio climático que</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Legislación laboral.</li> <li>✓ Interés de Cedros Café de aprovechar las oportunidades de financiamiento de proyectos como Agro Ideas, Innova, Fincyt, Procompite, etc.</li> <li>✓ La tendencia de consumo de alimentos sanos y orgánicos en el mundo posibilita la venta de nuestros productos en otros mercados.</li> <li>✓ Sector público y privado financian temas de investigación relevantes en cacao y café.</li> </ul> | <p>puede ocasionar fenómenos lluviosos o de sequías.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cooperación internacional en los últimos tiempos ha dejado de financiar proyectos a nivel de Perú, por su crecimiento económico.</li> <li>✓ Subida del tipo de cambio encarece los insumos.</li> <li>✓ Variabilidad climática que genera plagas y enfermedades en los cultivos.</li> <li>✓ Falta de fidelidad de los socios y de directivos de la cooperativa.</li> <li>✓ Comercio justo certifica a las grandes empresas agro exportadoras.</li> <li>✓ Competencia desleal entre cooperativas por necesidad de cumplimiento de contrato.</li> </ul> |
|---|--|

**Fuente:** Plan estratégico de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café  
Elaboración propia

**Análisis:** La Cooperativa cuenta con un documento FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) desde el año 2017, fue gracias a una investigación realizada hace dos años, de acuerdo a este análisis se complementará con los datos actuales, por lo que se agregó algunos puntos, estos son:

### **Fortalezas**

- Cooperativa que agrupa a 280 productores ubicadas en las zonas de Jaén y San Ignacio.
- Cuenta con un laboratorio de control de calidad organoléptica.
- Conocimiento y experiencia en la comercialización del producto nacional e internacional.
- Programa de certificación de cafés especiales (Comercio Justo, Orgánico, UTZ, USDA y JAS).
- Producción de cafés de calidad (tazas altas) para su exportación.
- Capacitación al socio con nuevos temas de mejora para el proceso de cosecha.
- Cambio de logo institucional.

### **Debilidades:**

- No cuentan con local propio.
- No venden directamente al cliente final, sino a un Brokers hace de intermediario (menos precio de lo esperado).
- No ser conocida a nivel local como organización exportadora.
- Tercerización maquila (hasta el año 2020 tener propio proceso).
- Poco conocimiento de costos logísticos, por lo que lo realiza otra persona (tercerizado).

#### **Oportunidades:**

- Oportunidad de participación en ferias internacionales.

#### **Amenazas.**

- Competencia desleal con otras organizaciones con el mismo rubro, quitan liderazgo alguno de la cooperativa.
- Competencia desleal por cumplimiento de contratos.

*Objetivo 2: Analizar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén.*

Se analizó el análisis documental 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, en el siguiente cuadro se visualizó los montos exportados a diferentes destinos, de las cuales fueron:

**Tabla 10.**

Exportaciones del 2017 de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café

| <b>Item</b> | <b>Exportador</b>                              | <b>Mes</b>  | <b>Agente</b>                                  | <b>Aduana</b> | <b>País</b> | <b>Fob \$</b> |
|-------------|--|-------------|--|---------------|-------------|---------------|
| 1           | Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café | Agosto 2017 | Asesoría y Gestión en Aduanas Sociedad Anónima | 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

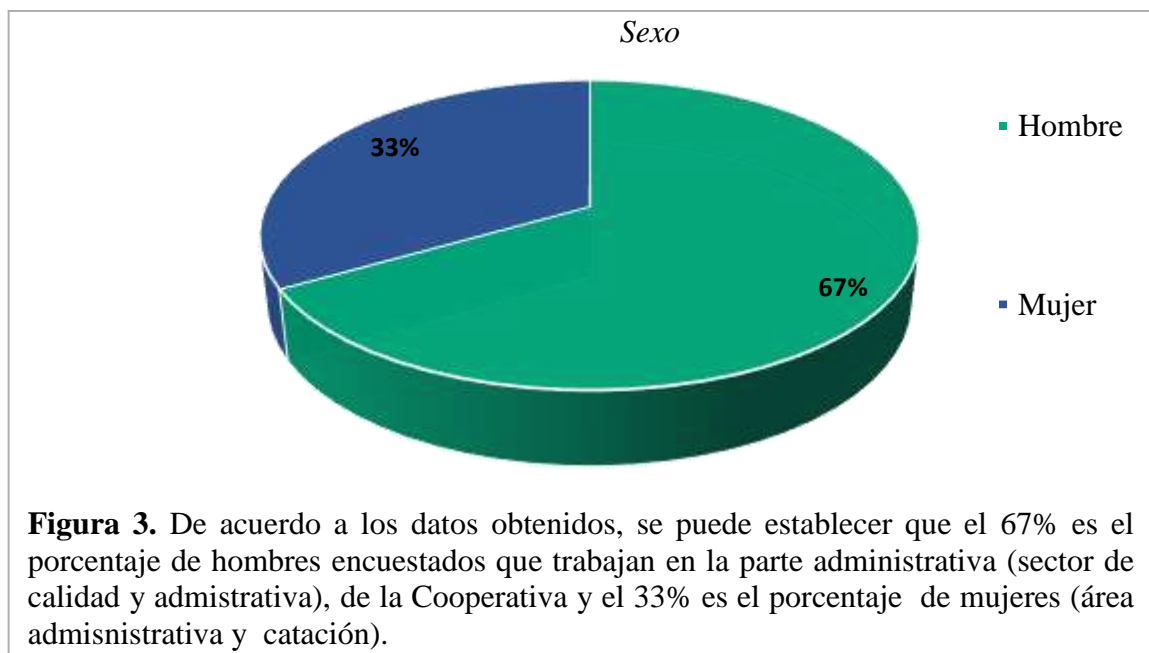
**Análisis:** La Cooperativa actualmente exporta a los principales países, como es: Alemania, Suecia, Reino Unido, Bélgica, Portugal, entre otros destinos; el mayor monto exportado fue en el año 2017 del mes de setiembre siendo U\$ 488, 454.49 por lo que se ve que si cuenta con abastecimiento necesario para exportar hacia otros mercados.

### 3.1.2. Resultados de la aplicación de la encuesta a los trabajadores del área administrativa de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café

*Objetivo 2: Analizar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café de la provincia de Jaén.*

A continuación, se muestra la encuesta realizados a los 9 trabajadores del área de administración, captación, control de calidad de la cooperativa.

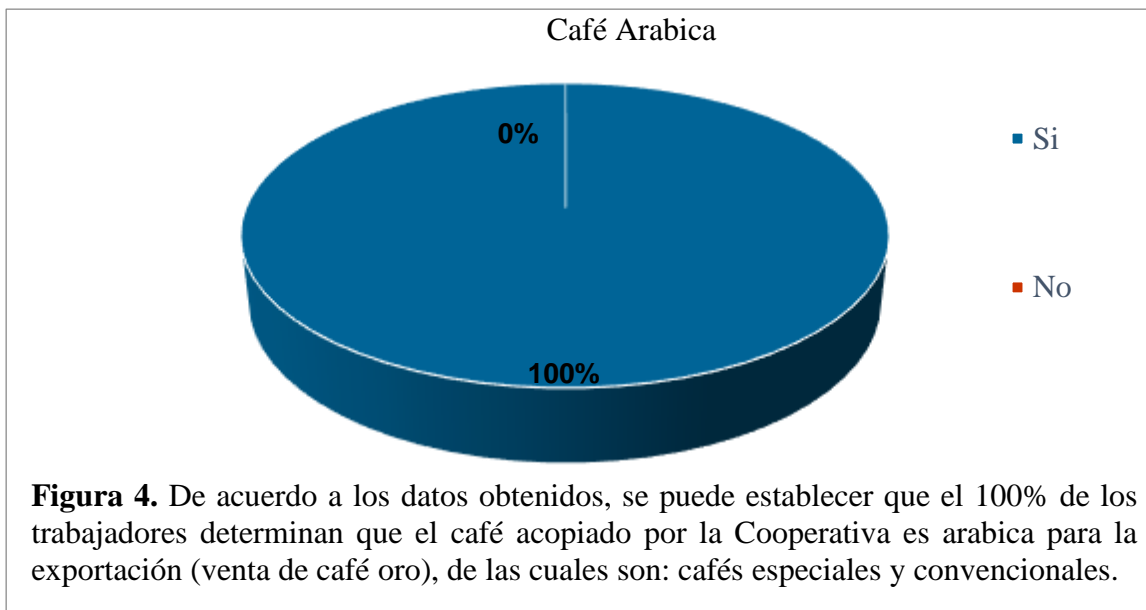
#### **Sexo de trabajadores de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café**



**Figura 3.** De acuerdo a los datos obtenidos, se puede establecer que el 67% es el porcentaje de hombres encuestados que trabajan en la parte administrativa (sector de calidad y administrativa), de la Cooperativa y el 33% es el porcentaje de mujeres (área administrativa y catación).

**Fuente:** Elaboración propia

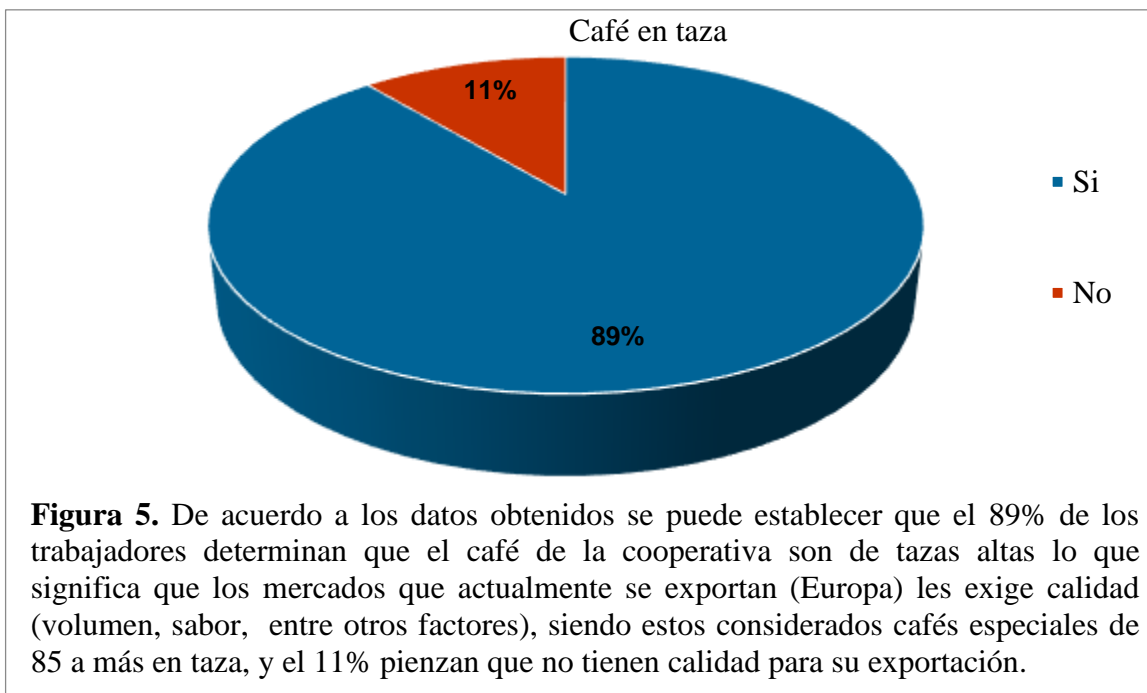
***¿Considera usted que el tipo de café arabica sea la más exportada por la Cooperativa?***



**Figura 4.** De acuerdo a los datos obtenidos, se puede establecer que el 100% de los trabajadores determinan que el café acopiado por la Cooperativa es arabica para la exportación (venta de café oro), de las cuales son: cafés especiales y convencionales.

**Fuente:** Elaboración propia

***¿Considera usted que el café de la cooperativa se encuentre entre 80 a 95 puntos de taza?***

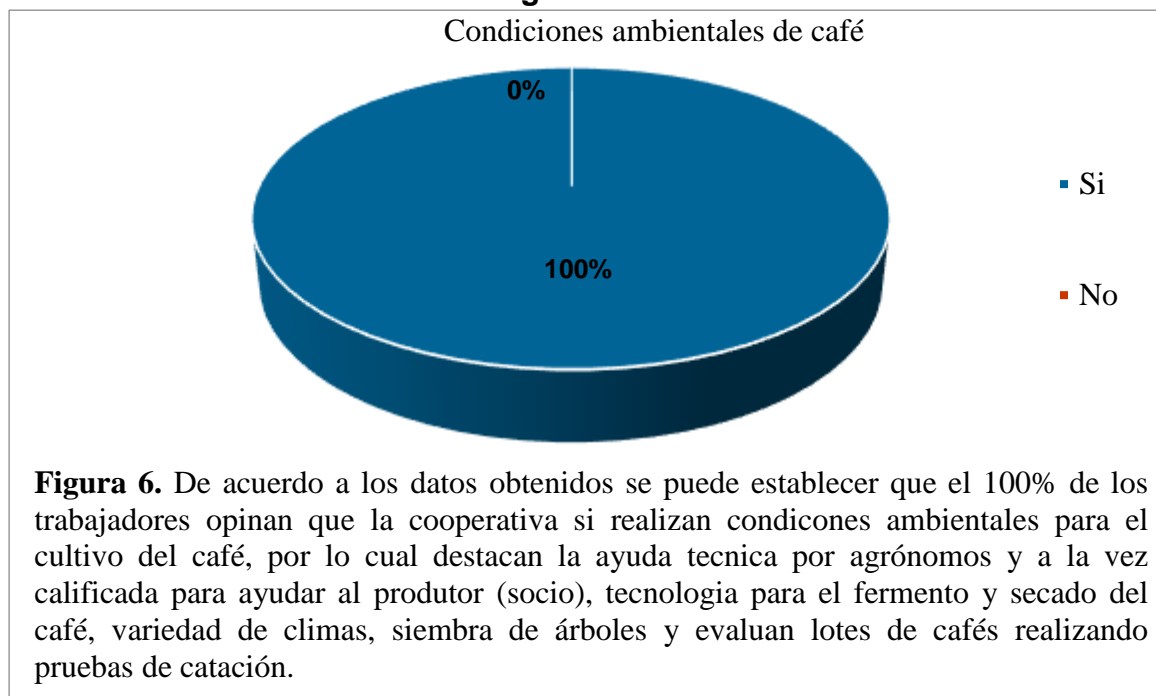


**Figura 5.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 89% de los trabajadores determinan que el café de la cooperativa son de tazas altas lo que significa que los mercados que actualmente se exportan (Europa) les exige calidad (volumen, sabor, entre otros factores), siendo estos considerados cafés especiales de 85 a más en taza, y el 11% piensan que no tienen calidad para su exportación.

**Fuente:** Elaboración propia

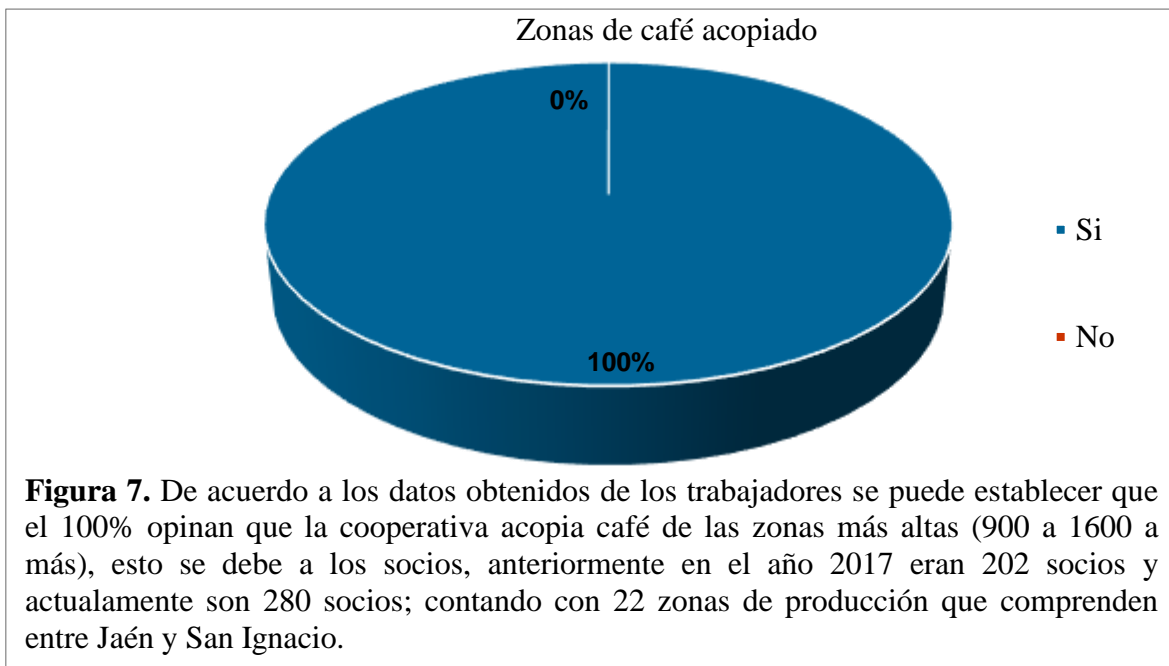


**¿Sabe usted acerca de las condiciones ambientales del cultivo del café en grano?**



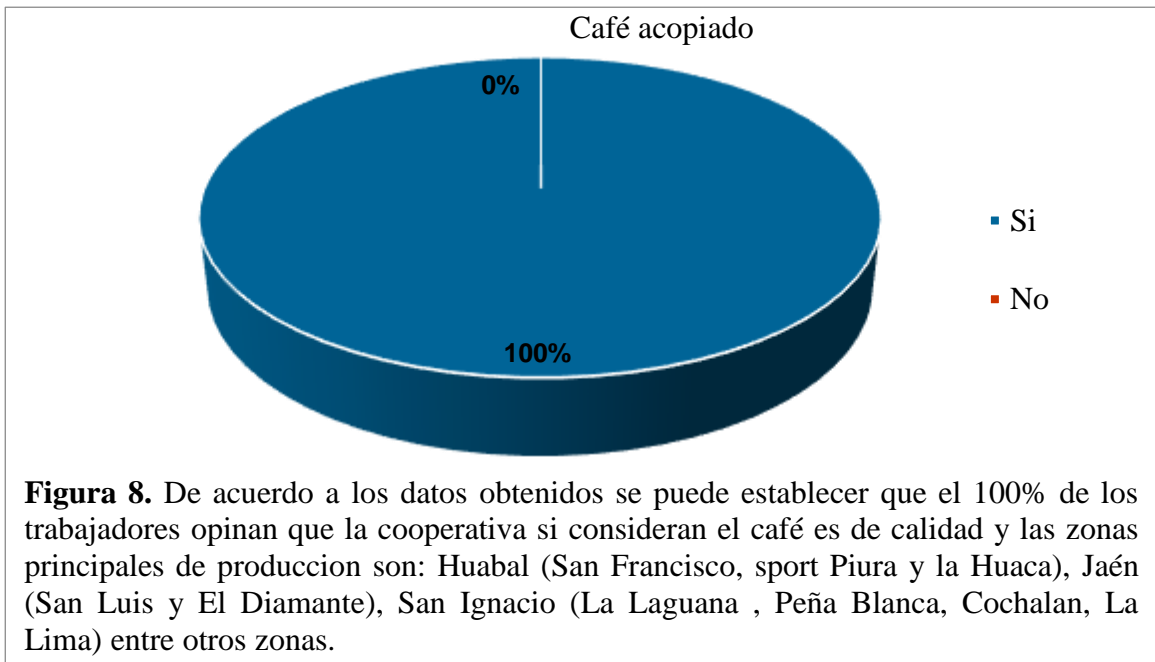
Fuente: Elaboración propia

**¿El café acopiado por la Cooperativa se encuentra entre 900 a 1600 (a más) sobre el nivel del mar?**



Fuente: Elaboración propia

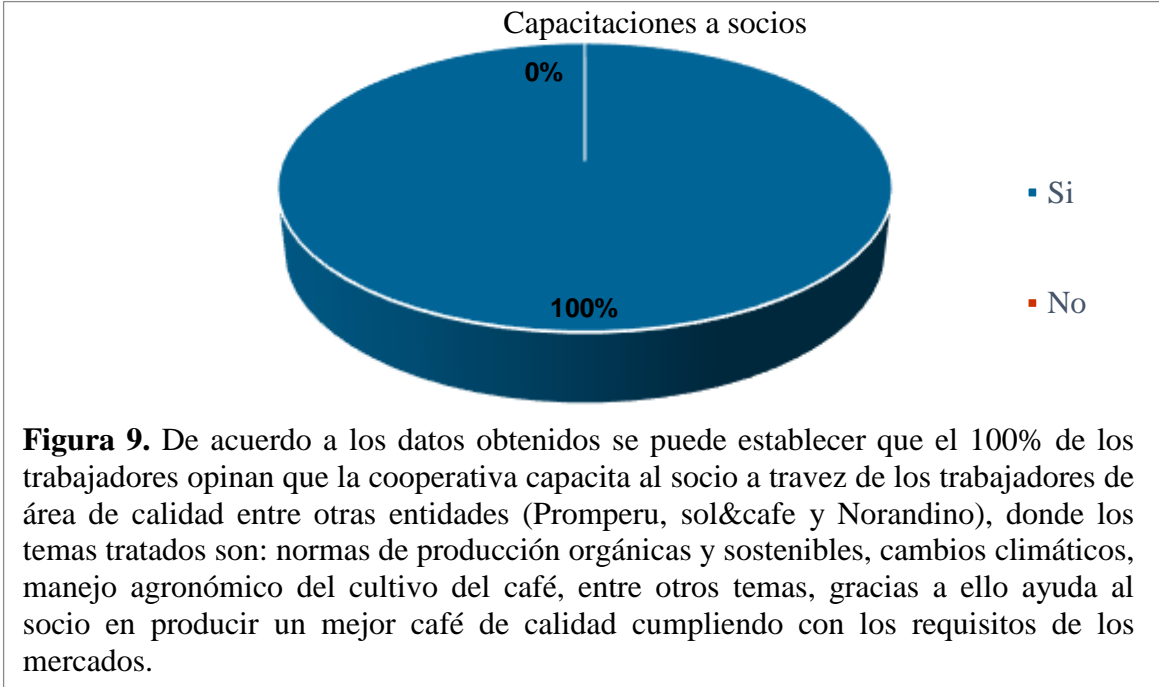
**¿Sabe usted cuáles son las zonas que mejor calidad de café cultivan y es acopiado por la Cooperativa? Si es su respuesta es sí mencione, ¿Cuáles son esas Zonas?**



**Figura 8.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 100% de los trabajadores opinan que la cooperativa si consideran el café es de calidad y las zonas principales de producción son: Huabal (San Francisco, sport Piura y la Huaca), Jaén (San Luis y El Diamante), San Ignacio (La Laguana , Peña Blanca, Cochalan, La Lima) entre otros zonas.

Fuente: Elaboración propia

**¿La Cooperativa le prepara a usted para que brinde capacitaciones a los socios sobre medidas de prevención de cultivo de café?**

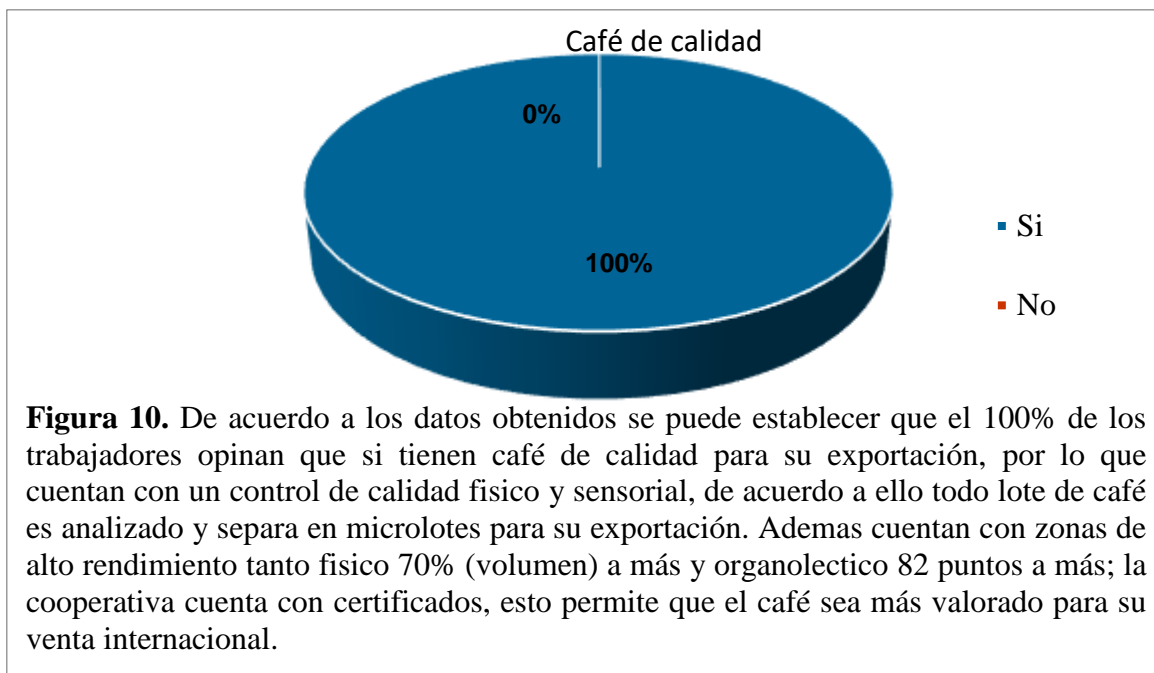


**Figura 9.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 100% de los trabajadores opinan que la cooperativa capacita al socio a travez de los trabajadores de área de calidad entre otras entidades (Promperu, sol&cafe y Norandino), donde los temas tratados son: normas de producción orgánicas y sostenibles, cambios climáticos, manejo agronómico del cultivo del café, entre otros temas, gracias a ello ayuda al socio en producir un mejor café de calidad cumpliendo con los requisitos de los mercados.

Fuente: Elaboración propia

**¿Considera usted que el café exportado de la Cooperativa sea de calidad?**

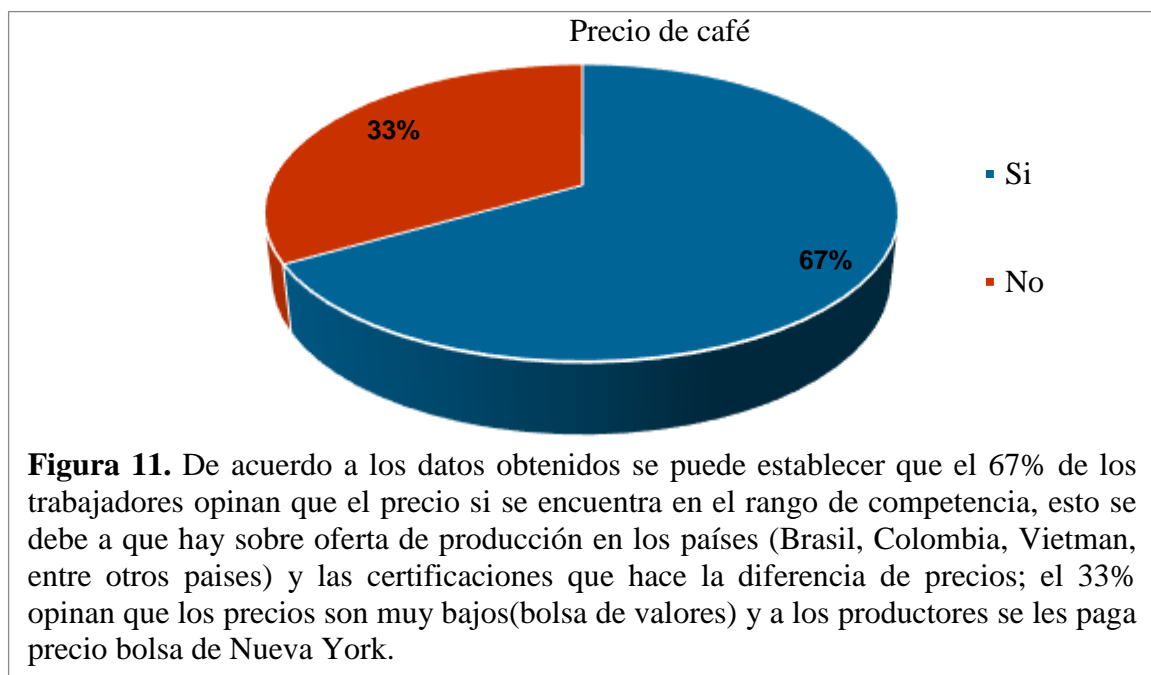
**Justifique**



**Figura 10.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 100% de los trabajadores opinan que si tienen café de calidad para su exportación, por lo que cuentan con un control de calidad físico y sensorial, de acuerdo a ello todo lote de café es analizado y separa en microlotes para su exportación. Además cuentan con zonas de alto rendimiento tanto físico 70% (volumen) a más y organoléptico 82 puntos a más; la cooperativa cuenta con certificados, esto permite que el café sea más valorado para su venta internacional.

**Fuente:** Elaboración propia

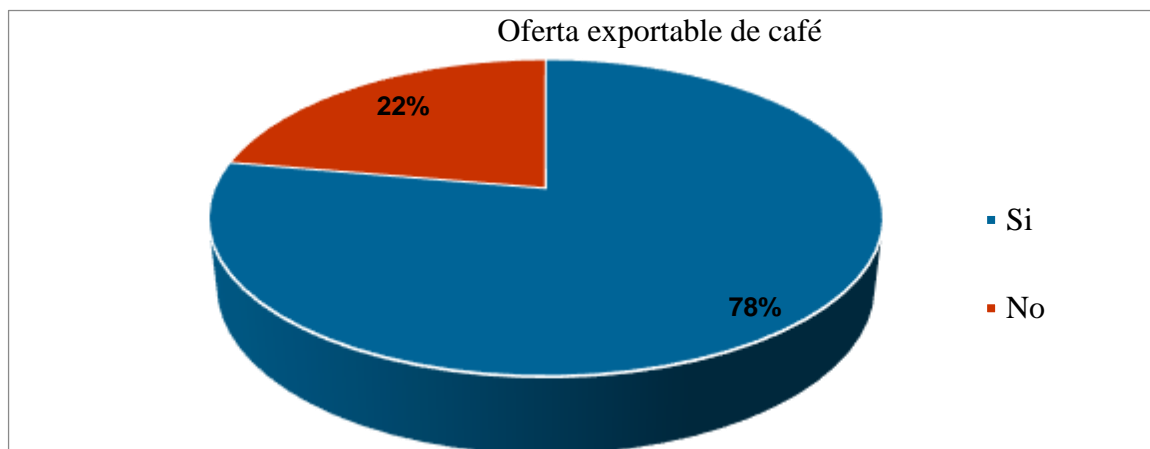
**¿Considera usted que el precio del café en grano se encuentre en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? Especifique**



**Figura 11.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 67% de los trabajadores opinan que el precio si se encuentra en el rango de competencia, esto se debe a que hay sobre oferta de producción en los países (Brasil, Colombia, Vietnam, entre otros países) y las certificaciones que hace la diferencia de precios; el 33% opinan que los precios son muy bajos (bolsa de valores) y a los productores se les paga precio bolsa de Nueva York.

**Fuente:** Elaboración propia

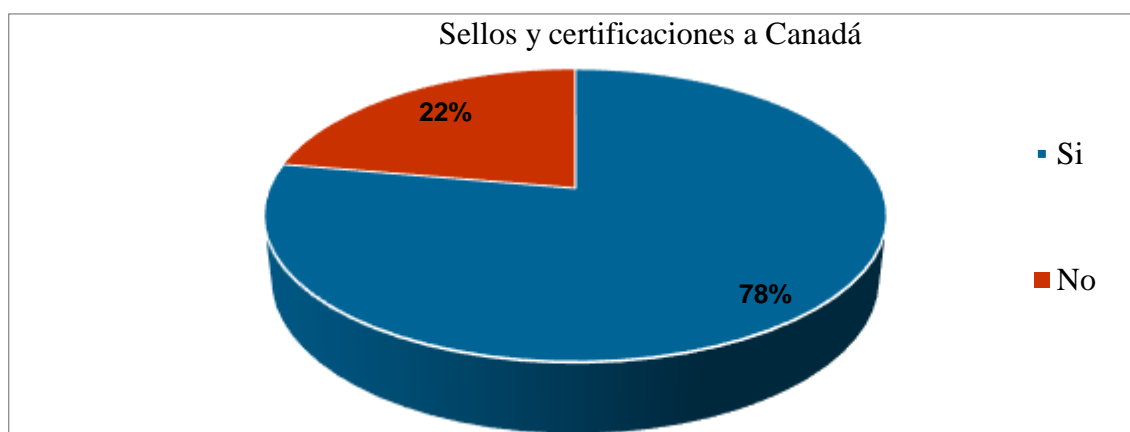
**¿Considera usted que la Cooperativa cuente con la oferta exportable de café en grano la cuál le permita entrar al mercado de Canadá? Especifique.**



**Figura 12.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 78% de los trabajadores opinan que si cuenta la Cooperativa con oferta exportable, porque esto se debe a las certificaciones (Freitrade, UTZ, COR y orgánico) que garantizan los estándares de calidad, volúmenes, cafes especiales (tazas altas), pero el 22% opinan que no cuentan con la oferta exportable necesaria y esto se debe a la sobreproducción de hay en el mercado mundial.

**Fuente:** Elaboración propia

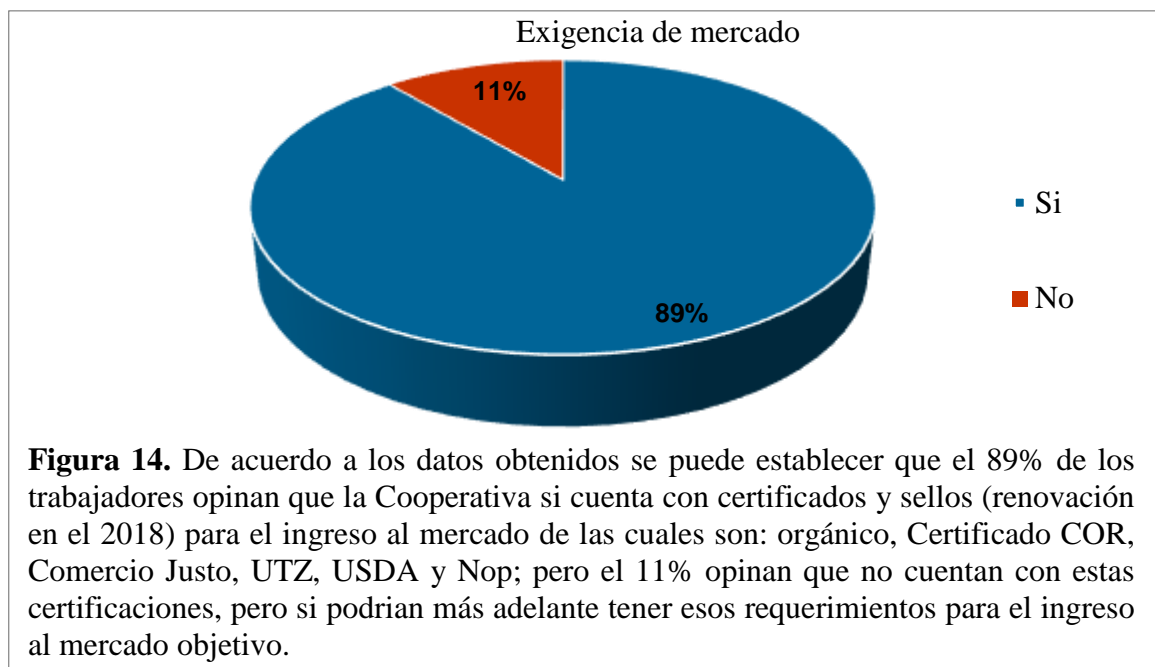
**¿Considera usted que la Cooperativa cuente con sellos y certificaciones requeridos para entrar al mercado de Canadá? si es no mencione ¿Cuáles podrían ser esos sellos y certificados?**



**Figura 13.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 78% de los trabajadores opinan que el mercado de Canadá es muy exigentes en la calidad organoleptica, normativas y certificaciones, pero el 22% opinaron que no, por el simple hecho que la cooperativa no tiene experiencia en el mercado de Canadá.

**Fuente:** Elaboración propia

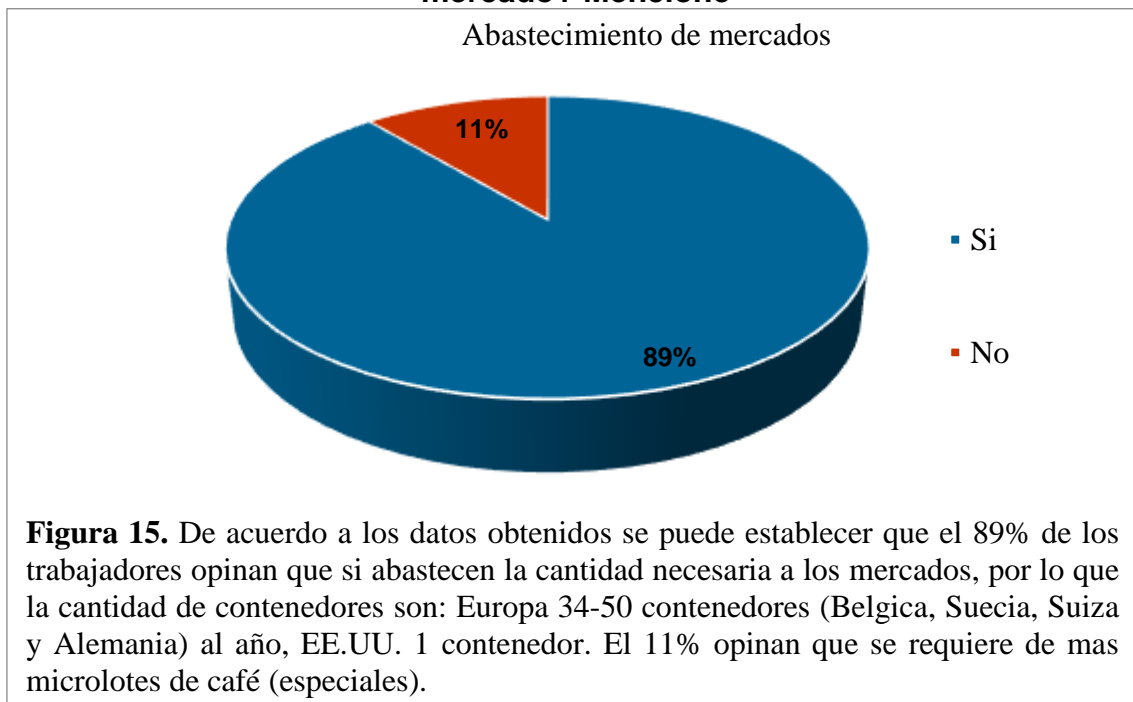
**¿Considera usted que Canadá sea un mercado muy exigente en cuanto a controles que se requieran para entrar a dicho mercado? Especifiqué**



**Figura 14.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 89% de los trabajadores opinan que la Cooperativa si cuenta con certificados y sellos (renovación en el 2018) para el ingreso al mercado de las cuales son: orgánico, Certificado COR, Comercio Justo, UTZ, USDA y Nop; pero el 11% opinan que no cuentan con estas certificaciones, pero si podrian más adelante tener esos requerimientos para el ingreso al mercado objetivo.

**Fuente:** Elaboración propia

**¿Cree usted que la Cooperativa abastezca con la cantidad necesaria de café a los diferentes mercados? de ser así ¿Cuántos contenedores abastece por mercado? Mencione**



**Figura 15.** De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 89% de los trabajadores opinan que si abastecen la cantidad necesaria a los mercados, por lo que la cantidad de contenedores son: Europa 34-50 contenedores (Belgica, Suecia, Suiza y Alemania) al año, EE.UU. 1 contenedor. El 11% opinan que se requiere de mas microlotes de café (especiales).

**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 1: Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén.*

Se tomó en cuenta para esta investigación diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén al mercado de Canadá. 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, precio y factores que intervengan en el precio de exportación de café en grano, estrategias de marketing, sellos y certificaciones y los principales riesgos de exportación que se deberá de tener en cuenta para el ingreso al mercado de Canadá. Los resultados se muestran a continuación:

**Tabla 11.**

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

| <b>Preguntas</b>  | <b>Opinión</b>  | <b>Análisis</b>   |
|---|---|---|
| <b>¿A qué se debe que el precio del café pueda encontrarse en el rango de competencia a nivel nacional e internacional?</b> | Hay tres aspectos fundamentales que determina el precio del café, estas son:<br>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 | <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</i> |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p>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>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>  |
| <p><b>¿Cuáles considera usted que son los factores que intervienen en el precio de exportación?</b></p> | <p>Los principales factores que intervienen en el precio de exportación son:<br/>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, 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 cooperativa, porque tiene nichos de mercados por lo que ellos estén dispuestos a pagar por la calidad.</i></p> |
| <p><b>1.3.¿Cuáles son los Incoterms que la Cooperativa</b></p>  | <p>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.</p>   | <p><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</i></p>   |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b><i>utiliza para la exportación de café hacia otros mercados?</i></b>   | 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>es el riesgo de entrar al mercado.</i>   |
| <b><i>¿Considera usted que existe mucha demanda insatisfecha del café en el mercado internacional?</i></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.<br>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 el acopiado (calidad y volumen), lo cual hace que pueda negociar con nuevos mercados, como EE.UU. y Canadá.</i> |
| <b><i>¿Considera usted que exista una oferta exportable del café de la cooperativa y este pueda competir con otros mercado?</i></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 implementado, por ejemplo, la parte de la estructura de beneficio seco no todos los productores están implementados   | <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>                               |



|  |   |   |
|--|---|---|
|  | y es donde se pierde calidad, esto se debe a que el productor no se adecua a afrontar el problema.  |   |
| <b>¿Cuáles considera usted que son sus principales competidores que exportan café en grano?</b>              | <p>En la zona a nivel de cooperativas son: Cenfrocafe, Sol&amp;café y Aprocassi.</p> <p>A nivel de empresa es Perales Huancaruna, que sigue siendo la primera empresa exportadora en el Perú que abastece a los mercados.</p> | <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>¿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>¿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>¿Qué documentos de</b>  | Los documentos de exportación son: BL donde va ajuntado la factura comercial, el certificado de origen, certificado SENASA, guía  | <i>De acuerdo a lo mencionado, si son los principales que se necesitaría para la</i>  |

---

**exportación que se utiliza para la exportación de café en grano hacia el mercado de Canadá?** de remisión, packing list, conocimiento de embarque, entre otros.

*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 juntar con los demás documentos mencionados.*

---

**¿Cuáles cree usted que son las estrategias de marketing para la exportación de café? Especifique.** 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).

*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.*

---

**¿Me podría mencionar cuál es la modalidad de pago más utilizada de la Cooperativa para el importador?** 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).

*Se podría de decir en mención de lo opinado por el gerente, si es la más utilizada por las empresas exportadoras.*

---

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>¿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 derechos o impuestos lo ve el operador logístico (terciarizan personal), por lo que no se tiene conocimiento del tema.</i></p>   |
| <p><b>¿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 los contratos se envió en octubre. Otros riesgo fue el paro; también son los espacios en octubre, por la producción de la uva.</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><b>¿Cuáles cree usted que sean</b></p>  | <p>Las necesidades para satisfacer al mercado justamente es posicionarse e ir a participar en ferias (contacto con el cliente),</p>  | <p><i>La Cooperativa Cedros no vende directamente al tostador sino al bróker para después ser distribuido a</i></p>   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>las necesidades principales del mercado objetivo por satisfacer? Menciónelos.</b>  | <p>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 de Europa los mercados que mayormente se exporta son los cafés de origen, prefieren más el café en grano para que ellos lo procesen.</p> | <p>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.</p> |
| <b>¿Cuáles considera usted que sean los canales de distribución para el mercado de Canadá?</b>  | <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>En mención a lo mencionado no tiene bien definido el canal de distribución, por lo que se analizará.</p>  |
| <b>¿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>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.</p>   | <p>Las ferias mencionas por el gerente son las más necesarias para la participación, en donde se va a exhibir o vender el producto.</p>  |

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.4. Resultados de la aplicación de la guía de entrevista a los expertos del tema de Comercio Exterior.

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

El en el tercer objetivo se tomó en cuenta para esta investigación identificar los riesgos que impidan la exportación de café en grano mediante la aplicación de

la encuesta aplicado a los expertos de Comercio Exterior que hayan exportado café, esto me permitió de esta manera calcular los indicadores propuestos para las dimensiones, para ello se tuvo que recolectar información acerca de la cooperativa, precio y factores que intervengan en el precio de exportación de café en grano, estrategias de marketing, sellos y certificaciones y los principales riesgos de exportación que se deberá de tener en cuenta para el ingreso al mercado de Canadá.

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

**Tabla 12.**

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 13.**

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, sobretodo 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 Híbrido (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.<br>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 ello las organizaciones buscan a los productores que hayan ganado o sean reconocidas en participaciones internacionales.</i> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 14.**

Tipos de café que se exportan en el Perú

| <b>¿Podría indicarme cuáles son los tipos de café que más se exportan en el Perú?</b> |   |
|---|---|
| <b>Entrevistados</b>  | <b>Opinión</b>  |
| <b>Experto 1</b>  | 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.).   |
| <b>Experto 2</b>  | Las variedades más exportadas son el Arabica (origen de Colombia) y Robusta (origen de Brasil).   |
| <b>Experto 3</b>  | 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).  |
| <b>Experto 4</b>  | 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.  |
| <b>Experto 5</b>  | 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.   |
| <b>Experto 6</b>  | 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).<br>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 |



|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | <p>certificadora verifica que el café cumpla con las normas que establezca cierto certificado y si cumple todo se emite el certificado.</p>  |
| <b>Experto 7</b>              | <p>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.</p>   |
| <b>Experto 8</b>              | <p>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.</p>   |
| <b>Análisis del resultado</b> | <p><i>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 ultimo 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).</i></p> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 15.**

Calidad de café de peruano para exportación

| <i>¿Considera usted que el café peruano tiene calidad para su exportación?</i> |  |
|--|--|
| <i>¿Por qué?</i>   |  |
| <i>Entrevistados</i>   | <i>Opinión</i>   |
| <b>Experto 1</b>   | 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.   |
| <b>Experto 2</b>   | 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.<br>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.  |
| <b>Experto 3</b>   | 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). |
| <b>Experto 4</b>   | 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 zona, esto se debió a que el exportador no le diera importancia a las exigencias del mercado, pero en a 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 altura de Perú pueda competir en calidad y volumen con otros países.</i> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 16.**  
Estrategias de calidad de café

| <b>¿Cuáles cree usted que sean las principales estrategias que hace que el café sea de calidad?</b> |   |
|---|---|
| <b>Entrevistados</b>  | <b>Opinión</b>  |
| <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.

---

**Experto 3**

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.

---

**Experto 4**

Hay diferentes tipos de estrategias de las cuales son: estrategias comerciales, estrategias de marketing y logísticos. 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 Freirtrade 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.

---

**Experto 5**

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.

---

**Experto 6**

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.

---

**Experto 7**

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).

---

**Experto 8**

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.

---

**Análisis del resultado** *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.*

---

**Fuente:** Elaboración propia

### **Tabla 17.**

Caída del precio del café en el mercado nacional e internacional

---

***¿A qué cree usted que se deba la caída del precio del café en el mercado nacional e internacional?***

---

| <b><i>Entrevistados</i></b> | <b><i>Opinión</i></b>  |
|-----------------------------|--|
| <b><i>Experto 1</i></b>     | 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 puntuación 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. |

---

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Experto 2</b> | 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.  |
| <b>Experto 3</b> | 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.   |
| <b>Experto 4</b> | 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.   |
| <b>Experto 5</b> | 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. |
| <b>Experto 6</b> | 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 millones, 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.

---

**Análisis del resultado**

*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.*

---

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 18.**

Incoterms para la exportación de café al mercado de Canadá

---

***¿Cuál considera usted que sea el Incoterms más conveniente para la exportación de café en grano a Canadá?***

---

| <b><i>Entrevistados</i></b> | <b><i>Opinión</i></b>   |
|-----------------------------|---|
| <b><i>Experto 1</i></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><i>Experto 2</i></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><i>Experto 3</i></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><i>Experto 4</i></b>     | Regularmente se vende en Incoterm FOB (la mayoría de exportadores) y otra alternativa sería el CIF.   |
| <b><i>Experto 5</i></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><i>Experto 6</i></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><i>Experto 7</i></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 19.

Empresas o cooperativas que influyen en niveles de competencia en exportación

| <b><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> |   |
|---|---|
| <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<br>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.<br>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.<br>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.<br/>Dos expertos (Danna Jiménez y Wilmer Maluquiz) mencionan que no se debería ver como competencia a las organizaciones, sino</i> |

---

*como complemento (error que comente no se vuelve a repetir), unión e integración.*

---

Fuente: Elaboración propia

## Tabla 20.

Características de la carga para el café en grano verde

---

***¿Cuáles son las características de la carga que usted utilizaría para exportar café en grano a otro mercado?***

---

| <b><i>Entrevistados</i></b> | <b><i>Opinión</i></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 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. |
| <b>Experto 5</b>            | 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   |

---

Fuente: Elaboración propia

|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | 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".   |
| <b>Experto 6</b>              | 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.   |
| <b>Experto 7</b>              | Las características de la carga son: soko de yute (se importan de la India) más la bolsa Grainpro (café de calidad y no se envía a granel), soko de polipropileno (sacos de campo), sacos de yute (si encaso 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 hacerte conocido en el mercado y a su vez tenga la inocuidad del producto tipo de cliente (café descafeinado, soluble y de calidad). |
| <b>Experto 8</b>              | 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 negocio con esas características. Se exporta en contenedor a granel que son los big bag (sacos gigantes).   |
| <b>Análisis del resultado</b> | <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>   |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 21.**

Medios de transporte a Canadá

| <b><i>¿Cuáles considera usted que sea el medio de transporte más adecuado para la exportación de café en grano a Canadá?</i></b> |  |
|--|--|
| <b><i>Entrevistados</i></b>  | <b><i>Opinión</i></b>  |
| <b><i>Experto 1</i></b>  | 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 los clientes lo catan y les pareció el máximo y tienen facilidades de pago, dependerá del cliente y la calidad.  |
| <b><i>Experto 2</i></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><i>Experto 3</i></b>  | El más adecuado es marítimo por el simple hecho que es el más barato.  |
| <b><i>Experto 4</i></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><i>Experto 5</i></b>  | El transporte más adecuado por el simple hecho de temas de costos, es el marítimo.   |
| <b><i>Experto 6</i></b>  | El transporte más educado es el marítimo por el tema de costos, ya que el aéreo es muy costoso.  |
| <b><i>Experto 7</i></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><i>Experto 8</i></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><i>Análisis del resultado</i></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</i>   |

---

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.

---

Fuente: Elaboración propia

## Tabla 22.

Documentos para exportar a Canadá

---

**¿Cuáles son los principales documentos que se requiere para exportar café en grano a Canadá? Mencionalos.**

---

| <b>Entrevistados</b> | <b>Opinión</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 solicitan 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   |

---



|                               |   |
|-------------------------------|---|
|                               | <p>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.</p> |
| <b>Experto 7</b>              | <p>Los documentos principales son: el certificado de origen, fitosanitario, la acreditación COR, BL y Factura comercial.</p>  |
| <b>Experto 8</b>              | <p>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.</p>   |
| <b>Análisis del resultado</b> | <p><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></p>  |

**Fuente:** Elaboración propia

### Tabla 23.

Estrategias de comercialización

| <b><i>¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización para exportar café en grano?</i></b> |  |
|--|--|
| <b><i>Entrevistados</i></b>  | <b><i>Opinión</i></b>  |
| <b><i>Experto 1</i></b>  | <p>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).</p> |
| <b><i>Experto 2</i></b>  | <p>En estrategias de comercialización hay varias de las cuales son: para él envió 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.</p>   |
| <b><i>Experto 3</i></b>  | <p>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</p>  |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | está dando en el Perú y recientemente se está dando en Chiclayo y Jaén.  |
| <b>Experto 4</b>              | <p>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.</p> <p>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, al 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.</p> |
| <b>Experto 5</b>              | <p>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.</p>  |
| <b>Experto 6</b>              | <p>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).</p>   |
| <b>Experto 7</b>              | <p>Una de las estrategias es el trabajo con el productor (vender información al importador), es muy muy usada por las empresas y poco por las cooperativas; también es él envió 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.</p>   |
| <b>Experto 8</b>              | <p>Las principal estrategia de comercialización del producto es la participación en ferias, redes sociales (Facebook y LinkedIn).</p>  |
| <b>Análisis del resultado</b> | <p><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></p>   |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 24.**

Intermediarios comerciales

| <b><i>¿Cree usted que conviene buscar intermediarios comerciales para el ingreso a un nuevo mercado? ¿Por qué?</i></b> |  |
|--|--|
| <b><i>Entrevistados</i></b>  | <b><i>Opinión</i></b>  |
| <b><i>Experto 1</i></b>  | 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. |
| <b><i>Experto 2</i></b>  | 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.  |
| <b><i>Experto 3</i></b>  | 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.  |
| <b><i>Experto 4</i></b>  | 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.       |
| <b><i>Experto 5</i></b>  | 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.  |
| <b><i>Experto 6</i></b>  | 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   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | <p>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 tener una tarjeta de presentación de la cual pueda intercambiar con el clientes, luego de ello enviar un correo simple.</p> |
| <b>Experto 7</b>              | Es importante trabajar de la mano con intermediarios comerciales que en este caso vienen hacer el Broker (cafés Impos, Sostenibles Harvey y Eduardo Arribas Berninzon, HBC, y entre otros Borkers) y además de pedirle un trato directo con el importador.   |
| <b>Experto 8</b>              | 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 25.

Certificaciones y sellos para el ingreso al mercado canadiense

| <b><i>¿Por qué considera usted que es importante que una empresa cuente con certificados y sellos para el ingreso al mercado?</i></b> |  |
|---|--|
| <b><i>Entrevistados</i></b>   | <b><i>Opinión</i></b>  |
| <b><i>Experto 1</i></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 s 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.<br>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.), FRAITRADE 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.

**Análisis del resultado** *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.*

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 26.**

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 justifique ¿Por qué?</i></b> |  |
|---|--|
| <b><i>Entrevistados</i></b>   | <b><i>Opinión</i></b>  |
| <b><i>Experto 1</i></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><i>Experto 2</i></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><i>Experto 3</i></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><i>Experto 4</i></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 el 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 |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | <p>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.</p>   |
| <b>Experto 5</b>              | <p>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.</p> |
| <b>Experto 6</b>              | <p>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.</p>   |
| <b>Experto 7</b>              | <p>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.</p>  |
| <b>Experto 8</b>              | <p>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.</p>  |
| <b>Análisis del resultado</b> | <p><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></p>  |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 27.**  
Ferias y misiones de exhibición de café

| <b><i>¿Tiene usted conocimiento sobre algunas ferias o misiones internacionales que se realicen en América, de las cuales se pueda exhibir el café?</i></b> |   |
|---|---|
| <b><i>Entrevistados</i></b>   | <b><i>Opinión</i></b>   |
| <b><i>Experto 1</i></b>   | Las ferias que se debería participar a nivel de mundo es la SCAE que cada año se realiza en diferentes países de las cuales se encuentran los principales tostadores y zonas cafetaleras, en el Perú se da la feria Expo café que participan nacional e internacional.  |
| <b><i>Experto 2</i></b>   | Las ferias más comunes son:<br>Perú: Expoalimentaria, ruta del café, la feria de los cafés.<br>América: Coffee Express.   |
| <b><i>Experto 3</i></b>   | A nivel internacional es el SCAE (Europa), Worls of Coffee (Berlín), la Biofach (Alemania).<br>A nivel nacional está la Expoalimentaria y ferias especializadas como Amazonas en cafés especiales.  |
| <b><i>Experto 4</i></b>   | Las ferias que las cooperativas podría participar es la SCAA es exclusivamente para el café, las misiones o rudas que hace las oficinas comerciales, normalmente son OCEX.  |
| <b><i>Experto 5</i></b>   | A través de Promperu, es el ente que promociona en la rueda de negocios para las exportaciones peruanas en el extranjero, de la cual no es de costo (consiste en la participación de importadores en la rueda de negocios), ya que se intercambia información para luego ser enviada la muestra al país de destino y después se pueda entablar conversación entre cliente y productor.<br>De manera privada están las ferias, de las cuales son las principales: BIOFACH (Alemania), SCA (Boston), en Canadá no hay una feria en sí, pero si se puede participar en las ferias mencionadas ya que son las más conocidas y de la cual también participan clientes canadienses. |
| <b><i>Experto 6</i></b>   | La feria es exhibir el producto por lo que se busca intercambiar tarjetas, las más importantes son: SCA (EE.UU.-Boston) los clientes canadienses acuden a esa feria y la otra la SCAE (Europa-Berlín).  |
| <b><i>Experto 7</i></b>   | Las ferias que se debería de participar son principalmente la SCA (EE.UU. y Canadá) y SCAE (Europa).<br>La rueda de negocios son: Concurso de café que se llama Taza de Excelencia, Programa de fidelizaciones.   |



|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Experto 8</b>              | Las ferias más importantes son: SCA (café especiales) la más grande, Global Specialty Coffee y Tea & Coffee World. Las rueda de negocios no son buenas en el Perú para que el exportador participe.  |
| <b>Análisis del resultado</b> | <i>De acuerdo a las opiniones de los expertos mencionan que es de suma importancia que las cooperativas o empresas se hagan conocidas, por lo cual deben de participar en ferias tanto nacional como internacionales que se deán sobre temas de café, las más importantes son la SCA y SCAE. Para el caso del productor es importante que participe en concursos (nivel nacional e internacional) lo cual gane premios por la calidad de café que ofrezca.</i> |

**Fuente:** Elaboración propia

### 3.2. Discusión de resultados.

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 los resultados de 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, esto se debe a las zonas de cultivo que se encuentran entre 900 a 1 600 m.s.n.m. y de acuerdo a la altitud se determine la calidad del producto y resulte ser más fácil su exportación (figura 7 y 8). 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. Por lo tanto, se confirma el objetivo de la investigación, es decir que, la propuesta de un plan de negocio logrará la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021. 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.**

De acuerdo con los resultados de la investigación, se pudo determinar que toda institución exportadora, que cuente con certificaciones orgánicas o sellos, tiene 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); logró exportar sus productos a distintos mercados principalmente europeos, abasteciendo de 30 a 40 contenedores por año. Esto demuestra la hipótesis de la investigación; es decir, que el plan de negocio permitirá la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021. Dicho resultado concuerda con la investigación de Vizcarra (2015) quien determina que se puede exportar con éxito si se cuenta con certificados de estándares exigidos de salud, medio ambiente y comercio justo, siendo un plus adicional al valor del producto de los agricultores y mejoran los precios en los mercados a nivel mundial.

### **Discusión 3.**

En relación a los resultados obtenidos de la investigación, la Cooperativa Cedros Café en el 2017 exporto directamente a Suiza un monto de U\$ 488,454.49, pero en el 2018 tuvo un riesgo e hizo que no llegará a exportar directamente, por el simple hecho del fenómeno ambiental (riesgo) que paro las embarcaciones de ese año. Los expertos mencionaron que existen pocos riesgos para el ingreso al mercado de Canadá, la gran mayoría entregan el producto en términos FOB y la muestra enviada no sea la misma enviada en los contenedores. De esta manera se demuestra el planteamiento del problema de la investigación, es decir, ¿De qué manera un Plan de Negocio influye en la exportación del café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021?, dicho esto se concuerda

con Paredes (2010) que el plan de negocio es un resumen detallado de la empresa existente, que sirve para ayudar a conocer el negocio, sus antecedentes, los factores de éxito o fracasos, las estrategias y metas. Sin embargo, con la propuesta de plan de negocio resultará menos riesgoso para la Cooperativa Cedros Café ingresar a los mercados, sabiendo ya el fracaso se podrá controlar y solucionar.

#### **Discusión 4.**

De acuerdo a las opiniones de expertos mostrado en la tabla 30, se pudo determinar que el precio del café está determinado por la bolsa de valores, ya que actualmente los precios están bajos, debido a la sobreproducción de café a nivel mundial, a esto, no se está valorando la calidad, sino el volumen que tiene para su exportación, es por ello que las empresas optan por otros mercados que valoren más la calidad; por lo tanto, con la propuesta de plan de negocio se logrará el ingreso al mercado de Canadá, permitiendo que el precio de compra de café sea más de lo ofrecido por otros mercados; de acuerdo a lo mencionado concuerda con resultados de Guevara (2013), quien refiere que el precio del café en el mercado para productores agropecuarios son muy variables y vienen disminuyendo por la aparición de nuevos competidores, por los cuales producen grandes cantidades de café, pero de baja calidad, esto hace que el mercado este saturado y provoque una disminución de precios.

#### **Discusión 5.**

Además, de acuerdo a las opiniones mencionadas por los expertos, determinaron que el Perú cuenta con oferta exportable, esto se debe a las principales zonas de cultivo que se produce el café en grano, entre ellos tenemos a Cajamarca, Cusco, Junín, Amazonas, San Martín y Puno; la gran mayoría de las zonas mencionadas son consideradas por la calidad y volumen que tienen para ofrecer a los mercados; es por ello que, la Cooperativa Cedros Café cuenta con 18 zonas de producción centrada en la región de Cajamarca (Jaén y San Ignacio), contando con un promedio de 280 socios que en su totalidad producen cafés con alto rendimiento en taza y volumen; dichos

resultados concuerda con lo mencionado en la investigación de Loli (2017) que determinó que el Perú cuenta con 425,416 hectáreas cultivadas de café, de las cuales los departamentos que mayor producción son Junín, San Martín, Cajamarca, Cusco y Amazonas; pero, sin embargo, los bajos precios internacionales de las exportaciones de café peruano se ven afectadas en su valor FOB.

### **3.3. Aporte Práctico.**

El aporte científico tiene que ver con el diseño de la propuesta de investigación; el mismo consiste en la elaboración de un Plan de negocios que logre la exportación de café en grano al mercado Canadiense. Este Plan de Negocio está basado en la teoría propuesta por David Paredes Bullón (2010), el mismo que refiere el Plan de Negocio es un resumen detallado de la empresa existente, que sirve para ayudar a conocer el negocio, sus antecedentes, los factores de éxito o fracasos, las estrategias y metas.

La estructura del Plan de Negocios se desarrolla a continuación:

#### **3.3.1. Título de la propuesta.**

Plan de Negocio para la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén, 2018-2021.

#### **3.3.2. Fundamentación**

Este proyecto se fundamenta en la propuesta del plan de negocio, pues considerando la posibilidad de exportar café en grano al mercado de Canadá, permitiendo saber la calidad de café, estrategias de marketing, mercado objetivo y la proyección de estados financieros, por la cual permitirá saber si el proyecto es viable o no, para la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, ubicada en el departamento de Cajamarca, provincia de Jaén.

#### **3.3.3. Objetivo**

El objetivo de la propuesta es que se constituya como una guía adecuada y sea el soporte teórico para la praxis en asuntos de exportación para la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.

### 3.3.4. Objetivos específicos

- Determinar un área que maneje de los costos logísticos.
- Determinar las ventas exportadas al mercado de Canadá.
- Demostrar la viabilidad del plan de negocios a través del estudio económico y financiero.

### 3.3.5. Meta:

Lograr la exportación de café en grano al mercado de Canadiense.

### 3.3.6. Estructura del Plan de Negocio

**Tabla 28.**

Estructura de Plan de Negocio

---

|  |
|--|
| <b>Resumen ejecutivo</b>   |
| <b>I. El Plan estratégico y Plan organizacional</b>                        |
| Descripción de la cooperativa  |
| Datos de la cooperativa  |
| <b>Plan organizacional</b>   |
| Estructura de personal   |
| <b>II. Análisis de producto en el mercado objetivo y plan de marketing</b> |
| Partida arancelaria  |
| Mercado objetivo   |
| - Datos generales  |
| - Canal de distribución  |
| - Medios de transporte   |
| Tendencia de consumo   |
| Perfil de consumidor   |
| Mix marketing  |
| <b>III. Plan de operaciones</b>  |
| Ficha del producto   |
| Trazabilidad del producto  |
| <b>IV. Análisis financiero y plan financiero</b>                           |
| Análisis financiero  |
| - Estados financieros  |
| - Punto de equilibrio  |
| Plan financiero  |
| - Presupuesto maestro  |

---

- 
- Flujo caja proyectado
  - Análisis de sensibilidad
- 

**Fuente:** Elaboración propia

### **3.3.7. Desarrollo de la Estructura del Plan de Negocio**

#### **Resumen ejecutivo**

La investigación realizada consiste en determinar si un plan de negocio permitirá la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, ubicada en la región de Cajamarca de la Provincia de Jaén, actualmente la cooperativa si realiza la actividad de exportación hacia otros mercados, de los cuales son: Europa (Bélgica, Suecia, Suiza, Alemania). Pero con este plan se busca que la cooperativa tenga otros ingresos y aumente su producción en cafés especiales o de calidad, para ello se busca que paguen un monto mayor a lo ofrecido por la bolsa de valores, siendo este el valor más 1 agregado (café especial) al precio.

La presente investigación se toma como producto principal de la cooperativa el café para su producción y comercialización al mercado de Canadá, se eligió por ser el séptimo importador a nivel mundial en el mercado.

#### **3.3.7.1. Plan estratégico y Plan organizacional**

##### **3.3.7.1.1. Descripción de la empresa**

###### ***Historia***

Desde mediados del 2009 hasta el año 2013, el Centro de Desarrollo Rural Sostenible de Café SAC- “Cedros Café S.A.C.”, se constituye como una empresa de avanzada en la gestión empresarial, bajo una estrategia corporativa con organizaciones de productores con enfoque de desarrollo social, ambiental y económico.

La implementación de servicios ofrecidos a los clientes como: la ejecución del programa de cafés especiales, micro créditos rurales, capacitación permanente y la elaboración de proyectos productivos con la fortaleza del posicionamiento institucional; en el 2013 del 10 de mayo se constituyó la Cooperativa de Servicios

Múltiples Cedros Café, con la finalidad de generar mayor representación y participación de los socios, accediendo a fuentes públicas y privadas, nichos de mercados y participar en los diferentes movimientos sociales cafetaleros tanto nacionales e internacionales. Se constituye con 20 integrantes, en el 2017 contando con 202 socios, y actualmente cuentan con 280 socios de la Región de Cajamarca; por la cual se brinda servicios de asesoría, acopio, comercialización, y producción de producto bandera como es el café. Actualmente tiene 9 trabajadores en la parte administrativa, de los cuales 3 son mujeres.

### 3.3.7.1.2. Datos de la empresa

**Tabla 29.**

Ficha de datos Cooperativa Cedros Café

|  |                                   |   |  |
|--|-----------------------------------|---|--|
| <b>Razón Social:</b> COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ  |                                   |   |  |
| <b>Tipo:</b>   | <input type="checkbox"/> Servicio | <input checked="" type="checkbox"/> Comercial | <input type="checkbox"/> Artesanal <input type="checkbox"/> Individual |
| <b>Sector de la Actividad:</b> Cultivos de Cereales  |                                   |   |  |
| <b>Principal producto que ofrece:</b> Café   |                                   |   |  |
| <b>RUC N°:</b> 20570630173   |                                   |   |  |
| <b>Dirección:</b> Cal. Los Robles Nro.765 Sec. Los Sauces (a 2 cuadras del parque Valentín Paniagua) Cajamarca-Jaén-Jaén |                                   |   |  |
| <b>Ciudad:</b> Jaén  |                                   |   |  |
| <b>Departamento:</b> Cajamarca   |                                   |   |  |
| <b>Teléfono N°:</b> 976840802  |                                   |   |  |
| <b>E-mail:</b> <a href="mailto:jorge@cedroscafe.com">jorge@cedroscafe.com</a>  |                                   |   |  |
| <b>Página WEB:</b> <a href="http://www.cedroscafe.com">www.cedroscafe.com</a>  |                                   |   |  |

**Fuente:** Elaboración propia

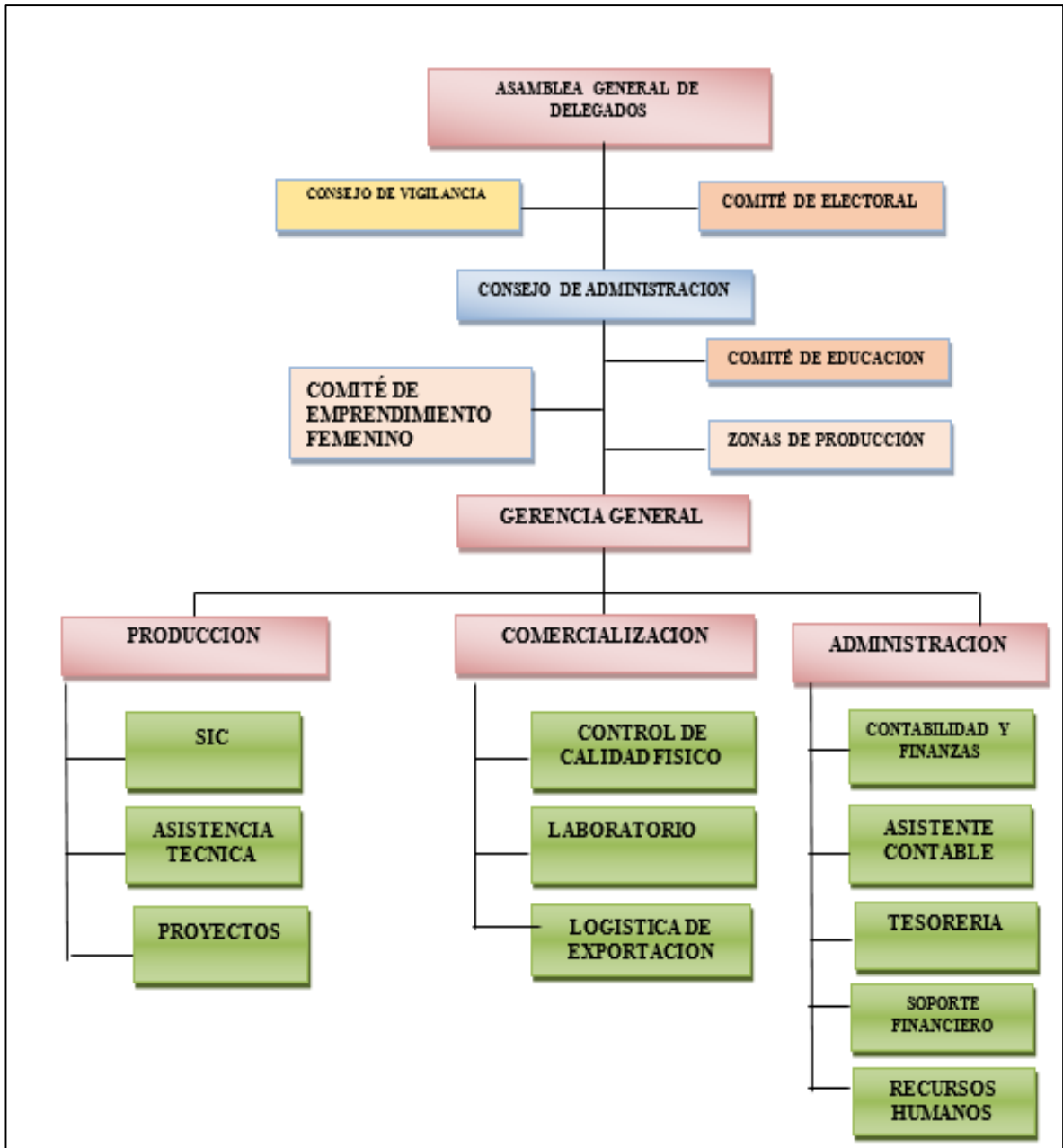
### 3.3.7.1.3. Plan organizacional

#### ***Estructura de personal***

En el organigrama presentado en la figura 16 se muestra las áreas que cuenta la cooperativa, de las cuales se le agrego una persona califica en la parte

de la realización de los costos y por lo que ya no se terciara y se tendrá como un trabajador más, la cual permita analizar y solicitar cotizaciones, entre otros puntos permitiendo estar en coordinación con la gerencia general.

**Figura 17.** Organigrama Cooperativa Cedros Café



**Fuente:** Elaboración propia



## **Cargos y funciones (MOF):**

### ***Asamblea general de delegados:***

#### *Consejo de vigilancia*

Solicita al Gerencia General, informes sobre cumplimiento de acuerdos de la asamblea general, disposiciones legales y actos administrativos realizados.

Verifica la existencia y valorización de los activos fijos de la cooperativa, y especialmente pagos que pudieran recibir los socios por sus aportaciones.

Fiscaliza fondos en caja, bancos, y títulos y valores de la cooperativa por los cuales deben estar debidamente administrados y salvaguardados.

Opina, y comunica al consejo administrativa y gerencia general sobre reclamaciones de los socios de la cooperativa contra los órganos y funciones que esta cumple.

Presenta a la asamblea administrativa y general sobre la realización de las actividades para asegurar el correcto manejo y funcionamiento de la cooperativa.

#### *Comité electoral*

Elabora, modifica o restaurar el reglamento del proceso de elecciones para la aprobación de la asamblea general.

Coordinar con el consejo administrativo la convocatoria a elecciones y convocar a las personas involucradas.

Conduce el proceso electoral de acuerdo a lo establecido en el reglamento de elecciones por la cooperativa.

### ***Consejo de administración***

#### *Comité de educación*

Elaboración de planes de trabajo y presupuestos debidamente a las actividades realizadas de las capacitaciones realizadas al socio o personal administrativo.

Desarrolla programas de capacitación técnico empresarial, dirigidos a los socios, altos directivos, trabajadores de la cooperativa.

Evalúa el nivel educativo, cultural y social entre los socios.

Participa en los programas o cursos de capacitación al socio y al trabajador sobre temas agrícolas.

Difundir el cooperativismo entre los socios y la comunidad administrativa.

Presenta trimestralmente un informe de las actividades y costos realizados a la administración de la cooperativa.

Promueve comités o programas se desarrolló de la mujer y las familias conformadas por los socios integrados en la cooperativa.

### ***Gerencia general***

El gerente General será el representante y responsable del planeamiento organización, dirección general y supervisión de la cooperativa, con responsabilidad inmediata ante el consejo del área administrativo.

Aplica las normas y lineamientos de política y estrategias de desarrollo institucional.

Ejecuta los programas y presupuestos de conformidad junto con el área administrativo y consejo asamblea general de delegados.

Representante principal en la participación de ferias o eventos que se realicen.

Celebra, ejecuta y aprueba contratos de compra y servicio, que sean necesarios para el funcionamiento de la cooperativa.

Contratar, promover, suspender y despedir al personal si en caso incumplan una norma de acuerdo a la ley.

Realizar y ordenar pagos o préstamos realizados por la cooperativa.

Aplica métodos, sistemas y procesamientos que favorezcan la producción y calidad del producto con los socios y personal calificado.

Promover la aplicación de instrumentos modernos de gestión, estos pueden ser telecomunicaciones, mercadotecnia, reingeniería, calidad total, etc.

Responsable de la existencia, regularidad y veracidad de los sistemas de contabilidad con apoyo del área de contabilidad y finanzas sobre los libros de ley ordena a la sociedad y registros que debe de llevar un ordenamiento comerciante y el ocultamiento de las regularidades.

Girar comprobantes de pago sobre los saldos acreedores, deudas o en sobregiros autorizados en las cuentas bancarias que tenga la cooperativa.

### Producción

Responsable del funcionamiento del área productivo de la cooperativa sobre el cumplimiento de los objetivos y políticas establecida por la Gerencia General y área admirativa.

Organizar y planificar los recursos productivos de la cooperativa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad, cumpliendo las condiciones y especificaciones de calidad.

Coordinar y tratar con el Gerente General sobre los planes cortos, medianos y largo plazo para hacer progresar el área productivo de la cooperativa, respetando las tendencias del mercado y la tecnología utilizada.

Utilizar instrumentos o estrategias que ayuden al cultivo del producto hacia el socio.

### *Proyectos*

Realizar de estudios, elaborar perfiles y proyectos de inversión, evaluando el impacto que estos puedan generar a la sociedad y ambiente.

Analizar y estudiar las operaciones de la cooperativa para formulación de anteproyectos del presupuesto anual.

Realizar diagnóstico socio económico del ámbito de influencia de la cooperativa.

Evaluar la factibilidad de convertir los proyectos de desarrollo alternativo y otros proyectos en beneficio de la cooperativa.

Sustentar el informe de gastos realizados en la ejecución de los proyectos.

Supervisar y apoyar en los proyectos, garantizando un cumplimiento óptimo y legal de las actividades ejecutadas en los proyectos.

Realizar y presentar al Gerente General un informe de las actividades realizadas al finalizar el año.

### Comercialización

Definir, promover y ejecutar políticas de comercialización orientadas a una mayor y manejo en el mercado internacional.

Proponer y ejecutar estrategias de marketing, y ventas de la cooperativa.

Representar junto con apoyo del Gerente General un adecuado sistema de venta a nivel nacional e internacional.

Evaluar la creación de nuevos productos identificando nuevas oportunidades de negocio.

Indagar y establecer ventajas competitivas donde se ofrezcan productos de la cooperativa, procurando obtener mejor participación en el mercado internacional.

Realizar y autorizar descuentos promocionales en la venta del producto en coordinación con la Gerencia de Finanzas y oportunidad de negocio.

### *Control de calidad físico*

Plantear, organizar y ejecutar estándares de calidad para la producción de los productos, aplicados antes y después del desarrollo del proceso productivo.

Realizar un análisis físico, químico de los productos en proceso y terminados.

Realizar el análisis y clasificación del café en grano.

Planificar, organizar, coordinar y ejecutar el análisis de nuevos productos, innovando productos existentes e implementando nueva tecnología para fabricarlos.

Analizar la calidad de materias primas e insumos que intervengan en el proceso de café en grano.

Ejecutar y brindar información de muestras de los productos, de acuerdo al requerimiento del cliente (importador).

Verificar y analizar el cumplimiento de los sistemas, sellos y certificaciones para el producto.

Planificar, ejecutar y realizar capacitaciones sobre asesoramiento de procesos cosecha, para tener buenos resultados en la calidad del producto.

#### *Laboratorio*

Analizar las muestras del café en grano ingresado por el socio, y de acuerdo a ello se le podrá pagar al productor.

#### *Logística de exportación*

Asesoramiento de costos logísticos de exportación.

Analizar de información de cotizaciones de líneas navieras, agente de aduanas, documentos de exportación, entre otros aspectos que se requieran para la venta comercial.

Organizar viajes y salida de las unidades de transporte desde la cooperativa hasta el lugar de proceso (Norandino), al igual que el transporte internacional.

Solicitar cotizaciones de instituciones (agente de aduanas, línea naviera, proveedores, SENASA, entre otras) que se requiera para el envío de la mercancía hacia otro país.

Mantener actualizado la lista de proveedores, compradores, contratos y garantías respectivas.

### Administración

Cumplir y hacer cumplir la ley de los jefes, el estatuto, las decisiones de la asamblea general de delegados.

### *Contabilidad y finanzas*

Programar, conducir y controlar las diferentes áreas de contabilidad.

Realizar un plan de trabajo contable anualmente.

Velar por la actualización de los inventarios.

Administrar recursos financieros de la cooperativa en concordancia con el Gerente General.

Manejar cuentas bancarias por la entidad.

Preparar y realizar información a entidades externas como Bancos, y otras organizaciones como: SUNAT, INEI, y otras que indique la Gerencia.

Realizar y analizar información tributaria de declaración en SUNAT.

### *Asistente contable*

El cumplimiento del contador será con coordinación con el gerente general de la cooperativa.

### *Tesorería*

Brindar apoyo técnico secretarial al área de contabilidad y demás áreas de la institución.

Atender a las solicitudes presentadas por los socios y los trabajadores en términos de reconocimiento por gastos en medicina, reintegros y nivelación.

Recepcionar y archivar documentos presentados a la cooperativa por otras entidades.

Elaborar y presentar solicitudes, oficios y documentos en concordancia con el Gerente General de la institución.

#### *Soporte financiero*

Elaborar, analizar y registrar operaciones que realiza la cooperativa, de las cuales son nacionales o extranjeras, para luego ser unidad con los estados financieros y tributarios para SUNAT.

Realizar el registro de los libros principales y auxiliares como registro de compra, ventas entre otros.

Mantener actualizados los estados financieros analmente.

### **3.3.7.2. Análisis de producto en el mercado objetivo y plan de marketing**

#### **3.3.7.2.1. Partida arancelaria**

**Tabla 30.**

Partida arancelaria del café

| <b>Sección: II</b> | <b>Productos del reino vegetal</b>  |
|--------------------|---|
| <b>Capítulo: 9</b> | <b>Café, té, yerba, mate y especias</b>   |
| 09.01              | Café, incluso tostado o descafeinado: cascara y cascarilla de café: sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. |
| 0901.11.90.00      | Los demás   |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 31.**

Gravámenes vigentes del café

| <b>Gravámenes Vigentes</b> | <b>Valor</b> |
|----------------------------|--------------|
| <i>Ad/Valorem</i>          | 11%          |

|  |       |
|--|-------|
| <i>Impuestos Selectivo al Consumo</i>  | 0%    |
| <i>Impuesto General a las ventas</i>   | 0%    |
| <i>Impuesto de Promoción Municipal</i> | 0%    |
| <i>Derechos Específicos</i>            | A.A.  |
| <i>Derecho Antidumping</i>             | N.A.  |
| <i>Seguro</i>                          | 1.75% |
| <i>Sobretasa</i>                       | 0%    |
| <i>Unidad de Medida</i>                | KG    |

**Fuente:** Elaboración propia

Canadá tiene su propia estructura de aranceles aduaneros en base al Sistema Armonizado de Aranceles de la Organización Mundial de Aduanas. Los seis primeros dígitos son identificados comunes usados por todos los países y mientras que los cuatro últimos dígitos son únicos por Canadá, de las cuales son:

**Tabla 32.**

Partida arancelaria Canadá

| <b><i>Dígitos</i></b>                  | <b><i>Descripción del producto</i></b>   | <b><i>del Propósito</i></b>  |
|--|--|--|
| <i>Capítulo 9</i>                      | Café, té, mate y especias                | Da la descripción general de los productos que cubre   |
| <i>Título 0901</i>                     | Café, ya sea o no tostado o descafeinado | Relacionado al texto de descripción en el arancel  |
| <i>Subtítulo 0901.21</i>               | Café, tostado, no descafeinado           | Representa las subdivisiones internacionales de la prueba de título para propósitos estadísticos |
| <i>Partida Arancelaria 0901.21.00</i>  | Café, tostado, no descafeinado           | Tasa arancelaria aplicada a este nivel   |
| <i>Nivel estadístico 0901.11.00.10</i> | Certificación orgánico                   | Da la descripción del producto para propósito de estadístico                                     |

**Fuente:** FTO-Canadá  
Elaboración propia



### 3.3.7.2.2. Mercado objetivo

#### - Datos generales

Canadá es la decimoprimer economía del mundo, según estadísticos del Banco Mundial. Sin embargo, durante la última década, la crisis financiera internacional impacto negativamente su desempeño económico; en el 2009 su producto bruto interno (PBI) retrocedió 2,7% con respecto al 2008. A pesar de ello, luego de aplicar medidas económicas para robustecer su economía, Canadá se recuperó notablemente (The World Factbook, 2014). (PDM, 2016, pág. 4)

Su principal socio económico comercial, es Estados Unidos, demanda las tres cuartas partes del total de sus exportaciones. Asimismo, gracias al tratado de libre comercio (TLC), vigente desde el 2009, Canadá mantiene sólidas relaciones de comercio e inversión con el Perú.

Según esta investigación realizada, se pudo escoger el mercado objetivo, esto permite que la cooperativa exporte el café en grano verde (85 a 90 tasa) al consumidor canadiense, prefiriendo café más áspero y con más cuerpo (volumen); también está el consumidor francés, consume el café más suave, la taza de café para esos segmentos son de taza 82 a 86 puntos en taza.

**Tabla 33.**

Exportaciones realizadas a Canadá

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

**Fuente:** SUNAT-2016

Elaboración propia

En la tabla 33 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 los 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.

A continuación, se muestra la siguiente tabla 34 de la ficha técnica de Canadá.

**Tabla 34.**

Ficha técnica Canadá



**FICHA PAÍS: CANADÁ**

|                           |  |     |
|---------------------------|--|-----|
| Área                      | 9,984.670 km <sup>2</sup>  |     |
| Capital                   | Ottawa   |     |
| Ciudades Importantes      | Toronto, Vancouver, Quebec, Montreal                                 |     |
| Población                 | 35,881, 659 millones   |     |
| Idioma Oficial            | Inglés y francés (país bilingüe)                                     |     |
| Ubicación Geográfica      | Norte del continente americano, limita hacia el noroeste con Alaska. |     |
| PBI                       | 3%   |     |
| PBI Per Cápita            | 48,400   |     |
| Tasa de Crecimiento Anual | Inflación  | 1.6 |
|                           | Desempleo  | 6.8 |

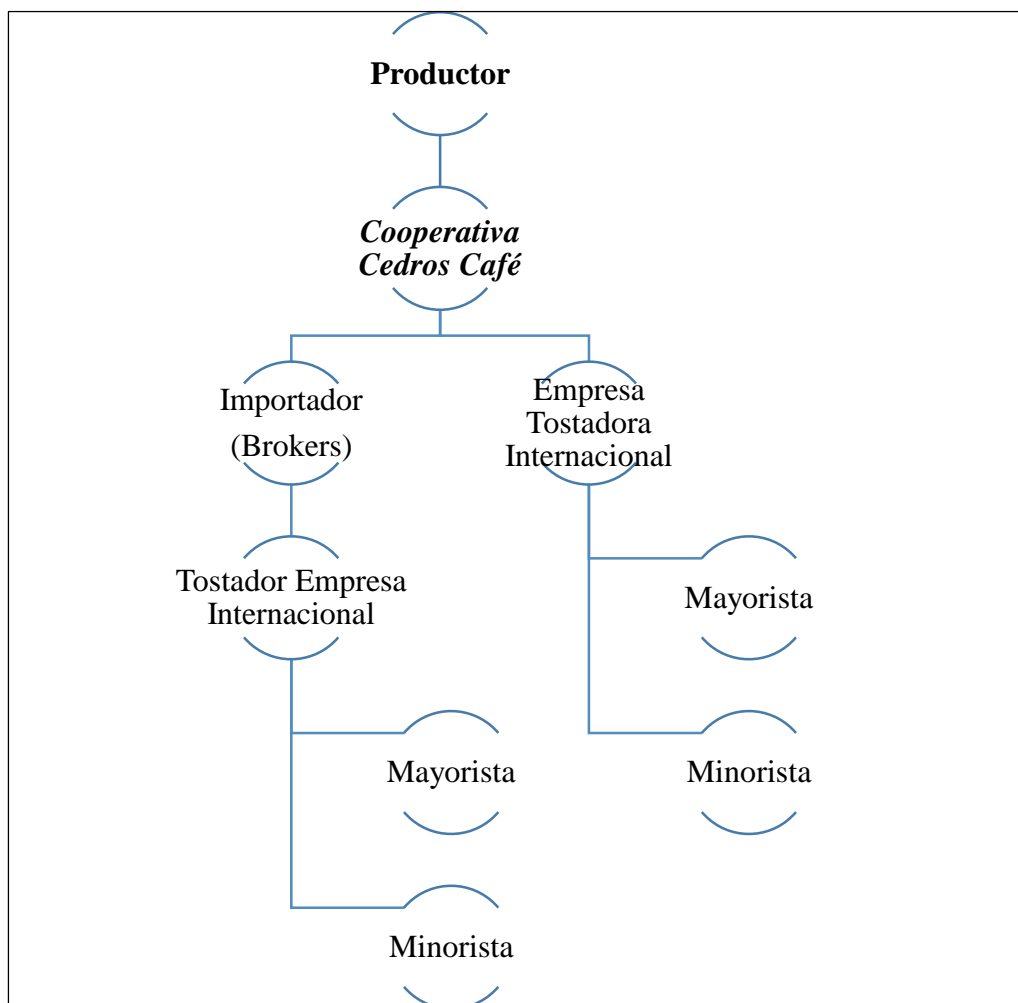
|                    |  |
|--------------------|--|
| Moneda             | Dólar canadiense (CAD)-1.308                                 |
| Clima              | Varia de templado en el sur a subártico y ártico en el norte |
| Código Telefónicos | + 1  |

**Fuente:** Central Intelligence Agency-2017  
Elaboración propia

– Canal de distribución

Canadá es el séptimo importador a nivel mundial de café, siendo este mercado uno de los más atractivos, ya que, el mercado del café es dinámico y competitivo, los consumidores prefieren el café más suave o más áspero y de acuerdo a ello se pudo graficar el canal de distribución, según presentada en la figura 18.

**Figura 18.** Canal de comercialización



**Fuente:** Elaboración propia

- Medios de transporte

El medio más adecuado para exportar el café en grano hacia el mercado de Canadá es el marítimo, por ser más económico y mayor capacidad de volumen. Los principales puertos podrían ser: Vancouver, Montreal, Halifax y Toronto.


### 3.3.7.2.3. **Tendencia de consumo**

#### *Segmento de mercado*

**Tabla 35.**

Segmento de mercado

| <b>Segmentos</b>               | <b>Descripción</b>   |
|--------------------------------|--|
| Productos étnicos              | La demanda de productos étnicos crece de manera sostenida, principalmente por el carácter multicultural de la población canadiense (2031 la mayoría supera a 11.4 millones de personas). Los canadienses prueban sabores nuevos y compran novedosos productos, muy influye las consideraciones religiosas Halal y Kosher.  |
| Productos procesados (gourmet) | Son apreciados por la población de nivel socioeconómico medio y alto. Poseen una gran calidad y originalidad en sus envases y diseños. Muchas veces, son excluidos de la tienda que los comercializa o de oferta limitada. Cabe resaltar que el procesamiento del producto y su certificación, así como la naturaleza de sus ingredientes (naturales/orgánicos) son cuidadosamente observados. |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Productos orgánicos      | El mercado de productos orgánicos, el segmento de mayor crecimiento en Canadá es su valor es de CAD 30000 millones. Destacan los productos con certificación y los procesados, son saludables.   |
|                          |    |
| Productos especializados | Está relacionado con la prevención del envejecimiento. De acuerdo con Statistics Canadá, los mayores de 65 años corresponden al 15,2% de la población. Este grupo cuenta con un alto poder adquisitivo, invierte en alimentos saludables, especialmente aquellos que retrasan el envejecimiento. |

**Fuente:** Plan de Desarrollo de Mercado-2016  
Elaboración propia

En la tabla 35 se muestra que el segmento para ingresar al mercado de Canadá son los productos orgánicos y productor especializados, ya que por ser un producto de calidad y contar con sellos y certificaciones la cooperativa se le hace más factible el ingreso del producto, de los cuales estos son mostrados en la tabla 49:

**Tabla 36.**  
Certificaciones Cooperativa Cedros Café

| <b>Café Orgánico</b>  | <b>UTZ</b>   | <b>FRAIRTRADE</b>   |
|---|--|---|
| El sello de certificación Café Orgánico que se maneja en la Cooperativa Cedros, se tiene en relación al mercado objetivo hacia donde se ha exportado, en este caso es |            |  |
|   | La certificación UTZ muestra a los consumidores que los productos de la Cooperativa Cedros han | El Comercio Justo hace referencia a un  |

---

Canadá, esto es para el ingreso a Estados Unidos (en inglés, Utrnited States Department of Agriculture, USDA), sello cuyo objetivo es hacer que los productos orgánicos sean más fáciles de identificar por los consumidores.

---

### USDA ORGANIC



Con el sello USDA se muestra un completo compromiso por un planeta más saludable, para la obtención de este certificado se tiene que cumplir con las Normas de Producción Orgánica para EE.UU. (NOP-USDA), creada por el Misterio de Agricultura de los Estados Unidos.

lado obtenidos desde la finca de manera sostenible. Para la obtención de esta certificación los proveedores deben de seguir un código de conducta, ofreciendo mejores métodos de cultivos, condiciones de trabajo y cuidado de la naturaleza.

---

### Código de conducta

Cada producto certificado UTZ se cultiva de acuerdo al Código de Conducta y la Cadena de Custodia. Para garantizar el cumplimiento, todos los productores reciben un cheque regular de auditores independientes. Su aprobación da como resultado la certificación.

### Cadena de Custodia

Este es un conjunto de reglas diseñadas para proveer un alto nivel de confianza en saber que el producto se origina o está relacionado con una fuente certificada UTZ.

movimiento social global que promueve un tipo de comercio basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad.

Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos.

---

**Fuente:** Trazabilidad de Cooperativa Cedros-2018  
Elaboración propia

### 3.3.7.2.4. Perfil del consumidor

La población de Canadá es de 35,8 millones de personas aproximadamente, creciendo a un promedio del 1% cada año, para el 2025 se espera que aumente en 43,5 millones. La mayor parte de la población está muy concentrada en las zonas urbanas cercanas a la frontera con Estados Unidos, con los mercados de consumo mayores ubicadas en Ontario, Quebec y Columbia Británica. El mercado de consumo también es Alberta que ha aumentado en los últimos años.

**Tabla 37.**  
Población canadiense

| <b>Población Canadiense por provincia</b> |                  |                                   |                                    |                          |
|---|------------------|-----------------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| <i>Provincia</i>                          | Población (2014) | Contribución a la población total | Área de terreno (Km <sup>2</sup> ) | Densidad de la población |
| <i>Canadá (total)</i>                     | 35.540.419       | 100%                              | 8.965.121                          | 4.0                      |
| <i>Ontario</i>                            | 13.678.740       | 100%                              | 908.608                            | 15.1                     |
| <i>Quebec</i>                             | 8.214.672        | 38%                               | 1.356.547                          | 6.1                      |
| <i>Columbia Británica</i>                 | 4.631.302        | 23%                               | 922.509                            | 5.0                      |
| <i>Alberta</i>                            | 4.121.692        | 12%                               | 640.082                            | 6.4                      |
| <i>Manitoba</i>                           | 1.282.043        | 4%                                | 552.330                            | 2.3                      |
| <i>Saskatchewan</i>                       | 1.125.410        | 3%                                | 588.239                            | 1.9                      |
| <i>Nueva Escocia</i>                      | 942.668          | 3%                                | 52.939                             | 17.8                     |
| <i>Nuevo Brunswick</i>                    | 753.914          | 2%                                | 71.377                             | 10.6                     |
| <i>Terranova y Labrador</i>               | 526.977          | 1%                                | 370.511                            | 1.4                      |
| <i>Isla del Príncipe Edward</i>           | 146.283          | 0.4%                              | 5.686                              | 25.7                     |
| <i>Territorios del Noroeste</i>           | 43.623           | 0.1%                              | 1.143.793                          | 0.04                     |
| <i>Yukón</i>                              | 36.510           | 0.1%                              | 474.713                            | 0.08                     |
| <i>Nunavut</i>                            | 36.585           | 0.1%                              | 1.877.788                          | 0.02                     |

**Fuente:** TFO-Canadá

**Elaboración:** Elaboración propia

- Dos tercios de los canadienses viven en Ontario y Quebec.
- El 80% de los canadienses viven a 160 kilómetros de la frontera con EE.UU.

- Viven en la ciudad principal 7 de cada 10 canadienses.

**Tabla 38.**

Consumo canadiense de café

| <b>Zonas de países consumo de café</b> | <b>% de consumo</b> |
|--|---------------------|
| <i>Quebec y Praderas</i>               | 60% y 63%, diario   |
| <i>Ontario</i>                         | 58%, adultos        |
| <i>La región del Pacífico</i>          | 56%, dieta diaria   |
| <i>La región atlántico</i>             | 53%, diario         |

**Fuente:** ProEcuador  
Elaboración propia

### **3.3.7.2.5. Plan de marketing**

#### **Producto**

El producto exportado para el mercado de Canadá, será el café en grano verde de tipo orgánico o también llamado café sostenible, caracterizado por ser de alta calidad (organoléptica), certificado con Comercio Justo y USDA Organic. Además, para el ingreso se considerará el sello orgánico de Canadá que es Canadian Organic.

#### **Forma de presentación**

El café ofrecido a importador será en sacos de yute de 69 Kilogramos más bolsa plástica Grainpro (importadas) si en caso lo requiera, por lo que estará debidamente sellado, evitando así el deterioro del producto y no pierda el porcentaje de taza.

#### **Precio**

Para establecer el precio se ha determinado que el valor se obtiene por cada quintal del exportable, se obtuvo el café exportado por pasar las etapas de evaluación y procesamiento trazada por la cooperativa, por lo que se obtenido el café oro verde exportable de calidad; el precio estará fijado por la venta y cierre de la negociación pactada con el cliente canadiense, y esto es



de acuerdo a la bolsa de valores de New York y al certificado que exija el cliente para él envío de la mercancía.

### **Plaza**

La producción y venta de café en grano de la Cooperativa Cedros Café estará dirigida a un mercado industrial conformado por grandes comercializadores en este caso son los Brokers (importador) para que llegue directamente a la empresa tostadora (él sabrá quién le está vendiendo). Canadá es un mercado potencial y uno de los principales importadores de café en grano verde, el nivel de consumo de café es bastante bueno y tienden a consumir esta bebida por ser un Superfood, ya que el canadiense prefiere productos orgánicos (certificados y sellos) y de calidad.

La venta se realizará de manera directa a través de contratos, por la cual se ha podido identificar en ferias internacionales; para su venta y comercialización en el extranjero se cuenta con certificados de café Orgánico y de comercio Justo, permitiendo el ingreso sin restricciones; y de esta manera el tostador procese el producto, para que luego sea vendido al consumidor final. Además, también se realizará por medio de las empresas tostadoras grandes, no todas tienen almacenes y es por eso que poco se realizara por este canal.

### **Tabla 39.**

Empresas centradas en Canadá

| <b><i>Principales importadores canadienses de la partida 090111 (café, no tostado, no descafeinado)</i></b> |               |                  |
|---|---------------|------------------|
| <i>Nombre de la compañía</i>  | <i>Ciudad</i> | <i>Provincia</i> |
| <i>ELAND INC</i>  | Brampton      | Ontario          |
| <i>KEN GABBAY COFFEE LTD</i>  | Montreal      | Quebec           |
| <i>METRO LOGISTICS INC</i>  | Montréal      | Quebec           |
| <i>MOTHER PARKER'S TEA &amp; COFFEE INC</i>   | Mississauga   | Ontario          |
| <i>N J DOUEK &amp; FILS INC</i>   | Montréal      | Quebec           |
| <i>RGC COFFEE INC</i>   | Westmoint     | Quebec           |

**Fuente:** ProEcuador-Industria Canadá  
Elaboración propia

### Unidad de medida

La unidad de medida será de acuerdo a los requerimientos del comprador, pero para el bróker pide en grandes volúmenes, en el caso del café en grano verde la unidad de medida es en saco de yute de 69 Kg y en contenedor de 20” para carga seca.

### Promoción

Para promocionar el café en grano verde de la Cooperativa Cedros Café se utilizará como estrategia una serie de acciones fundamentales que permita que el producto sea conocido, de las cuales estas son:

### Ferias

La asistencia a ferias internacionales que se realizan en Canadá y en el mundo, en la cual se oferte y demande café en todas las presentaciones, ya que los principales clientes potenciales visitan estas ferias, estas son:

**Tabla 40.**  
*Ferias*

| <b>Feria</b>                | <b>Mes</b>            | <b>Ciudad</b>  |
|-----------------------------|-----------------------|----------------|
| <i>The coffee &amp; tea</i> | 22 y 23 al Setiembre  | Toronto-Canadá |
| <i>SCAA</i>                 | 22 de abril           | Boston         |
| <i>Expoalimentaria Perú</i> | 26 al 27 al Setiembre | Lima           |
| <i>Expo Café Perú</i>       | 11 al 13 de octubre   | Lima           |

**Fuente:** *Elaboración propia*

### Revistas

A través de revistas se puede dar a conocer la existencia de la Cooperativa Cedros Café, por la que son entidades que proporcionan información que es útil que el exportador deberá de publicar, estas son:

- Exportando.pe
- PROMPERU, entre otras revistas.

Brochure

Figura 19. Brochure Cooperativa Cedros Café

**CERTIFICACIONES**

EU organic

FAIR TRADE USA

UTZ CERTIFIED Good Inside

USDA ORGANIC

FAIRTRADE

COOP CEDROS CAFÉ

**COOP CEDROS CAFÉ**

**DIRECCION**  
Calle Los Robles N° 765  
Sector los sauces  
Jaén – Cajamarca – Perú

**REPRESENTANTES**  
**Luymer Tichahuanca García**  
Presidente del Consejo de Administración  
**Jorge Carrillo Enriquez**  
Gerente General  
jorge@cedroscafe.com  
•51 976840802

**COOP CEDROS CAFÉ**  
[www.cedroscafe.com](http://www.cedroscafe.com)

## QUIENES SOMOS

La cooperativa CEDROS CAFÉ nace para integrar productores de cambio, conservar la biodiversidad, incluir a la mujer cafetalera como modelo de gestión y generar oportunidades para jóvenes, bajo el concepto de sostenibilidad.

Actualmente cuenta con 276 productores asociados y un equipo de 10 colaboradores permanentes.

## NUESTRO CAFÉ

### Variedades

Typica, Caturra, Pache, Bourbon, Costa rica, Catimor y Catuai

### Altitud

1200 – 2000 msnm

### Meses de cosecha

Abril – Octubre

### Plantaciones

640 has

### Cantidad exportable

740 Tn

### FLO ID

30532



## MICROLOTES DE CAFES ESPECIALES

### Cantidad exportable

75 Tn

### Variedades

Typica, Caturra, Pache, Bourbon, Costa rica y Catuai

### Taza

84 – 86

### Meses de cosecha

Agosto – Octubre



## CALIDAD

La cooperativa CEDROS CAFÉ incorpora prácticas de manejo agronómico en el cultivo de café, con productores capacitados, controles en procesos de cosecha y post-cosecha, secado, maquila, garantizando calidad y vivencias compartidas manteniendo sus costumbres y tradiciones detrás de una taza de café.

## SOSTENIBILIDAD

Contamos con personal técnico especializado preparado para el desarrollo de capacidades integrando la sostenibilidad en cada proceso que realizamos, promoviendo prácticas agroforestales, controlando la erosión de suelos, manejo de aguas residuales, reforestación, proteger la biodiversidad generando empoderamiento, democracia y transparencia en sus miembros.



**Fuente:** Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café  
*Elaboración propia.*

### 3.3.7.3. Plan de operación

#### 3.3.7.3.1. Fichas del producto

Tabla 41.

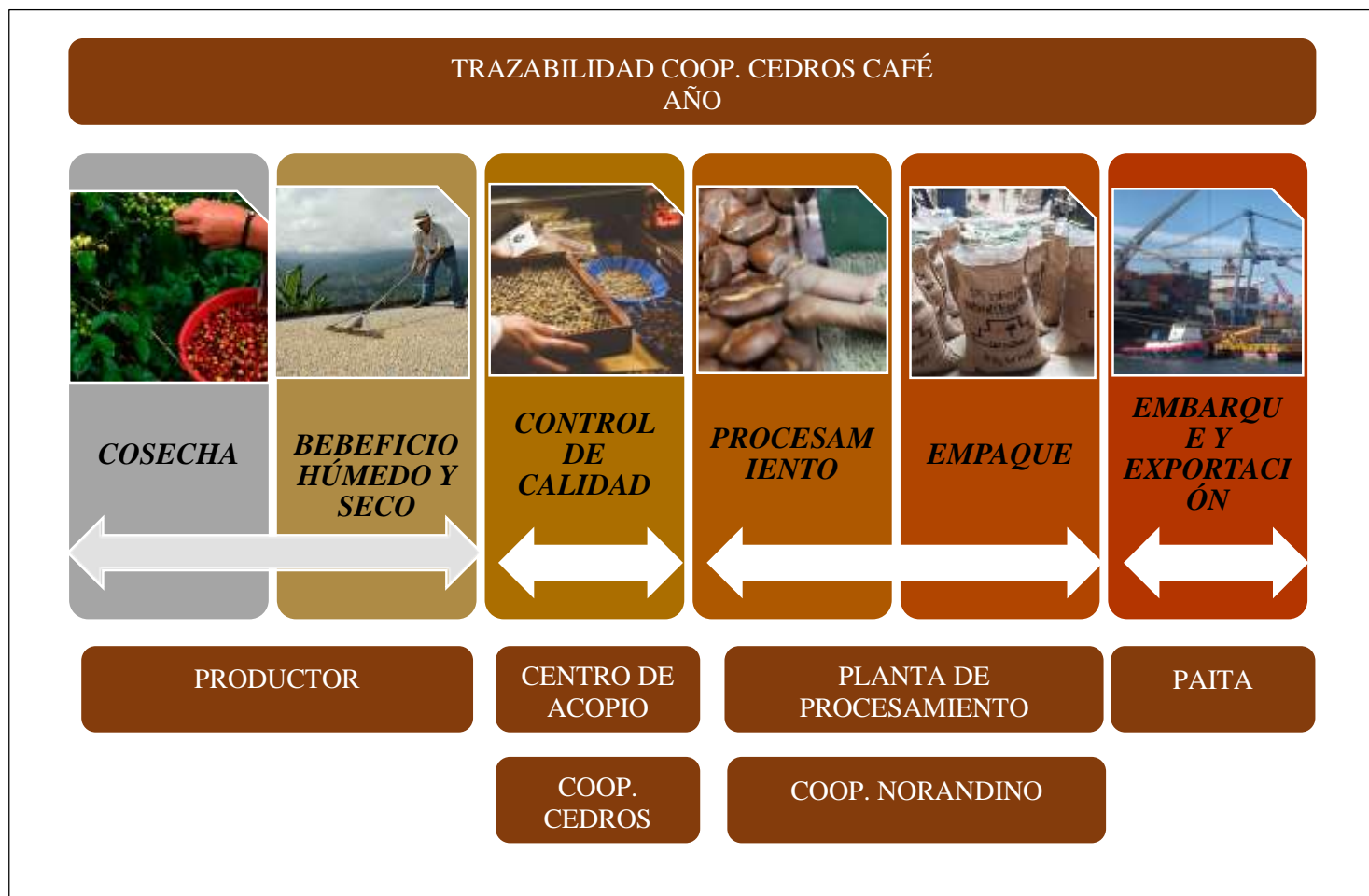
Ficha técnica producto

| <b>CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ</b> |  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
|---------------------------------|--|-------|---|------|---|-------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|
| <b>Nombre del producto</b>      | Café verde Arabica   |       |  |      |  |       |        |           |         |           |           |
| <b>Nombre comercial</b>         | Coffea Arabica   |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Partida Arancelaria</b>      | 09.01.11.90.00<br>Los demás<br>Café sin tostar ni descafeinar  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Procedencia</b>              | Jaén-Cajamarca-Perú  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Descripción del producto</b> | Cosecha selectiva, desde 1200 hasta 1800 m.s.n.m., variedades Catimor, Pache, Typica, Costa Rica, entre otras. |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Calidad</b>                  | Grado 1, HB MCM  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Perfil en taza</b>           | 83 puntos, afrutado, notas naranjilla, aguaymanto. Cuerpo jugoso.  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Envasado</b>                 | Sacos de yute de 69 Kg. c/u  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Humedad</b>                  | 12%  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Oferta</b>                   | 37.970 Tn.   |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Requisitos cumplidos</b>     | Normas y Reglamentos ORGANICOS y Sostenibles   |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| <b>Periodo de producción</b>    |  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |
| Enero                           | Febrero  | Marzo | Abril   | Mayo | Junio   | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|                                 |  |       |   |      |   |       |        |           |         |           |           |

**Fuente:** Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café  
Elaboración propia

### 3.3.7.3.2. Trazabilidad *del* café en grano

**Figura 20.** Trazabilidad de Cooperativa Cedros Café



**Fuente:** Sistema de Trazabilidad de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café  
Elaboración propia

A continuación, se muestra los elementos que intervienen en su elaboración, distribución y producción del café.

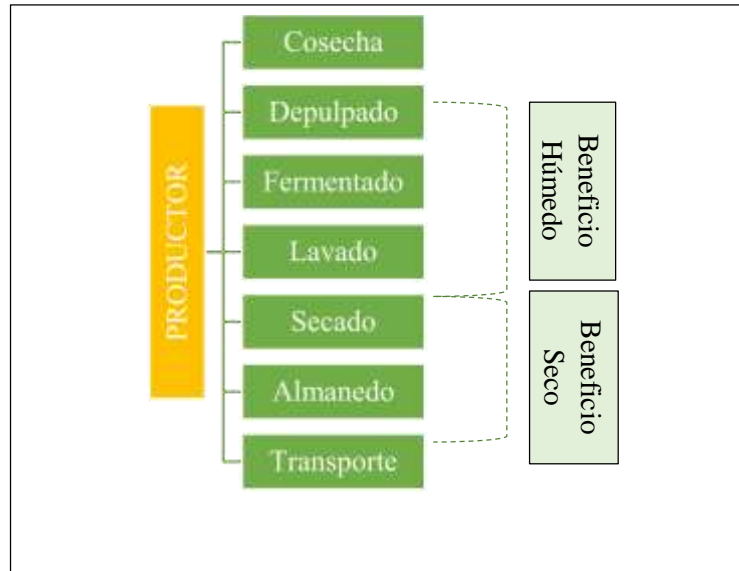
#### **PRODUCTOR**

El productor se encargará de ser quien realice el primer control sobre el producto, desde el momento de la cosecha, despulpado, fermentado, lavado, secado, almacenado y transporte.

Toda actividad realizada diariamente será registrada en el cuaderno del productor sostenible, en la cual es una guía de documentos

necesarios para seguimiento de sus actividades involucradas en cada proceso.

**Figura 21.** Proceso de cosecha hasta transporte



**Fuente:** Sistema de trazabilidad de la Cooperativa Cedros Café  
Elaboración propia

### **Cosecha**

Esto consiste cuando los frutos llegan a la madurez, se puede comenzar a cosechar el café; la selección es manual y selectiva, recogiendo en un canasto, para luego ser recolectado por costales del mismo trabajador.

### **Documentos necesarios**

Se manejarán una serie de registros, esto deberá de estar incluido en el cuaderno del producto Sostenible para una Certificación Múltiple.

- Registro de actividades diarias en la Unidad Productiva
- Registro de semillas y manejo de vivero
- Registro de cosecha cerezos
- Registro de compras en insumos y abonos
- Registro de aplicaciones fitosanitarias y fertilizaciones

### **Beneficio húmedo.**

Cuando se cosecha los frutos de llama “café cerezo”, deberán ser procesados para retirar la pulpa y mucílago, para así obtener el café pergamino.

- *Despulpado y fermentado*: esta fase en la eliminación de la pulpa (epicarpio); se realiza atreves de una maquinas despulpadoras. El fomentado dura de 12 a 18 horas.

#### Documentos necesarios

- Registro de compras en equipo herramientas para la unidad productiva
- Registro de actividad en el manejo de la pulpa
- Registro de gastos en limpieza y calibración de maquinaria y equipos
- Registro de manejo de fermentación

#### **Lavado**

Una vez finalizado el proceso de fermentación, comienza el lavado del grano, y elimina totalmente el mucílago; este proceso se eliminan impurezas y permite una selección y clasificación.

#### Documentos necesarios

- Consumo de agua volumen/litros-latas

#### **Beneficio seco**

El beneficio seco es el segundo proceso de transformación a los cafés lavados son sometidos, tiene como fin eliminar el pergamino o cascarilla de los granos de café.

#### **Secado y almacenado**

Después que el café haya pasado por el proceso de beneficio se seca al sol, a temperaturas ambientes o secadores mecánicos, el café no deberá de secarse en contacto con la tierra; cuando está seco se llama “café pergamino”. Luego, se procederá a empacarlos en sacos teniendo en total limpieza y ventilación adecuada.

#### Documentos necesarios



Durante el secado y almacenado, el producto deberá manejarse los siguientes registros:

- Registro de manejo del secado
- Registro de limpieza en almacenes

### **Transporte a centro de acopio**

En este proceso, ya estarán debidamente embolsados, por lo que será transportados al local de la Cooperativa Cedros Café para la veta y acopio.

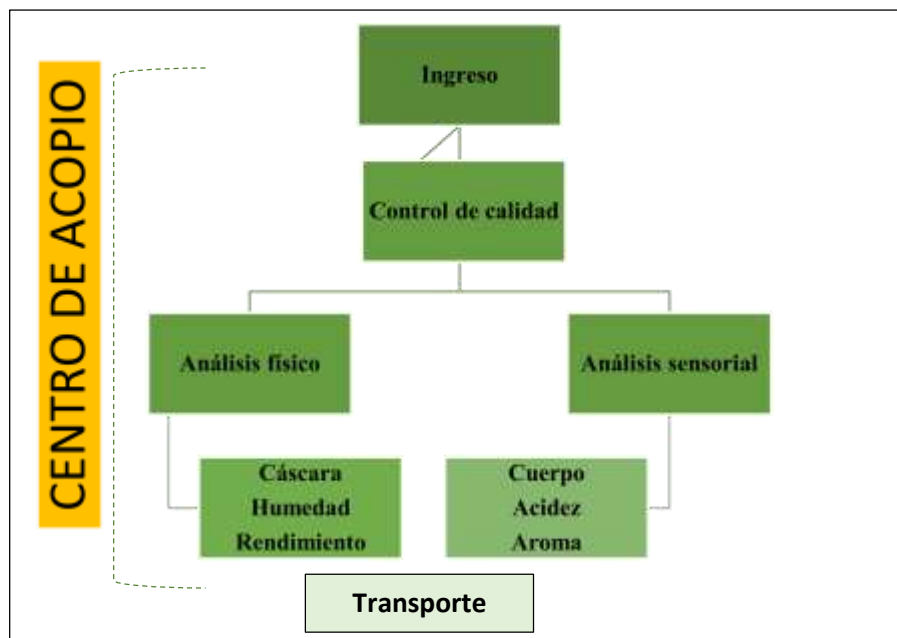
### **Documentos necesarios**

- Reglamento de gastos en transporte
- Comprobante de entrada
- Registro de café pergamino
- Registro de capacitación y asistencia técnica

### **OPERADOR CENTRAL**

Al momento de venta y/o acopio del café: COOPR.CEDROS CAFÉ, será el encargado del control de calidad, previamente al análisis físico, y análisis sensorial este es almacenado de acuerdo a su tipo de certificación. Asimismo, luego de todos los análisis pertinentes, se procederá al transporte de los productos hacia la planta de proceso (NORANDINO).

**Figura 22.** Proceso de centros de acopio



**Fuente:** Sistema de trazabilidad de la Cooperativa Cedros Café  
Elaboración propia

### **Ingreso y almacenaje**

El café pergamino ingresa al centro de acopio y es almacenado, para después enviarlo a la planta de proceso.

### **Documentos necesarios**

- Registro de actividades de limpieza y control de plagas
- Registro de calibración y mantenimiento de equipos
- Ticket de pesada
- Etiquetado por certificación
- Kardex de almacén
- Comprobante de entrada
- Liquidación de compra

### **Control de calidad**

#### **Análisis físico**

Para que un lote sea acopiado por la cooperativa deberá de cumplir determinadamente las características, que incluyen el color, olor, porcentaje de humedad y cascara, y el rendimiento del mismo.

- *Cascara*: el porcentaje de cáscara varía entre a 16.33 a 20%
- *Humedad*: el lote tiene que estar entre 10 a 12%, de lo contrario no será aceptado por la cooperativa.
- *Rendimiento*: se un rendimiento mayor a 70%.

Calidad B: con rendimiento entre 60 a 70%.

Café convencional: este será acopiado de acuerdo a la oferta, teniendo encuentra las características: humedad, cascara y rendimiento y una mezcla con el café certificado.

Resultado de muestra pre-embarque

**Control de sensorial:** Cuerpo, acidez y aroma.

### **Certificaciones de café**

El sello de la certificación de café orgánico que se manejará en la cooperativa cedros, tendrá que ser en relación al mercado objetivo, por la cual se está enviando la mercancía y de acuerdo a esos son:

**Tabla 42.**  
Certificaciones para el ingreso al mercado

| <i>USDA ORGANIC</i>   | FAIRTRADE   | CANADA ORGANIC   |
|---|---|--|
|  |  |  |

**Fuente:** Sistema de trazabilidad de la Cooperativa Cedros Café  
Elaboración propia

### **Transporte a planta de proceso**

La Cooperativa Cedros Café se hará cargo del transporte de los lotes debidamente seleccionados, sellados y etiquetados con una tarjeta de identificación, en concordancia con las certificaciones (orgánico, Fairtrade, UTZ).

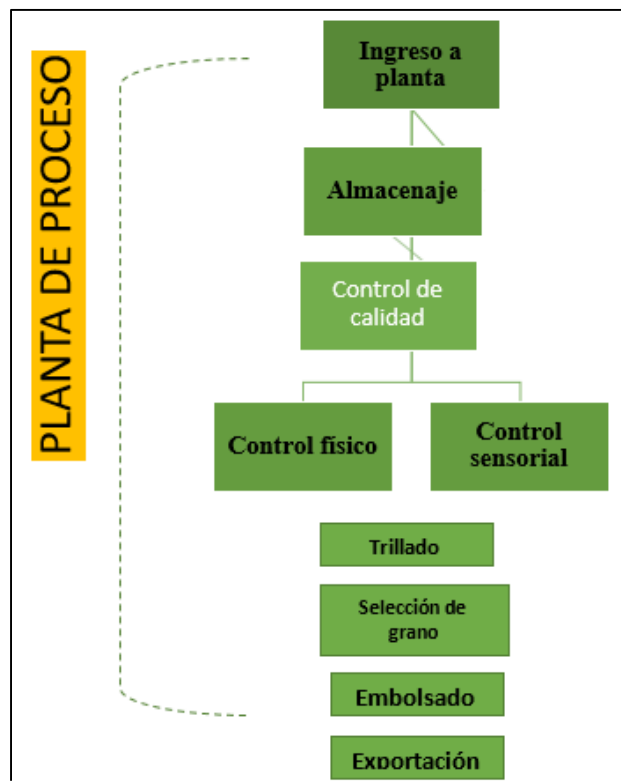
#### **Documentos necesarios**

- Declaración jurada de limpieza de transportista
- Lista de acopio
- Guía de remisión
- Ticket de pesado
- Factura de servicios de transporte

### **TERCERIZACIÓN DEL SERVICIO**

La Cooperativa Agraria Norandino (Piura) se encargará del procesamiento del café pergamino, hasta llegar a obtener el grano oro, que el producto final este será embolsado y puesto en puerto para su exportación.

**Figura 23.** Planta de proceso- C. Norandino



**Fuente:** Sistema de trazabilidad Cooperativa Cedros Café  
Elaboración propia

### **TRASLADO A PUERTO DE EMBARQUE**

Una vez que el grano oro o café en grano verde estén en los sacos de yute, listos para ser exportador, Cooperativa Noardino iniciará el transporte de esa mercadería hacia el puerto de Paita en la región de Piura.

#### **Transporte a puerto**

Cuando la mercancía o producto deja las instalaciones de Cooperativa Norandino, esta se puesta en rumbo al puerto de embarque.

#### **Documentos necesarios**

- Guía de remisión

#### **Exportación**

Cuando el producto este en puerto, estará preparado paras ser puesto en la embarcación comercial, llevando el producto al país extranjero.

### Documentos comerciales

- Factura comercial
- Factura proforma
- Lista de embarque (Packing list)
- Certificado de peso
- Certificado fitosanitario
- Ticket de peso en aduanas
- Certificado de origen
- Conocimiento de embarque (Bill of Lading)
- COR

### Documentos de embarque

- Reserva de espacio (Booking)
- Instrucciones de embarque
- Cara de responsabilidad

## Costos de producción

### Ingresos

**Tabla 43.**  
Plan de producción

| AÑO | PLAN DE PRODUCCION         |     |     |        |        |          |          |        |        |        |     |     | CANTIDAD TOTAL (kg) |
|-----|----------------------------|-----|-----|--------|--------|----------|----------|--------|--------|--------|-----|-----|---------------------|
|     | FTO PRODUCCION en kg / mes |     |     |        |        |          |          |        |        |        |     |     |                     |
|     | Ene                        | Feb | Mar | Abr.   | May.   | Jun.     | Jul.     | Ago.   | Set.   | Oct.   | Nov | Dic |                     |
| 1   | .                          | .   | .   | 500,00 | 700,00 | 1,000,00 | 1,700,00 | 600,00 | 300,00 | 200,00 | .   | .   | <b>5,000,000</b>    |
|     |                            |     |     | 0      | 0      | 0        | 0        | 0      | 0      | 0      |     |     |                     |
| 2   |                            |     |     | 525,00 | 735,00 | 1,050,00 | 1,785,00 | 630,00 | 315,00 | 210,00 |     |     | <b>5,250,000</b>    |
|     |                            |     |     | 0      | 0      | 0        | 0        | 0      | 0      | 0      |     |     |                     |
| 3   |                            |     |     | 551,25 | 771,75 | 1,102,50 | 1,874,25 | 661,50 | 330,75 | 220,50 |     |     | <b>5,512,500</b>    |
|     |                            |     |     | 0      | 0      | 0        | 0        | 0      | 0      | 0      |     |     |                     |
| 4   |                            |     |     | 578,81 | 810,33 | 1,157,62 | 1,967,96 | 694,57 | 347,28 | 231,52 |     |     | <b>5,788,125</b>    |
|     |                            |     |     | 3      | 8      | 5        | 3        | 5      | 8      | 5      |     |     |                     |
| 5   |                            |     |     | 607,75 | 850,85 | 1,215,50 | 2,066,36 | 729,30 | 364,65 | 243,10 |     |     | <b>6,077,531</b>    |
|     |                            |     |     | 3      | 4      | 6        | 1        | 4      | 2      | 1      |     |     |                     |

**Fuente:** Elaboración propia

*En la tabla 43, se pudo mostrar que la producción fue planificada a medida de las necesidades de la investigación, de acuerdo a las temporadas de producción de café en grano acopiado por la cooperativa Cedros Café, en el año 2018 la*

cantidad es de 5,000,000 kilos de café acopiado que equivale a 5,000,000, ya que, para los siguientes años se aumentara en un 1.05 incrementando en 5% de la producción

### 3.3.8.4. Análisis financieros y plan financiero

#### Gastos de personal mano de obra directa-planilla

**Tabla 44.**

Planilla de personal

| <b>REQUERIMIENTOS Y REMUNERACION DEL PERSONAL</b> |                       |                      |   |  |   |            |                          |                                     |                             |   |  |
|---|-----------------------|----------------------|---|--|---|------------|--------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|---|--|
| <b>PERSONAL</b>                                   | <b>SITUA<br/>CIÓN</b> | <b>CANT<br/>IDAD</b> | <b>REMUN<br/>ERACI<br/>ÓN<br/>BÁSIC<br/>A</b> | <b>ASIGNA<br/>CIÓN<br/>FAMILIA<br/>R</b> | <b>REMUN<br/>ERACI<br/>ÓN<br/>BRUTA</b> | <b>CTS</b> | <b>SEGURO<br/>SOCIAL</b> | <b>GRA<br/>TIFIC<br/>ACIO<br/>N</b> | <b>VAC<br/>ACIO<br/>NES</b> | <b>REMUNE<br/>RACIÓN<br/>NETA x<br/>MES S/.</b> | <b>TOTAL<br/>REMUNERA<br/>CIONES x<br/>AÑO S/.</b> |
| <b>M.O.I./GERENCIA GENERAL</b>                    |                       |                      |   |  |   |            |                          |                                     |                             |   | <b>232,829.03</b>                                  |
| Gerente General                                   | PLANILLA              | 1.00                 | 3,500.00                                      | 93.00                                    | 3,593.00                                | 349.32     | 323.37                   | 598.83                              | 299.42                      | 5,163.94  | 61,967.27  |
| <b>ADMINISTRACIÓN</b>                             |                       |                      |   |  |   |            |                          |                                     |                             |   | <b>83,145.21</b>                                   |
| Secretaria  | PLANILLA              | 1.00                 | 1,300.00                                      | 93.00                                    | 1,393.00                                | 135.43     | 125.37                   | 232.17                              | 116.08                      | 2,002.05  | 24,024.61  |
| Contador  | SNP                   | 1.00                 | 1,200.00                                      | 0.00                                     | 1,200.00                                | 0.00       | 0                        | -                                   | -                           | 1,200.00  | 14,400.00  |
| Asistente de Contador                             | PLANILLA              | 1.00                 | 1,300.00                                      | 93.00                                    | 1,393.00                                | 135.43     | 125.37                   | 232.17                              | 116.08                      | 2,002.05  | 24,024.61  |
| Tesorería   | PLANILLA              | 1.00                 | 1,200.00                                      | 0.00                                     | 1,200.00                                | 116.67     | 108                      | 200.00                              | 100.00                      | 1,724.67  | 20,696.00  |
| <b>COMERCIALIZACIÓN</b>                           |                       |                      |   |  |   |            |                          |                                     |                             |   | <b>87,716.55</b>                                   |

|                                   |              |      |              |       |              |            |        |            |            |                  |                   |
|-----------------------------------|--------------|------|--------------|-------|--------------|------------|--------|------------|------------|------------------|-------------------|
| Responsable de control de calidad | PLANI<br>LLA | 1.00 | 1,300.0<br>0 | 93.00 | 1,393.0<br>0 | 135.4<br>3 | 125.37 | 232.1<br>7 | 116.0<br>8 | 2,002.05         | 24,024.61         |
| Responsable de certificación      | PLANI<br>LLA | 1.00 | 1,200.0<br>0 | 93.00 | 1,293.0<br>0 | 125.7<br>1 | 116.37 | 215.5<br>0 | 107.7<br>5 | 1,858.33         | 22,299.94         |
| Control de calidad física         | PLANI<br>LLA | 1.00 | 1,200.0<br>0 | 0.00  | 1,200.0<br>0 | 116.6<br>7 | 108    | 200.0<br>0 | 100.0<br>0 | 1,724.67         | 20,696.00         |
| Responsable de exportación        | PLANI<br>LLA | 1.00 | 1,200.0<br>0 | 0.00  | 1,200.0<br>0 | 116.6<br>7 | 108    | 200.0<br>0 | 100.0<br>0 | 1,724.67         | 20,696.00         |
| <b>M.O.D./PRODUCCIÓN</b>          |              |      |              |       |              |            |        |            |            |                  | <b>17,246.67</b>  |
| Asistencia técnica                | PLANI<br>LLA | 1.00 | 1,000.0<br>0 | 0.00  | 1,000.0<br>0 | 97.22      | 90     | 166.6<br>7 | 83.33      | 1,437.22         | 17,246.67         |
| <b>TOTALES</b>                    |              |      |              |       |              |            |        |            |            | <b>20,839.64</b> | <b>250,075.70</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 44, se muestra que la cooperativa cuenta actualmente con 9 trabajadores registrados en planilla, de las cuales no a todas se le asignara asignación familiar, como también remuneración básica, CTS, seguro Soc, a la medida de las necesidades de la investigación.



**Tabla 45.**  
Porcentaje de beneficios

|                        |        |
|------------------------|--------|
| <b>Rem. Básica</b>     | 930    |
| <b>A. Familiar</b>     | 10%    |
| <b>CTS</b>             | 9.72%  |
| <b>Seguro Soc</b>      | 9.00%  |
| <b>Gratificaciones</b> | 16.67% |
| <b>Vacaciones</b>      | 8.33%  |

Fuente: Elaboración propia

## Costo y producto de operación

### Servicios básicos

**Tabla 46.**  
Servicios básicos y útiles de oficina

| <b>SERVICIOS BASICOS</b>            |               |                 |                |                      |
|-------------------------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------------|
| <b>Descripción</b>                  | <b>U. Med</b> | <b>Cantidad</b> | <b>P. Unit</b> | <b>Costo total</b>   |
| Luz                                 | Mes           | 12              | 300.00         | S/3,600.00           |
| Agua                                | Mes           | 12              | 60.00          | S/720.00             |
| Internet                            | Mes           | 12              | 300.00         | S/3,600.00           |
| Alquiler de local                   | Mes           | 12              | 1,500.00       | S/18,000.00          |
| <b>TOTAL</b>                        |               |                 |                | <b>S/25,920.00</b>   |
| <b>UTILES DE OFICINA Y LIMPIEZA</b> |               |                 |                |                      |
| <b>Descripción</b>                  | <b>U. Med</b> | <b>Cantidad</b> | <b>P. Unit</b> | <b>Costo total</b>   |
| Útiles de Oficina                   | Mes           | 12              | 400.00         | S/4,800.00           |
| Artículos de Limpieza               | Mes           | 12              | 300.00         | S/3,600.00           |
| <b>TOTAL</b>                        |               |                 |                | <b>8,400.00</b>      |
| <b>COSTOS DE MATERIA PRIMA</b>      |               |                 |                |                      |
| <b>Descripción</b>                  | <b>U. Med</b> | <b>Cantidad</b> | <b>P. Unit</b> | <b>Costo total</b>   |
| <b>I. COSTOS DIRECTOS</b>           |               |                 |                | <b>47,681,159.42</b> |
| Café                                | Kg            | 5,000,000       | S/9.50         | 47,500,000.00        |
| Sacos de Yute                       | unidad (69)   | 72464           | S/2.50         | 181,159              |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 47.**  
Gastos de venta

| <b>GASTOS DE VENTA</b>           |                    |
|----------------------------------|--------------------|
| <b>CONCEPTO</b>                  | <b>COSTO TOTAL</b> |
| MANO DE OBRA DE COMERCIALIZACIÓN | <b>20,696.00</b>   |
| Responsable de exportación       | 20,696.00          |
| OTROS GASTOS DE VENTA            | <b>6,000.00</b>    |
| Publicidad                       | 6,000.00           |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>     | <b>26,696.00</b>   |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 48.**  
Otros costos

| <b>OTROS COSTOS INDIRECTOS</b>       |                 |                    |
|--------------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>CONCEPTO</b>                      | <b>CANTIDAD</b> | <b>COSTO TOTAL</b> |
| Artículos de Limpieza                | mes             | 3,600.00           |
| Servicios básicos                    | mes             | 25,920.00          |
| <b>TOTAL OTROS COSTOS INDIRECTOS</b> |                 | <b>29,520.00</b>   |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 49.**  
Gastos de producción

| <b>COSTOS DE PRODUCCION</b>       |                        |
|-----------------------------------|------------------------|
| <b>CONCEPTO</b>                   | <b>COSTO ANUAL S/.</b> |
| <b>I. COSTOS DIRECTOS</b>         | <b>47,698,406.09</b>   |
| Café                              | 47,500,000.00          |
| Sacos de Yute                     | 181,159.42             |
| Mano de Obra Directa/Producción   | 17,246.67              |
| <b>II. COSTOS INDIRECTOS</b>      | <b>158,507.82</b>      |
| Mano de Obra Indirecta            | 128,987.82             |
| Otros costos Indirectos           | 29,520.00              |
| <b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b> | <b>47,856,913.91</b>   |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 50.**  
Gastos de operación

| <b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>        |                        |
|-----------------------------------|------------------------|
| <b>CONCEPTO</b>                   | <b>COSTO ANUAL S/.</b> |
| <b>I. GASTOS EN VENTAS</b>        | <b>26,696.00</b>       |
| Responsable de comercialización   | 20,696.00              |
| Publicidad                        | 6,000.00               |
| <b>II. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b> | <b>87,945.21</b>       |
| Mano de obra Administrativa       | 83,145.21              |
| Útiles de Oficina                 | 4,800.00               |
| <b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>  | <b>114,641.21</b>      |

Fuente: Elaboración propia

## Costos de producción proyectados

**Tabla 51.**

Análisis de costos de producción proyectados

| CONCEPTO                             | AÑOS (2018-2022)     |                      |                      |                      |                     |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
|                                      | 1                    | 2                    | 3                    | 4                    | 5                   |
| <b>I. COSTOS DIRECTOS</b>            | <b>47,698,406.09</b> | <b>51,828,089.06</b> | <b>56,315,689.15</b> | <b>61,192,239.02</b> | <b>6,314,978.32</b> |
| <i>a) Materiales directos</i>        | <b>47,681,159.42</b> | <b>51,810,842.39</b> | <b>56,298,442.48</b> | <b>61,174,992.35</b> | <b>6,297,731.66</b> |
| <i>Materia prima: Café</i>           |                      |                      |                      |                      |                     |
| - Costo unitario (S/. / Kg)          | 9.50                 | 9.83                 | 10.18                | 10.53                | 10.90               |
| - Cantidad (Kg.)                     | 5,000,000            | 5,250,000            | 5,512,500            | 5,788,125            | 6,077,531           |
| <i>Total costo Materia prima</i>     | <b>47,500,000.00</b> | <b>51,620,625.00</b> | <b>56,098,714.22</b> | <b>60,965,277.68</b> | <b>6,077,531.25</b> |
| <i>Saco de Yute</i>                  | 181,159              | 190,217              | 199,728              | 209,715              | 220,200             |
| <i>b) Mano de obra directa</i>       | <b>17,246.67</b>     | <b>17,246.67</b>     | <b>17,246.67</b>     | <b>17,246.67</b>     | <b>17,246.67</b>    |
| <b>II. COSTOS INDIRECTOS</b>         | <b>158,507.82</b>    | <b>158,507.82</b>    | <b>158,507.82</b>    | <b>158,507.82</b>    | <b>158,507.82</b>   |
| <i>Mano de Obra Indirecta</i>        | 128,987.82           | 128,987.82           | 128,987.82           | 128,987.82           | 128,987.82          |
| <i>Otros costos indirectos</i>       | 29,520.00            | 29,520.00            | 29,520.00            | 29,520.00            | 29,520.00           |
| Costo total de producción proyectado | <b>47,856,913.91</b> | <b>51,986,596.88</b> | <b>56,474,196.97</b> | <b>61,350,746.84</b> | <b>6,473,486.14</b> |

Fuente: Elaboración propia

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 47, se puede analizar los costos totales, ya que de acuerdo ello se tiene que el precio del café se centrara en S/. 9.50 en el primer año, con un costo total de producción de S/. 47,856,913.91, incrementando 3.5% para la materia prima e insumos de cada año.

## Activos intangibles

**Tabla 52.**

Activos intangibles-maquinaria y equipos

| <b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>       |                 |                           |                  |
|----------------------------------|-----------------|---------------------------|------------------|
| <b>DESCRIPCION</b>               | <b>CANTIDAD</b> | <b>VALOR UNITARIO S/.</b> | <b>TOTAL S/.</b> |
| <b>MAQUINARIA</b>                |                 |                           | <b>21,250.00</b> |
| <i>Molino</i>                    | 1               | S/3,800.00                | 3,800.00         |
| <i>Hervidores</i>                | 3               | S/250.00                  | 750.00           |
| <i>Tostador</i>                  | 2               | S/5,600.00                | 11,200.00        |
| <i>Piladora</i>                  | 1               | S/2,700.00                | 2,700.00         |
| <i>Balanza industrial</i>        | 2               | S/1,400.00                | 2,800.00         |
| <b>EQUIPO Y MUEBLES</b>          |                 |                           | <b>2,900.00</b>  |
| <i>Balanza para laboratorio</i>  | 2               | S/550.00                  | 1,100.00         |
| <i>Equipo de Catación</i>        | 2               | S/900.00                  | 1,800.00         |
| <b>EQUIPOS DE OFICINA</b>        |                 |                           | <b>8,350.00</b>  |
| <i>Computadoras</i>              | 4               | 1100                      | 4,400.00         |
| <i>Laptop</i>                    | 3               | 950                       | 2,850.00         |
| <i>Impresoras</i>                | 2               | 550                       | 1,100.00         |
| <b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b> |                 |                           | <b>32,500.00</b> |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 53.**

Muebles y enseres

| <b>DESCRIPCION</b>                                  | <b>CANTIDAD</b> | <b>VALOR UNITARIO S/.</b> | <b>TOTAL S/.</b> |
|---|-----------------|---------------------------|------------------|
| <i>Escritorio</i>                                   | 9               | S/800.00                  | 7,200.00         |
| <i>Estante</i>                                      | 9               | S/220.00                  | 1,980.00         |
| <i>Silla</i>  | 9               | S/85.00                   | 765.00           |
| <b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>                      |                 |                           | <b>9,945.00</b>  |
| <b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS/MUEBLES Y ENSERES</b> |                 |                           | <b>42,445.00</b> |

Fuente: Elaboración propia

## Financiamiento

**Tabla 54.**

Financiamiento/prestamos

| <b>Financiamiento</b>   | <b>Financiamiento \$</b> | <b>Tasa</b> | <b>Interés \$</b> |
|-------------------------|--------------------------|-------------|-------------------|
| <i>Shared Interest</i>  | <b>50,000.00</b>         | 9.50%       | 10,687.50         |
| <i>Coopac Norandino</i> | <b>950,000.00</b>        | 14.00%      | 33,250.00         |
| <i>Coop Nor Andino</i>  | <b>260,000.00</b>        | 15.00%      | 9,750.00          |
| <i>Total</i>            | 1,660,000.00             |             | 53,687.50         |

Fuente: Elaboración propia

La cooperativa está financiada por tres entidades de las cuales, financiaran tanto al socio como a la cooperativa, al ser una cooperativa grande permite que contar con este beneficio.

## Depreciación

**Tabla 55.**

Depreciación de los activos

| CONCEPTO   | Factor de depreciación | DEPRECIACIÓN    |                 |                 |                 |                 | VALOR RESIDUAL    |
|--|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
|  |                        | 1               | 2               | 3               | 4               | 5               |                   |
| <b>I. ACTIVO NO DEPRECIADO</b>                   |                        |                 |                 |                 |                 |                 |                   |
| I.1.1. TERRENOS                                  | 0.00                   | 0.00            | 0.00            | 0.00            | 0.00            | 0.00            | 0.00              |
| <b>II. DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO TANGIBLE</b> |                        | <b>3,597.03</b> | <b>3,597.03</b> | <b>3,597.03</b> | <b>3,597.03</b> | <b>3,597.03</b> | <b>157,786.83</b> |
| I.1.3. MAQUINARIA Y EQUIPO                       | 0.10                   | 2,754.24        | 2,754.24        | 2,754.24        | 2,754.24        | 2,754.24        | 156,420.81        |
| I.1.5. MUEBLES Y ENSERES                         | 0.10                   | 842.80          | 842.80          | 842.80          | 842.80          | 842.80          | 1,366.02          |
| <b>III. AMORTIZACIÓN INTANGIBLES</b>             |                        | <b>1,980.00</b> | <b>1,980.00</b> | <b>1,980.00</b> | <b>1,980.00</b> | <b>1,980.00</b> |                   |
| II.1. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE                  | 0.20                   | 1,980.00        | 1,980.00        | 1,980.00        | 1,980.00        | 1,980.00        |                   |
| <b>TOTAL ( II + III)</b>                         |                        | <b>5,577.03</b> | <b>5,577.03</b> | <b>5,577.03</b> | <b>5,577.03</b> | <b>5,577.03</b> | <b>157,786.83</b> |

Fuente: Elaboración propia

## Costos detallados

**Tabla 56.**

Costos detallados

| CONCEPTO                       | AÑO 1 |          |        | Costo total          |
|--------------------------------|-------|----------|--------|----------------------|
|                                | U.Med | Cantidad | P.Unit |                      |
| <b>I. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b> |       |          |        | <b>47,856,913.91</b> |
| <b>I.1. COSTOS DIRECTOS</b>    |       |          |        | <b>47,698,406.09</b> |

|   |             |              |          |                      |
|---|-------------|--------------|----------|----------------------|
| <b>I.1.1. MATERIALES DIRECTOS</b>                           |             |              |          | <b>47,681,159.42</b> |
| Café  | Kg          | 5,000,000.00 | 9.50     | 47,500,000.00        |
| Sacos de yute   | unidad (69) | 72,463.77    | 2.50     | 181,159.42           |
| <b>I.1.2. MANO DE OBRA DIRECTA.</b>                         | -           |              |          | <b>17,246.67</b>     |
| <b>I.2. COSTOS INDIRECTOS</b>                               |             |              |          | <b>158,507.82</b>    |
| <b>I.2.1. MANO DE OBRA INDIRECTA.</b>                       |             |              |          | <b>128,987.82</b>    |
| <b>I.2.2 OTROS COSTOS INDIRECTOS</b>                        |             |              |          | <b>29,520.00</b>     |
| Artículos de limpieza                                       | Anual       | 3,600.00     |          | 3,600.00             |
| Servicios básicos   | Anual       |              |          | 25,920.00            |
| <b>II. GASTOS DE OPERACIÓN</b>                              |             |              |          | <b>114,641.21</b>    |
| <b>II.1. GASTOS DE VENTA</b>                                |             |              |          | <b>26,696.00</b>     |
| Responsable de comercialización                             | Anual       |              |          | 20,696.00            |
| Publicidad  | Anual       |              |          | 6,000.00             |
| <b>II.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                         |             |              |          | <b>87,945.21</b>     |
| Mano de obra Administrativa                                 | Anual       |              |          | 83,145.21            |
| Útiles de Oficina   | Anual       |              |          | 4,800.00             |
| <b>III. DEPRECIACIÓN DE ACT.FIJO Y AMORTIZACION INTANG.</b> |             |              |          | <b>5,577.03</b>      |
| <b>III.1. Depreciación de tangibles</b>                     |             |              |          | <b>3,597.03</b>      |
| Maquinaria y equipo   |             |              |          | 2,754.24             |
| Muebles y enseres   |             |              |          | 842.80               |
| <b>III.2. Amortización de intangibles</b>                   |             |              |          | <b>1,980.00</b>      |
| Inversión fija tangible                                     |             |              |          | 1,980.00             |
| <b>IV. GASTOS FINANCIEROS</b>                               |             |              |          | <b>5,655,168.75</b>  |
| Pago de préstamos   |             |              |          | 5,478,000.00         |
| Mantenimiento, seguro y comisiones                          |             |              |          | 177,168.75           |
| <b>V. GASTOS DE EXPORTACIÓN</b>                             |             |              |          | <b>2,785,000.00</b>  |
| Envases y embalajes (sacos de yute)                         | Unidad      | 108,695.65   | 3.30     | 358,695.65           |
| Gastos y derechos aduaneros                                 | Contenedor  | 263.50       | 4,290.00 | 1,130,434.78         |
| Servicio Logístico Exportación                              | q.q.        | 108,695.65   | 4.95     | 538,043.48           |
| Seguros de Transporte Jaén – Paíta                          | q.q.        | 108,695.65   | 0.59     | 64,565.22            |
| Estibaje Almacén Jaén - Planta Proceso                      | Tn          | 5,000.00     | 13.00    | 65,000.00            |

|  |            |          |        |                      |
|--|------------|----------|--------|----------------------|
| <i>Flete de Jaén - Planta de Piura</i>     | Tn         | 5,000.00 | 110.00 | 550,000.00           |
| <i>Estibaje Planta de Proceso a Puerto</i> | Tn         | 5,000.00 | 8.00   | 40,000.00            |
| <i>Certificado de origen</i>               | Contenedor | 263.50   | 145.20 | 38,260.87            |
| <b>TOTAL EGRESOS</b>                       |            |          |        | <b>56,417,300.90</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

En la siguiente tabla se visualiza los costos de totales que se requiere para la comercialización del café en grano al mercado Canadá, de acuerdo a ello están los gastos totales de exportación, por lo que es un total de S/. 2,785,000.00, Sumado a esto con los demás ítems obtendrá un total de ingresos de S/. 56,417,300.90.

## Estado de resultados

**Tabla 57.**

Estados de resultados

|  | <b>ESTADO DE RESULTADOS</b> |               |               |               |               |
|--|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|  | <b>AÑO 1</b>                | <b>AÑO 2</b>  | <b>AÑO 3</b>  | <b>AÑO 4</b>  | <b>AÑO 5</b>  |
| <i>Ventas</i>  | 55,000,000.00               | 58,905,000.00 | 63,087,255.00 | 67,566,450.11 | 72,363,668.06 |
| <i>Costo de Ventas</i>                                   | 50,641,913.91               | 54,881,346.88 | 59,484,184.47 | 64,481,733.71 | 69,908,006.63 |
| <i>Costos de producción</i>                              | 47,856,913.91               | 51,986,596.88 | 56,474,196.97 | 61,350,746.84 | 66,649,970.41 |
| <i>Gastos de exportación</i>                             | 2,785,000.00                | 2,894,750.00  | 3,009,987.50  | 3,130,986.88  | 3,258,036.22  |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                                    | 4,358,086.09                | 4,023,653.12  | 3,603,070.53  | 3,084,716.39  | 2,455,661.43  |
| <i>Gastos Operativos</i>                                 | 114,641.21                  | 114,641.21    | 114,641.21    | 114,641.21    | 281,571.70    |
| <i>Gastos de Depreciación y Amortización</i>             | 5,577.03                    | 5,577.03      | 5,577.03      | 5,577.03      | 5,577.03      |
| <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>                                | 4,237,867.85                | 3,903,434.87  | 3,482,852.29  | 2,964,498.14  | 2,168,512.70  |
| <i>Gastos Financieros</i>                                | 5,655,168.75                | 5,655,168.75  | 5,655,168.75  | 5,655,168.75  | 5,655,168.75  |
| <i>Otros ingresos</i>                                    | 2,200,000.00                | 2,356,200.00  | 2,523,490.20  | 2,640,000.00  | 2,640,000.00  |
| <i>Drawback (4%)</i>                                     | 2,200,000.00                | 2,356,200.00  | 2,523,490.20  | 2,640,000.00  | 2,640,000.00  |
| <i>Otros Egresos</i>                                     | -                           | -             | -             | -             | -             |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>                       | 782,699.10                  | 604,466.12    | 351,173.74    | - 50,670.61   | - 846,656.05  |
| <b>Impuesto a la Renta(29.5%)</b>                        | 230,896.23                  | 178,317.51    | 103,596.25    | - 14,947.83   | -249,763.53   |
| <b>UTILIDAD NETA ANTES DE DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES</b> | 551,802.86                  | 426,148.62    | 247,577.48    | - 35,722.78   | - 596,892.52  |



|                                   |                   |                   |                   |                   |                    |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| <b>Distribución de Utilidades</b> | 55,180.29         | 42,614.86         | 24,757.75         | - 3,572.28        | - 59,689.25        |
| <b>UTILIDAD NETA</b>              | <b>496,622.58</b> | <b>383,533.76</b> | <b>222,819.74</b> | <b>- 2,150.50</b> | <b>-537,203.26</b> |

Fuente: Elaboración propia

## Punto de Equilibrio

**Tabla 58.**

Punto de equilibrio

| <b>COSTOS</b>                                | <b>Años</b>          |                      |                      |                      |                      |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|  | <b>2018</b>          | <b>2019</b>          | <b>2020</b>          | <b>2021</b>          | <b>2022</b>          |
| <b><i>COSTOS FIJOS</i></b>                   | <b>5,775,387.00</b>  | <b>5,775,387.00</b>  | <b>5,775,387.00</b>  | <b>5,775,387.00</b>  | <b>5,942,317.48</b>  |
| <i>Gastos administrativos</i>                | 14,641.21            | 114,641.21           | 114,641.21           | 114,641.21           | 281,571.70           |
| <i>Gastos de depreciación y amortización</i> | 5,577.03             | 5,577.03             | 5,577.03             | 5,577.03             | 5,577.03             |
| <i>Gastos financieros</i>                    | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         |
| <b><i>COSTOS VARIABLES</i></b>               | <b>50,641,913.91</b> | <b>54,881,346.88</b> | <b>59,484,184.47</b> | <b>64,481,733.71</b> | <b>69,908,006.63</b> |
| <i>Costos de producción</i>                  | 47,856,913.91        | 51,986,596.88        | 56,474,196.97        | 61,350,746.84        | 66,649,970.41        |
| <i>Gastos de exportación</i>                 | 2,785,000.00         | 2,894,750.00         | 3,009,987.50         | 3,130,986.88         | 3,258,036.22         |

Fuente: Elaboración propia

## Costos totales

**Tabla 59.**

Precio de punto de equilibrio

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| PRECIO                | 11.00         |
| C.V.U                 | <b>10.13</b>  |
| C.F.U                 | <b>1.16</b>   |
| Costo total           | <b>11.28</b>  |
| P.E.Q                 | 6,626,059     |
| PRODUCCIÓN PROYECTADA | 5,000,000     |
| P.E. Monetario        | 72,886,647.50 |

Fuente: Elaboración propia

## Flujo de caja proyectado

**Tabla 60.**

Flujo de caja moderado

| FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO      |                     |                      |                      |                      |                      |                      |
|---------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                 | M0                  | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
| <b>INGRESOS</b>                 | -                   | 57,200,000.00        | 61,261,200.00        | 65,610,745.20        | 70,206,450.11        | 75,161,454.89        |
| <i>Ventas</i>                   |                     | 55,000,000.00        | 58,905,000.00        | 63,087,255.00        | 67,566,450.11        | 72,363,668.06        |
| <i>Drawback</i>                 |                     | 2,200,000.00         | 2,356,200.00         | 2,523,490.20         | 2,640,000.00         | 2,640,000.00         |
| <i>Valor Residual</i>           |                     |                      |                      |                      |                      | 157,786.83           |
| <b>EGRESOS</b>                  | 5,996,444.39        | 50,987,451.35        | 55,174,305.60        | 59,702,421.93        | 64,581,427.10        | 69,939,814.79        |
| <i>Inversión</i>                | 5,996,444.39        | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| <i>C. Producción</i>            |                     | 47,856,913.91        | 51,986,596.88        | 56,474,196.97        | 61,350,746.84        | 66,649,970.41        |
| <i>C. Exportación</i>           |                     | 2,785,000.00         | 2,894,750.00         | 3,009,987.50         | 3,130,986.88         | 3,258,036.22         |
| <i>G. Operativos</i>            |                     | 114,641.21           | 114,641.21           | 114,641.21           | 114,641.21           | 281,571.70           |
| <i>Impuesto a la Renta</i>      |                     | 230,896.23           | 178,317.51           | 103,596.25           | - 14,947.83          | - 249,763.53         |
| <b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>  | <b>-</b>            | <b>6,212,548.65</b>  | <b>6,086,894.40</b>  | <b>5,908,323.27</b>  | <b>5,625,023.01</b>  | <b>5,221,640.10</b>  |
| <i>Préstamos</i>                |                     | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         |
| <i>Devolución</i>               |                     | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         |
| <i>Amortización</i>             |                     | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         |
| <i>Intereses</i>                |                     | 177,168.75           | 177,168.75           | 177,168.75           | 177,168.75           | 177,168.75           |
| <b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b> | <b>-</b>            | <b>6,035,379.90</b>  | <b>5,909,725.65</b>  | <b>5,731,154.52</b>  | <b>5,447,854.26</b>  | <b>5,044,471.35</b>  |
| <b>EGRESOS FINANCIEROS</b>      | <b>5,996,444.39</b> | <b>56,642,620.10</b> | <b>60,829,474.35</b> | <b>65,357,590.68</b> | <b>70,236,595.85</b> | <b>75,594,983.54</b> |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 61.**

Flujo de caja pesimista

|                                   | <b>M0</b>           | <b>AÑO 1</b>         | <b>AÑO 2</b>         | <b>AÑO 3</b>         | <b>AÑO 4</b>         | <b>AÑO 5</b>         |
|-----------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>EGRESOS FINANCIEROS</b>        | <b>5,996,444.39</b> | <b>56,642,620.10</b> | <b>60,829,474.35</b> | <b>65,357,590.68</b> | <b>70,236,595.85</b> | <b>75,594,983.54</b> |
| <b>Fuente:</b> Elaboración propia |                     |                      |                      |                      |                      |                      |
|                                   | <b>M0</b>           | <b>AÑO 1</b>         | <b>AÑO 2</b>         | <b>AÑO 3</b>         | <b>AÑO 4</b>         | <b>AÑO 5</b>         |
| <b>INGRESOS</b>                   | -                   | 56,056,000.00        | 60,035,976.00        | 64,298,530.30        | 68,855,121.10        | 73,714,181.53        |
| <i>Ventas</i>                     |                     | 53,900,000.00        | 57,726,900.00        | 61,825,509.90        | 66,215,121.10        | 70,916,394.70        |
| <i>Drawback</i>                   |                     | 2,156,000.00         | 2,309,076.00         | 2,473,020.40         | 2,640,000.00         | 2,640,000.00         |
| <i>Valor Residual</i>             |                     |                      |                      |                      |                      | 157,786.83           |
| <b>EGRESOS</b>                    |                     | 53,042,817.05        | 57,412,194.36        | 62,139,028.38        | 67,250,322.38        | 72,845,367.67        |
|                                   | 5,996,444.39        |                      |                      |                      |                      |                      |
| <i>Inversión</i>                  | 5,996,444.39        | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| <i>C. Producción</i>              |                     | 50,249,759.60        | 54,585,926.72        | 59,297,906.81        | 64,418,284.18        | 69,982,468.93        |
| <i>C. Exportación</i>             |                     | 2,785,000.00         | 2,894,750.00         | 3,009,987.50         | 3,130,986.88         | 3,258,036.22         |
| <i>G. Operativos</i>              |                     | 114,641.21           | 114,641.21           | 114,641.21           | 114,641.21           | 281,571.70           |
| <i>Impuesto a la Renta</i>        |                     | -                    | -                    | -                    | -                    | - 676,709.18         |
|                                   |                     | 106,583.77           | 183,123.57           | 283,507.14           | 413,589.88           |                      |
| <b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>    | -                   | 3,013,182.95         | 2,623,781.64         | 2,159,501.91         | 1,604,798.72         | 868,813.86           |
|                                   | 5,996,444.39        |                      |                      |                      |                      |                      |
| <i>Préstamos</i>                  |                     | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         |
| <i>Devolución</i>                 |                     | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         | 5,655,168.75         |
| <i>Amortización</i>               |                     | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         | 5,478,000.00         |
| <i>Intereses</i>                  |                     | 177,168.75           | 177,168.75           | 177,168.75           | 177,168.75           | 177,168.75           |
| <b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>   | -                   | 2,836,014.20         | 2,446,612.89         | 1,982,333.16         | 1,427,629.97         | 691,645.11           |
|                                   | 5,996,444.39        |                      |                      |                      |                      |                      |
| <b>EGRESOS FINANCIEROS</b>        | <b>5,996,444.39</b> | <b>0</b>             | <b>1</b>             | <b>3</b>             | <b>3</b>             | <b>3</b>             |
|                                   |                     | <b>58,697,985.8</b>  | <b>63,067,363.1</b>  | <b>67,794,197.13</b> | <b>72,905,491.1</b>  | <b>78,500,536.42</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 62.**  
Flujo de caja optimista

| FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO      |                          |                     |                     |                     |                     |                     |
|---------------------------------|--------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                 | <b>M0</b>                | <b>AÑO 1</b>        | <b>AÑO 2</b>        | <b>AÑO 3</b>        | <b>AÑO 4</b>        | <b>AÑO 5</b>        |
| <b>INGRESOS</b>                 | -                        | 57,772,000.00       | 61,873,812.00       | 66,266,852.65       | 70,882,114.61       | 75,885,091.57       |
| <i>Ventas</i>                   |                          | 55,550,000.00       | 59,494,050.00       | 63,718,127.55       | 68,242,114.61       | 73,087,304.74       |
| <i>Drawback</i>                 |                          | 2,222,000.00        | 2,379,762.00        | 2,548,725.10        | 2,640,000.00        | 2,640,000.00        |
| <i>Valor Residual</i>           |                          |                     |                     |                     |                     | 157,786.83          |
| <b>EGRESOS</b>                  | 5,996,444.39             | 50,199,053.08       | 54,315,294.20       | 58,766,489.69       | 63,553,733.19       | 68,820,288.21       |
| <i>Inversión</i>                | 5,996,444.39             | -                   | -                   | -                   | -                   | -                   |
| <i>C. Producción</i>            |                          | 46,899,775.63       | 50,946,864.94       | 55,344,713.03       | 60,123,731.90       | 65,316,971.00       |
| <i>C. Exportación</i>           |                          | 2,785,000.00        | 2,894,750.00        | 3,009,987.50        | 3,130,986.88        | 3,258,036.22        |
| <i>G. Operativos</i>            |                          | 114,641.21          | 114,641.21          | 114,641.21          | 114,641.21          | 281,571.70          |
| <i>Impuesto a la Renta</i>      |                          | 399,636.23          | 359,038.05          | 297,147.95          | 184,373.20          | -                   |
|                                 |                          |                     |                     |                     |                     | 36,290.71           |
| <b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>  | -<br><b>5,996,444.39</b> | <b>7,572,946.92</b> | <b>7,558,517.80</b> | <b>7,500,362.96</b> | <b>7,328,381.42</b> | <b>7,064,803.37</b> |
| <i>Préstamos</i>                |                          | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        |
| <i>Devolución</i>               |                          | 5,655,168.75        | 5,655,168.75        | 5,655,168.75        | 5,655,168.75        | 5,655,168.75        |
| <i>Amortización</i>             |                          | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        | 5,478,000.00        |
| <i>Intereses</i>                |                          | 177,168.75          | 177,168.75          | 177,168.75          | 177,168.75          | 177,168.75          |
| <b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b> | -<br><b>5,996,444.39</b> | <b>7,395,778.17</b> | <b>7,381,349.05</b> | <b>7,323,194.21</b> | <b>7,151,212.67</b> | <b>6,887,634.62</b> |
| <b>EGRESOS FINANCIEROS</b>      | 5,996,444.39             | 55,854,221.83       | 59,970,462.95       | 64,421,658.44       | 69,208,901.94       | 74,475,456.96       |

Fuente: Elaboración propia

## VAN Y TIR económico y financiero

**Tabla 63.**  
Evaluación financiera

| <b>COE</b>           |                   | <b>29.00%</b> | <b>COPF</b>           |                   | <b>12.94%</b> |
|----------------------|-------------------|---------------|-----------------------|-------------------|---------------|
| <i>VAN ECONÓMICO</i> | S/.8,722,510.47   |               | <i>VAN FINANCIERO</i> | S/.14,053,989.58  |               |
| <i>TIR ECONÓMICO</i> | 97.86%            |               | <i>TIR FINANCIERO</i> | 94.67%            |               |
| <i>B/C</i>           | S/.1.06           |               | <i>B/C</i>            | S/.0.98           |               |
| <i>IA</i>            | S/.158,110,582.00 |               | <i>IA</i>             | S/.228,290,535.25 |               |
| <i>EA</i>            | S/.149,388,071.53 |               | <i>EA</i>             | S/.233,533,711.81 |               |

Fuente: Elaboración propia

## Sensibilidad del proyecto

**Tabla 64.**  
Sensibilidad del proyecto

| <b>Variables</b> | <b>Pesimista</b> | <b>Moderado</b> | <b>Optimista</b> |
|------------------|------------------|-----------------|------------------|
| <i>Precio Kg</i> | S/. 10.78        | S/. 11.00       | S/. 11.11        |
| <i>Costo</i>     | S/. 10.63        | S/. 10.13       | S/. 9.93         |

| <b>ESCENARIO</b> | <b>VAN</b>       |                  | <b>TIR</b> |             | <b>B/C</b>  |             |
|------------------|------------------|------------------|------------|-------------|-------------|-------------|
|                  | <b>Ec.</b>       | <b>Fin.</b>      | <b>Ec.</b> | <b>Fin.</b> | <b>Ec.</b>  | <b>Fin.</b> |
| <i>PESIMISTA</i> | -S/.255,258.63   | S/.1,063,083.09  | 26.37%     | 21.66%      | S/.1.0<br>0 | S/.0.9<br>2 |
| <i>MODERADO</i>  | S/.8,722,510.47  | S/.14,053,989.58 | 97.86%     | 94.67%      | S/.1.0<br>6 | S/.0.9<br>8 |
| <i>OPTIMISTA</i> | S/.12,534,105.54 | S/.19,567,806.57 | 123.44%    | 120.36%     | S/.1.0<br>9 | S/.1.0<br>0 |

Fuente: Elaboración propia

#### IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

##### **Conclusiones.**

La confiabilidad del instrumento utilizado para aplicación de la encuesta a los trabajadores de la parte administrativa de la Cooperativa Cedros Café consistió en la consistencia interna de Kuder-Richardson (KR20), la cual arrojó en el coeficiente 0.85%, por lo que permitió que el instrumento aplicado sea altamente confiable y verdadero para los resultados obtenidos de esto.

La investigación arrojó que el café en grano tiene mayor acogida en los países de Suiza, Suiza, Alemania, Bélgica, entre otros mercados, pero se concluye que la Cooperativa Cedros Café, cuenta con oferta exportable en el mercado de los cafés orgánicos, lo cual en desarrollo del plan servirá de guía para la exportación de café en grano al mercado canadiense, además de ellos existen factores que hace que el café sea muy requerido por el consumidor, permitiendo ingresar a otros mercados más competitivos.

La cooperativa 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 apto para su exportación. De acuerdo a esa oferta se pudo hacer una proyección de ventas y garantizar la rentabilidad de la exportación.

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

Debido a la demanda de Canadá por el consumo de café en grano, se concluye que el segmento dirigido es productos orgánicos, su consumo de café es de 60% a 63% diariamente, además de ser el uno de los mercados potenciales; por lo cual es una gran oportunidad comercial ingresar a dicho mercado, permitiendo ser conocidos y generar mayor ingreso económico para la cooperativa.

Se concluyó con la elaboración de un plan de negocio de acuerdo a la problemática identificado en la cooperativa, se hizo una proyección de ventas para la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, por lo cual se tuvo el panorama bien en claro en cuanto al crecimiento anual. Por lo cual la cantidad esportada para todos los años es de 37.950 Tn, pero en el plan de producción es de 5,000,000 para el año 2018, entre café orgánico y sostenible, obteniendo un total de ingresos de S/.50.987,451.35. Se determinó a su vez que el plan es rentable de acuerdo a los indicadores financieros de rentabilidad del valor actual neto económico (VAN) es de S/. 8,722,510.47 y la tasa interna de rendimiento (TIRE) es 97.86% POSITIVA, por lo tanto, el proyecto es factible.

### **Recomendaciones.**

Es de suma importancia que la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café decida incursionar en nuevos mercados y que estos sean competitivos, ya que cuentan con el abastecimiento suficiente para comercializar a varios mercados, esto se debe a que la cooperativa cuenta con la calidad (de 85 a 96 puntos en taza), productores que se encuentran en zonas muy altas (900-1800 m.s.n.m.), certificaciones y sellos orgánicos, y cuentan con proyectos a futuro; esto permite que incrementen sus ventas y de esta manera sea conocida en el mercado local, nacional e internacional.

Es muy importante que la Cooperativa Cedros Café analice varias cotizaciones para las exportaciones de sus contenedores a diferentes destinos, por la cual permita comparar e identificar cual le convenga más, y de esta manera se pueda reducir los costos.

Se debe de implementar Sistema de trazabilidad de la Cooperativa Cedros Café una nueva área que se encargue de ver los costos y analizar los documentos de exportación para él envío del producto, por ellos se capacitara a un grupo de trabajadores para que manejen estos puntos.

Por otro lado, está la promoción del producto y la publicación de sus logros en revistas, permitiendo ser conocida en al ámbito agroexportador, por ello, se le recomienda a la

cooperativa que participe en ferias realizadas, tanto a nivel nacional como internacional, por lo que la feria más reciente a realizarse es la Expoalimentaria que cada año se realiza en el Perú; y del mismo modo la existencia en ferias internacionales de café para la exhibición del producto como es la SCAA realizada en América.

## 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>

Arbaiza Fermini, L. (2015). *Cómo elaborara un plan de negocio*. Lima: Ada Ampuero.

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-exportación-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>

Carberg, J., & Rude, J. (2004). Intercambio de comercio agroalimentario entre Canadá y México bajo el tratado de libre comercio. *Revista mexicana de agronegocios*, 8(015), 282-293.

Carlberg, J., & Rude, J. (2004). Interncambio 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\\_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=50&pnomproducto=Caf%E9](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&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/>
- 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)
- Figueroa 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.
- García T., A. (1 de enero de 2015). *Guía documental para exportar e importar: los 12 documentos clave*. Obtenido de Ebook Central: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=4946194&query=factura%2Bcomercial>
- 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+brokers&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.
- Malca G., O. (2004). *Perfiles de produtos 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/wpcontect/uploads/documentos/comercio\\_exterior/estadisticas\\_y\\_publicaciones/estadisticas/perorte\\_regional/RRC\\_Cajamarca\\_2017.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontect/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, segun 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](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>
- 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. Cafecultores 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/1520527718097899.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\\_NEGOCIO\\_S.pdf](http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIO_S.pdf)
- 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/MarialnereAndradeSanchezNegocios.pdf>
- Vásquez Escobar, J. F. (2015). Tesis: *Propuesta de plan de negocio para exportar cafés especiales a la República de Corea del Sur. (Tesis de licenciatura).* Universidad EAFIT-Medellín. Recuperado, desde: [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/7378/JuanFernando\\_VasquezEscobar\\_2015.pdf?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/7378/JuanFernando_VasquezEscobar_2015.pdf?sequence=2)
- Zea Gonzáles, C. C. (2018). Proyecto: *Plan de negocios para la exportación de café verde a Toronto-Canadá.* (Proyecto profesional obtención de grado). Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado de <http://repository.ucc.co/bitstream/ucc/7132/7/2018-Zea%20Sandoval-Plan-negocio-Exportaci%C3%B3n-caf%C3%A9%20verde-Toronto.pdf>
- Guevara Alvarado., H. M. (2014). Tesis: *Plan de negocio para mejorar la producción y comercialización de café orgánico de la asociación de productores agropecuarios del distrito de Pisuquia, Provincia de Luya, Región Amazonas-2013.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Recuperado de [http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/546/FIA\\_143.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/546/FIA_143.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vizcarra Ponce, S. I. (2015). Tesis: *Plan de negocios para la producción de café de mishasho en la ciudad de Chanchamayo para su exportación al mercado de Estocolmo (Suecia), 2015.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santa María de Arequipa. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/2062/40.0980.CE.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Loli Tovar, E. (2017). Tesis: *Plan de negocios para la exportación de café de origen peruano encapsulado a China.* (Tesis Licenciatura). Universidad de ESAN de Lima. Recuperado de [file:///c:/Users/Windows%2010/Desktop/linn%20de%20tesis%20antigua/2018\\_INT-MBA\\_17-1\\_01\\_T.pdf](file:///c:/Users/Windows%2010/Desktop/linn%20de%20tesis%20antigua/2018_INT-MBA_17-1_01_T.pdf)

- Vigo Tarrillo, R. (2017). Tesis: *Plan de negocio para la producción y comercialización de café orgánico en grano de la Hacienda Castillo en el Distrito el Progreso, Provincia de San Ignacio, Departamento de Cajamarca 2015*. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo-Chiclayo. Recuperado de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/905/1/TL\\_VigoTarrilloRogerStalin.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/905/1/TL_VigoTarrilloRogerStalin.pdf)
- Alarcón Pérez., R. (2018). Tesis: Plan de negocios para la exportación de café grano verde al mercado de Alemania de la Cooperativa Agraria Cafetalera Juan Albacete LTDA, 2017-2022. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipan. Chiclayo. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5058/Alarc%C3%B3n%20P&C3%A9REZ%20Rosa%20Liliana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Llamo Burga, M. & Coronel Salirrosas, J. (2015). Tesis: *Potencialidades y limitantes del desarrollo de la agroexportación en la Región Cajamarca: 2010-2015*. (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional de Cajamarca. Recuperado de: <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/TESIS%20CAF%C3%89%20Y%20TARA.%202017.PDF?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

**Anexo 01.** Encuesta corregida aplicado a los trabajadores de la parte administrativa de la cooperativa

|   |  |
|---|--|
|  <p><b>UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN</b><br/> <b>ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES</b><br/> <b>ENCUESTA</b><br/> <b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</b><br/> <b>“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DEL CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ, JAÉN, 2018-2021”</b></p> |  |
| <b>PRESENTACIÓN:</b>  |  |
| El presente trabajo de investigación tiene como objetivo encuestar a los trabajadores de la cooperativa, para diagnosticar las variedades, calidad y abastecimiento de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, para la exportación de café en grano al mercado de Canadá.   |  |
| <b>Nombre</b>   |  |
| <b>Instrumento evaluado</b>   | Encuesta a los trabajadores de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café.  |
| <b>Objetivos de la investigación</b>  | <p><b>GENERAL</b><br/>           Determinar si un plan de negocio logrará la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, 2018-2021.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b><br/>           -Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.<br/>           -Analizar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén.<br/>           -Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.<br/>           -Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</p> |
| <b>Detalle del instrumento</b>  | La encuesta consta de 12 preguntas que estarán enmarcadas a evaluar el segundo objetivo.   |
| <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. Marque con (X) la respuesta que crea conveniente.  |  |
| 1. ¿Considera usted que el tipo de café Arábica sea la más exportada por la cooperativa?<br>a) Si      b) No  |  |
| 2. ¿Considera usted que el café de la cooperativa se encuentra entre 80 a 95 puntos de taza?<br>a) Si      b) No  |  |
| 3. ¿Sabe usted acerca de las condiciones ambientales del cultivo del café en grano?<br>a) Si      b) No   |  |
| 4. ¿El café acopiado por la Cooperativa se encuentra entre 900 a 1600 sobre el nivel del mar?<br>a) Si      b) No   |  |

|  |
|--|
| <p>5. ¿Sabe usted cuales son las zonas que mejor calidad de café cultivan y es acopiado por la Cooperativa? Si su respuesta es si mencione, ¿Cuáles son esas zonas?</p> <p>a) Si    b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>                        |
| <p>6. ¿La cooperativa le prepara a usted para que brinde capacitaciones a los socios sobre medidas de prevención de cultivo de café?</p> <p>a) Si    b) No</p>   |
| <p>7. ¿Considera usted que el café exportado de la cooperativa sea de calidad? Justifique</p> <p>a) Si    b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>  |
| <p>8. ¿Considera usted que el precio de café en grano se encuentre en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? Especifique</p> <p>a) Si    b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>  |
| <p>9. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con la oferta exportable de café en grano la cual le permita entrar al mercado de Canadá? Especifique</p> <p>a) Si    b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>                                     |
| <p>10. ¿Considera usted que Canadá sea un mercado muy exigente en cuanto a controles que se requieran para entrar a dicho mercado? Especifique</p> <p>a) Si    b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>   |
| <p>11. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con sellos o certificados requeridos para entrar al mercado de Canadá? Si es no mencione ¿Cuáles podrían ser esos sellos o certificados?</p> <p>a) Si    b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p> |
| <p>12. ¿Cree usted que la Cooperativa abastezca con la cantidad necesaria de café a los diferentes mercados? y de ser así ¿Cuántos contenedores abastece por mercado? Mencione.</p> <p>a) Si    b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>            |

**Anexo 02.** Encuesta corregida aplicado al gerente general de la cooperativa

|   |  |
|---|--|
|  <p><b>UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN</b><br/> <b>ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES</b><br/> <b>ENTREVISTA I</b><br/> <b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</b><br/> <b>“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DEL CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ, JAÉN, 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>   |  |
| <b>Instrumento evaluado</b>   | Entrevista al gerente de la Cooperativa Servicios Múltiples Cedro Café.  |
| <b>Objetivos de la investigación</b>  | <p><b>GENERAL:</b><br/>                 Determinar si un plan de negocio logrará la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la cooperativa de servicios múltiples cedros café, 2018-2021.</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b><br/>                 -Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.<br/>                 -Analizar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén.<br/>                 -Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.<br/>                 -Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</p> |
| <b>Detalle del instrument</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?<br>1.2. ¿Cuáles considera usted que son los factores que intervienen en el precio de exportación?<br>1.3. ¿Cuáles son los Incoterms que la Cooperativa utiliza para la exportación de café hacia otros mercados?<br>1.4. ¿Considera usted que existe mucha demanda insatisfecha del café en el mercado internacional?<br>1.5. ¿Considera usted que exista una oferta exportable del café de la Cooperativa y este pueda competir con otros países?<br>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?

### Anexo 03. Encuesta corregida aplicado a Expertos de Comercio Exterior

|   |  |
|---|--|
|  <p><b>UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN</b><br/> <b>ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES</b><br/> <b>ENTREVISTA II</b><br/> <b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</b><br/> <b>“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DEL CAFÉ EN GRANO</b><br/> <b>AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES</b><br/> <b>CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021”</b></p> |  |
| <b>PRESENTACIÓN:</b>  |  |
| El presente trabajo de investigación tiene como objetivo recolectar información de los expertos de comercio exterior.   |  |
| <b>Nombre</b>   | Especialistas del tema de comercio exterior  |
| <b>Instrumento evaluado</b>   | Entrevista   |
| <b>Objetivos de la Validación</b>   | <p><b>GENERAL</b><br/>           Determinar si un plan de negocio logrará la exportación de café en grano al mercado de Canadá de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café, 2018-2021.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b><br/>           -Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.<br/>           -Analizar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café Jaén.</p> |



|   |   |
|---|---|
|   | <p>-Identificar los riesgos en la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</p> <p>-Diseñar un plan de negocio que logre 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></p> <p>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?</p> <p>2.2. ¿Podría indicarme cuáles son los tipos de café que más se exportan en el Perú?</p> <p>2.3. ¿Considera usted que el café peruano tiene calidad para su exportación? ¿Por qué?</p> <p>2.4. ¿Cuáles cree usted que sean las principales estrategias que hace que el café sea de calidad?</p> <p>2.5. ¿A qué cree usted que se deba la caída del precio del café en el mercado nacional y internacional?</p> <p>2.6. ¿Cuál considera usted que sea el Incoterms más conveniente para la exportación de café en grano a Canadá?</p> <p>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?</p> <p>2.8. ¿Cuáles son las características de carga que usted utilizaría para exportar café en grano a otro mercado?</p> <p>2.9. ¿Cuál considera usted que son los medios de transporte más adecuado para la exportación de café en grano a Canadá?</p> <p>2.10. ¿Cuáles son los principales documentos que se requiere para exportar café en grano a Canadá? Mencíónelos</p> <p>2.11. ¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización para exportar café en grano?</p> <p>2.12. ¿Cree usted que conviene buscar intermediarios comerciales para el ingreso un nuevo mercado? ¿Por qué</p> <p>2.13. ¿Por qué considera usted que es importante que una empresa cuente con certificados o sellos para el ingreso al mercado?</p> <p>2.14. ¿Cuáles son los riesgos de exportación que usted considera que sean los más frecuentes para el ingreso a Canadá? Mencíónelos y justifique ¿Por qué?</p> <p>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> |   |

**Anexo 04.** Validación de instrumentos por expertos.



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | JEAN MICHELL CARRION MEZUELA        |
| PROFESIÓN                         | COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES |
| TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | MAESTRO FINANZAS CORPORATIVAS       |
| ESPECIALIDAD                      | COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | USS                                 |
| CARGO                             | DOCENTE                             |

|  |
|--|
| <b>TITULO DE LA INVESTIGACION</b><br>PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021. |
|--|

|                          |  |
|--------------------------|--|
| NOMBRE DEL TESISISTA     | Rivera Carrasco Nicole Stephanie   |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Cuestionario<br>Contexto: Aplicativo.  |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.<br>- Analizar la producción de Café en grano de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.<br>- Identificar los riesgos en la exportación de Café en grano de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café al mercado de Canadá.<br>- Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de Café en grano al mercado de Canadá. |

### INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

#### DETALLE DEL INSTRUMENTO

El instrumento consta de 12 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

#### PREGUNTAS

|   |  |
|---|--|
| <p>1. ¿Considera usted que el tipo de café Arábica sea la más exportada por la cooperativa?<br/>a) Sí      b) No</p>      | <p>TA(✓)      TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2. ¿Considera usted que el café de la cooperativa se encuentra entre 80 a 95 puntos de taza?<br/>a) Sí      b) No</p>  | <p>TA(✓)      TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>3. ¿Sabe usted acerca de las condiciones ambientales del cultivo del café en grano?<br/>a) Sí      b) No</p>           | <p>TA(✓)      TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>4. ¿El café acopiado por la Cooperativa se encuentra entre 900 a 1600 sobre el nivel del mar?<br/>a) Sí      b) No</p> | <p>TA(✓)      TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>5. ¿Sabe usted cuales son las zonas que mejor calidad de café cultivan y es acopiado por la Cooperativa? Si su respuesta es si mencione, ¿Cuáles son esas zonas?<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p> | <p>TA( / ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>                         |
| <p>6. ¿La cooperativa le prepara a usted para que brinde capacitaciones sobre medidas de prevención para el cultivo de café a los socios?<br/>a) Si b) No</p>   | <p>TA( / ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: <i>mejorar relación</i></p> |
| <p>7. ¿Considera usted que el café exportado de la cooperativa sea de calidad? Justifique<br/>a) Si b) No</p>   | <p>TA( / ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>                         |
| <p>8. ¿Considera usted que el precio de café en grano se encuentre en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? Especifique<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>                         | <p>TA( / ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>                         |
| <p>9. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con la oferta exportable de café en grano la cual le permita entrar al mercado de Canadá? Especifique<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>              | <p>TA( / ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>                         |
| <p>10. ¿Cree usted que la Cooperativa abastezca con la cantidad necesaria de café a los diferentes mercados?<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>  | <p>TA( / ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>                         |

|  |   |
|--|---|
| <p>11. ¿Considera usted que Canadá sea un mercado muy exigente en cuanto a controles que se requieran para entrar a dicho mercado? Especifique<br/>a) Si      b) No</p> <p>.....</p>   | <p>TA <input checked="" type="checkbox"/>      TD ( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>12. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con sellos o certificados requeridos para entrar al mercado de Canadá? Si es no mencione ¿cuáles podrían ser esos sellos o certificados?<br/>a) Si      b) No</p> <p>.....</p> | <p>TA <input checked="" type="checkbox"/>      TD ( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p><b>PROMEDIO OBTENIDO</b></p>  | <p>N° TA <u>12</u>      N° TD _____</p>                                       |
| <p>COMENTARIOS GENERALES</p>   |   |
| <p>OBSERVACIONES</p>   |   |



JUEZ EXPERTO

DNI: 41609079



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
 Facultad de Ciencias Empresariales  
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
 DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | JEAN MICHEL CARRION MEDONES         |
| PROFESIÓN                         | COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES |
| TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | MAESTRO EN FINANZAS INTERNACIONALES |
| ESPECIALIDAD                      | COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | USS                                 |
| CARGO                             | DOCENTE                             |

|   |
|---|
| <b>TITULO DE LA INVESTIGACIÓN</b>   |
| PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021. |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| NOMBRE DEL TESISTA       | Rivera Carrasco Nicole Stephanie   |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Gua de Entrevista<br>Contexto: Aplicativo.   |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | <p>Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar la producción de Café en grano de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café Jaén.</li> <li>- Identificar los riesgos en la exportación de Café en grano de la Cooperativa de servicios Múltiples Cedros Café al mercado de Canadá.</li> <li>- Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de Café en grano al mercado de Canadá.</li> </ul> |

**INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO**

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>DETALLE DEL INSTRUMENTO</b> | El instrumento consta de 15 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |
|--------------------------------|--|

**PREGUNTAS**

|   |   |
|---|---|
| 2.1. ¿Qué sabe usted acerca de la variedad del café en grano?                                     | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS: <i>de las variedades</i> |
| 2.2. ¿Podría indicarme cuales son los tipos de café que más se exportan en el Perú?               | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS: <i>cardy</i>             |
| 2.3. ¿Considera usted que el café peruano tiene calidad para su exportación? ¿Por qué?            | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS:                          |
| 2.4. ¿Cuáles cree usted que sean las principales estrategias que hace que el café sea de calidad? | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS:                          |

|   |   |
|---|---|
| <p>2.5. ¿A qué cree usted que se deba la caída del precio del café en el mercado nacional y internacional?</p>  | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.6. ¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización para exportar café en grano?</p>  | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.7. ¿Cree usted que conviene buscar intermediarios comerciales para el ingreso un nuevo mercado? ¿Por qué?</p>  | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.8. ¿Por qué considera usted que es importante que una empresa cuenten con certificados o sellos para el ingreso al mercado?</p>                            | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.9. ¿Cuáles son los principales documentos que se requiere para exportar café en grano a Canadá? Mencioneselos</p>  | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.10. ¿Cuáles son los riesgos de exportación que usted considera que sean los más frecuentes para el ingreso a Canadá? Mencíonelos y justifique ¿Porqué?</p> | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.11. ¿Cuál considera usted que sea el Incoterms más conveniente para la exportación de café en grano a Canadá?</p>  | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |



|   |  |
|---|--|
| 2.12. ¿Cuáles son las características de carga que usted utilizaría para exportar café en grano a otro mercado?   | TA( ) TD( )<br>SUGERENCIAS:                                  |
| 2.13. ¿cuáles considera usted que sea el medio de transporte más adecuado para la exportación de café en grano a Canadá?  | TA( ) TD( )<br>SUGERENCIAS: <i>o well que son los medios</i> |
| 2.14. ¿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? | TA( ) TD( )<br>SUGERENCIAS:                                  |
| 2.15. ¿Tiene usted conocimiento sobre algunas ferias o misiones internacionales que se realicen en América, de las cuales se pueda exhibir el café?   | TA( ) TD( )<br>SUGERENCIAS:                                  |
|   | N° TA _____ N° TD _____                                      |
| <b>PROMEDIO OBTENIDO</b>  |  |
| COMENTARIOS GENERALES   |  |
| OBSERVACIONES   |  |



JUEZ EXPERTO

DNI: 41609879



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
 Facultad de Ciencias Empresariales  
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
 DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                               |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | JEAN MILBELL CARRION MEZONES  |
| PROFESIÓN                         | COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNAC. |
| TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | MAESTRO FINANZAS CORPORATIVAS |
| ESPECIALIDAD                      | COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNAC. |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | USS                           |
| CARGO                             | DOCENTE                       |

|  |
|--|
| <b>TITULO DE LA INVESTIGACION</b><br>PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE<br>CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN,<br>2018-2021. |
|--|

|                          |   |
|--------------------------|---|
| NOMBRE DEL TESISISTA     | Rivera Carrasco Nicole Stephanie  |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Guía de Entrevista<br>Contexto: Aplicativo.   |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | Diagnosticar la situación actual de la<br>Cooperativa de servicios Múltiples Cedros<br>Café Jaén.<br>- Analizar la producción de Café en grano<br>de la Cooperativa de servicios Múltiples<br>Cedros Café Jaén.<br>- Identificar los riesgos en la exportación de<br>Café en grano de la Cooperativa de servicios<br>Múltiples Cedros Café al mercado de<br>Canadá.<br>- Diseñar un plan de negocio que logre la<br>exportación de Café en grano al mercado de<br>Canadá. |

**INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO**

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>DETALLE DEL INSTRUMENTO</b> | El instrumento consta de 16 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |
|--------------------------------|--|

**PREGUNTAS**

|  | TA( )      TD( )                         |
|--|--|
| 1.1. ¿A qué se debe que el precio del café pueda encontrarse en el rango de competencia a nivel nacional e internacional ? | SUGERENCIAS:                             |
| 1.2. ¿Cuáles considera usted que son los factores que intervienen en el precio de exportación?                             | SUGERENCIAS:                             |
| 1.3. ¿Cuál o cuáles son los Incoterms que la Cooperativa utiliza para la exportación de café hacia otros mercados?         | SUGERENCIAS: <i>sólomente exportar</i>   |
| 1.4. ¿Considera usted que existe mucha demanda del café en el mercado internacional?                                       | SUGERENCIAS: <i>demande insatisfecha</i> |

|  |   |
|--|---|
| <p>1.5. ¿Considera usted que exista una oferta exportable de su producto y esté concurse con otros países?</p>   | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: <i>¿ puede competir con otros...</i></p>  |
| <p>1.6. ¿Cuáles considera usted que son sus principales competidores que exportan café en grano?</p>   | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>   |
| <p>1.7. ¿Cuáles son las características de la carga de café en grano en la Cooperativa?</p>  | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>   |
| <p>1.8. ¿Cuál es medio de transporte más utilizado para la exportación de café en grano de la Cooperativa?</p>   | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>   |
| <p>1.9. ¿Qué documentos de exportación se utiliza para la exportación de café en grano hacia el mercado de Canadá?</p>   | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>   |
| <p>1.10. ¿Cuáles cree usted que son las estrategias de marketing para la exportación de café? Especifique.</p>   | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>   |
| <p>1.11. ¿Me podría mencionar cual es la modalidad de pago más utilizada de la Cooperativa ?</p>   | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>   |
| <p>1.12. ¿La Cooperativa cumple con pagos de los derechos o impuestos aplicables al café en grano para su exportación? ¿Cuáles consideraría que sean esos derechos e impuestos al mercado de Canadá?</p> | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: <i>Verificar la forma parte de la pregunta: En el Perú los X no pagan impuestos</i></p> |

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| 1.13. ¿Cuáles considera usted que sean los riesgos de exportación más frecuentes que se deán en el comercio exterior?                                    | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.14. ¿Cuáles cree usted que sean las necesidades del mercado por satisfacer?  | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.15. ¿Cuáles considera usted que sean los canales de distribución para el mercado de Canadá?  | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 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? | TA( )      TD( )<br>SUGERENCIAS: |
|  | N° TA _____ N° TD _____          |
| <b>PROMEDIO OBTENIDO</b>   |                                  |
| COMENTARIOS GENERALES  |                                  |
| OBSERVACIONES  |                                  |



JUEZ EXPERTO

DNI: 41609079



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO

|                                   |                            |
|-----------------------------------|----------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | Mónica Pintado Damián      |
| PROFESIÓN                         | Mg. Internacionales.       |
| TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | Mg. Gerencia Empresarial   |
| ESPECIALIDAD                      | Gerencia Empresarial.      |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | Emo Saximar Logistics      |
| CARGO                             | Gerente Comercial Zneflort |

TÍTULO DE LA INVESTIGACION  
PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE  
CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN,  
2018-2021.

|                          |   |
|--------------------------|---|
| NOMBRE DEL TESISISTA     | Rivrea Carrasco Nicole Stephanie  |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Cuestionario<br>Contexto: Aplicativo.   |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | ..Diagnosticar la situación actual de la<br>Cooperativa de servicios Múltiples Cedros<br>Café Jaén.<br>- Analizar la producción de Café en grano<br>de la Cooperativa de servicios Múltiples<br>Cedros Café Jaén.<br>- Identificar los riesgos en la exportación de<br>Café en grano de la Cooperativa de servicios<br>Múltiples Cedros Café al mercado de<br>Canadá.<br>- Diseñar un plan de negocio que logre la<br>exportación de Café en grano al mercado de<br>Canadá. |

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

|                         |  |
|-------------------------|--|
| DETALLE DEL INSTRUMENTO | El instrumento consta de 12 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |
|-------------------------|--|

PREGUNTAS

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <p>1. ¿Considera usted que el tipo de café Arábica sea la más exportada por la cooperativa?<br/>a) Si b) No</p>      | <p>TA( ✓ ) TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2. ¿Considera usted que el café de la cooperativa se encuentra entre 80 a 95 puntos de taza?<br/>a) Si b) No</p>  | <p>TA( ✓ ) TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>3. ¿Sabe usted acerca de las condiciones ambientales del cultivo del café en grano?<br/>a) Si b) No</p>           | <p>TA( ✓ ) TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>4. ¿El café acopiado por la Cooperativa se encuentra entre 900 a 1600 sobre el nivel del mar?<br/>a) Si b) No</p> | <p>TA( ✓ ) TD( )<br/>SUGERENCIAS:</p> |

|  |  |
|--|--|
| <p>5. ¿Sabe usted cuales son las zonas que mejor calidad de café cultivan y es acopiado por la Cooperativa? Si su respuesta es si mencione. ¿Cuáles son esas zonas?<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>           |
| <p>6. ¿La cooperativa le prepara a usted para que brinde capacitaciones sobre medidas de prevención para el cultivo de café a los socios?<br/>a) Si b) No</p>  | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>           |
| <p>7. ¿Considera usted que el café exportado de la cooperativa sea de calidad? Justifique.<br/>a) Si b) No</p>   | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>           |
| <p>8. ¿Considera usted que el precio de café en grano se encuentre en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? Especifique<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p>                         | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>           |
| <p>9. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con la oferta exportable de café en grano la cual le permita entrar al mercado de Canadá? Especifique<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p>              | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>           |
| <p>10. ¿Cree usted que la Cooperativa abastezca con la cantidad necesaria de café a los diferentes mercados?<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p>  | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:<br/>Orden</p> |



|  |   |
|--|---|
| <p>11. ¿Considera usted que Canadá sea un mercado muy exigente en cuanto a controles que se requieran para entrar a dicho mercado? Especifique</p> <p>a) Si      b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>   | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>12. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con sellos o certificados requeridos para entrar al mercado de Canadá? Si es no mencione ¿cuáles podrían ser esos sellos o certificados?</p> <p>a) Si      b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p> | <p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO</p>   | <p>N° TA <u>20</u>      N° TD <u>1</u></p>  |
| <p>COMENTARIOS GENERALES</p>   |   |
| <p>OBSERVACIONES</p>   |   |

  
 \_\_\_\_\_  
 JUEZ EXPERTO



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

07

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | <i>Horacio Pintado Damian</i>       |
| PROFESIÓN                         | <i>Mag. Internacionales</i>         |
| TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | <i>Mag. Gerencia Empresarial</i>    |
| ESPECIALIDAD                      | <i>Gerencia Empresarial</i>         |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | <i>Emia Saximen Logistics</i>       |
| CARGO                             | <i>Gerente Comercial Zona Norte</i> |

**TÍTULO DE LA INVESTIGACION**

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE  
CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN,  
2018-2021.

|                          |   |
|--------------------------|---|
| NOMBRE DEL TESISISTA     | Rivera Carrasco Nicole Stephanie  |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Guía de Entrevista<br>Contexto: Aplicativo.   |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | Diagnosticar la situación actual de la<br>Cooperativa de servicios Múltiples Cedros<br>Café Jaén.<br>- Analizar la producción de Café en grano<br>de la Cooperativa de servicios Múltiples<br>Cedros Café Jaén.<br>- Identificar los riesgos en la exportación de<br>Café en grano de la Cooperativa de servicios<br>Múltiples Cedros Café al mercado de<br>Canadá.<br>- Diseñar un plan de negocio que logre la<br>exportación de Café en grano al mercado de<br>Canadá. |

### INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

#### DETALLE DEL INSTRUMENTO

El instrumento consta de 15 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

#### PREGUNTAS

|   |  |
|---|--|
| 2.1. ¿Qué sabe usted acerca de la variedad del café en grano?                                     | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 2.2. ¿Podría indicarme cuáles son los tipos de café que más se exportan en el Perú?               | TA( <input type="checkbox"/> ) TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS:            |
| 2.3. ¿Considera usted que el café peruano tiene calidad para su exportación? ¿Por qué?            | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 2.4. ¿Cuáles cree usted que sean las principales estrategias que hace que el café sea de calidad? | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |

|   |  |
|---|--|
| <p>2.5. ¿A qué cree usted que se deba la caída del precio del café en el mercado nacional y internacional?</p>  | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.6. ¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización para exportar café en grano?</p>  | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.7. ¿Cree usted que conviene buscar intermediarios comerciales para el ingreso un nuevo mercado? ¿Por qué?</p>  | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.8. ¿Por qué considera usted que es importante que una empresa cuenten con certificados o sellos para el ingreso al mercado?</p>                              | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.9. ¿Cuáles son los principales documentos que se requiere para exportar café en grano a Canadá? Mencione los.</p>  | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.10. ¿Cuáles son los riesgos de exportación que usted considera que sean los más frecuentes para el ingreso a Canadá? Mencione los y justifique ¿Por qué?</p> | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.11. ¿Cuál considera usted que sea el Incoterms más conveniente para la exportación de café en grano a Canadá?</p>  | <p>TA(✓) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |

|  |  |
|--|--|
| <p>2.12. ¿Cuáles son las características de carga que usted utilizaría para exportar café en grano a otro mercado?</p>   | <p>TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.13. ¿cuáles considera usted que sea el medio de transporte más adecuado para la exportación de café en grano a Canadá?</p>  | <p>TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.14. ¿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?</p> | <p>TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>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>   | <p>TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO</p>   | <p>N° TA <u>15</u> N° TD _____</p>   |
| <p>COMENTARIOS GENERALES</p>   |  |
| <p>OBSERVACIONES <u>Ordenar</u></p>  |  |

  
 \_\_\_\_\_  
 JUEZ EXPERTO



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                              |
|-----------------------------------|------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | Mónica Pintado Danián        |
| PROFESIÓN                         | Mag. Internacionales.        |
| TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | Mag. Gerencia Empresarial    |
| ESPECIALIDAD                      | Gerencia Empresarial.        |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | Ena Saximan Logistics        |
| CARGO                             | Gerente Comercial Zona Norte |

|   |  |
|---|--|
| <b>TITULO DE LA INVESTIGACION</b>   |  |
| PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021. |  |

|                          |   |
|--------------------------|---|
| NOMBRE DEL TESISISTA     | Rivrea Carrasco Nicole Stephanie  |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Guía de Entrevista<br>Contexto: Aplicativo.   |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | <ul style="list-style-type: none"><li>. Diagnosticar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros café Jaén.</li><li>. Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.</li><li>. Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.</li><li>. Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</li></ul> |

### INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

#### DETALLE DEL INSTRUMENTO

El instrumento consta de 16 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

#### PREGUNTAS

|   |   |
|---|---|
| 1.1. ¿A qué se debe que el precio del café pueda encontrarse en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.2. ¿Cuáles considera usted que son los factores que intervienen en el precio de exportación?                            | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.3. ¿Cuál o cuáles son los Incoterms que la Cooperativa utiliza para la exportación de café hacia otros mercados?        | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.4. ¿Considera usted que existe mucha demanda del café en el mercado internacional?                                      | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |

|  |   |
|--|---|
| 1.13. ¿Cuáles considera usted que sean los riesgos de exportación más frecuentes que se deán en el comercio exterior?                                    | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.14. ¿Cuáles cree usted que sean las necesidades del mercado por satisfacer?  | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.15. ¿Cuáles considera usted que sean los canales de distribución para el mercado de Canadá?  | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 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? | TA( <input checked="" type="checkbox"/> ) TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| PROMEDIO OBTENIDO  | N° TA <u>16</u> N° TD _____                                     |
| COMENTARIOS GENERALES  |   |
| OBSERVACIONES  |   |

  
 \_\_\_\_\_  
 JUEZ EXPERTO





UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN  
 Facultad de Ciencias Empresariales  
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
 DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                                      |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | <i>Dr. Jorge Luis Idrogo Perce</i>   |
| PROFESIÓN                         | <i>Abogado - Docente</i>             |
| TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | <i>Abogado - Doctor en Educación</i> |
| ESPECIALIDAD                      | <i>Abogado</i>                       |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | <i>Universidad de Lima</i>           |
| CARGO                             | <i>Docente</i>                       |

**TITULO DE LA INVESTIGACION**  
 PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE  
 CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN,  
 2018-2021.

|                          |  |
|--------------------------|--|
| NOMBRE DEL TESISISTA     | Rivera Carrasco Nicole Stephanie   |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Guía de Entrevista<br>Contexto: Aplicativo.  |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Diagnosticar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros café Jaén.</li> <li>Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.</li> <li>. Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.</li> <li>. Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</li> </ul> |

### INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>DETALLE DEL INSTRUMENTO</b> | El instrumento consta de 16 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |
|--------------------------------|--|

### PREGUNTAS

|  |   |
|--|---|
| 1.1. ¿A qué se debe que el precio del café pueda encontrarse en el rango de competencia a nivel nacional e internacional ? | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.2. ¿Cuáles considera usted que son los factores que intervienen en el precio de exportación?                             | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.3. ¿Cuál o cuáles son los Incoterms que la Cooperativa utiliza para la exportación de café hacia otros mercados?         | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.4. ¿Considera usted que existe mucha demanda del café en el mercado internacional?                                       | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.5. ¿Considera usted que exista una oferta exportable de su producto y esté concurse con otros países?                    | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |

|  |   |
|--|---|
| <p>1.6. ¿Cuáles considera usted que son sus principales competidores que exportan café en grano?</p>   | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>1.7. ¿Cuáles son las características de la carga de café en grano en la Cooperativa?</p>  | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>1.8. ¿Cuál es medio de transporte más utilizado para la exportación de café en grano de la Cooperativa?</p>   | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>1.9. ¿Qué documentos de exportación se utiliza para la exportación de café en grano hacia el mercado de Canadá?</p>   | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>1.10. ¿Cuáles cree usted que son las estrategias de marketing para la exportación de café?<br/>Especifique.</p>   | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>1.11. ¿Me podría mencionar cual es la modalidad de pago más utilizada de la Cooperativa ?</p>   | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>1.12. ¿La Cooperativa cumple con pagos de los derechos o impuestos aplicables al café en grano para su exportación? ¿Cuáles consideraría que sean esos derechos e impuestos al mercado de Canadá?</p> | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>1.13. ¿Cuáles considera usted que sean los riesgos de exportación más frecuentes que se deán en el comercio exterior?</p>   | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| 1.14. ¿Cuáles cree usted que sean las necesidades del mercado por satisfacer?  | TA(x)      TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 1.15. ¿Cuáles considera usted que sean los canales de distribución para el mercado de Canadá?  | TA(x)      TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| 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? | TA(x)      TD( )<br>SUGERENCIAS: |
| PROMEDIO OBTENIDO  | N° TA <u>16</u> N° TD _____      |
| COMENTARIOS GENERALES  |                                  |
| OBSERVACIONES  |                                  |

  
 \_\_\_\_\_  
 JUEZ EXPERTO



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                               |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | Dr. Jorge Luis Idrogo Pérez   |
| PROFESIÓN                         | Abogado                       |
| TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | Doctor en Ciencias Educativas |
| ESPECIALIDAD                      | Abogado - Comercio            |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | Universidad Señor de Sipán    |
| CARGO                             | Docente                       |

|  |
|--|
| <b>TITULO DE LA INVESTIGACION</b><br>PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE<br>CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN,<br>2018-2021. |
|--|

|                          |  |
|--------------------------|--|
| NOMBRE DEL TESISTA       | Rivera Carrasco Nicole Stephanie   |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Cuestionario<br>Contexto: Aplicativo.  |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | . Diagnosticar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros café Jaén.<br>. Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.<br>. Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.<br>. Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de café en grano al mercado de Canadá. |

### INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

#### DETALLE DEL INSTRUMENTO

El instrumento consta de 12 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

#### PREGUNTAS

|   | TA(X)        | TD( ) |
|---|--------------|-------|
| 1. ¿Considera usted que el tipo de café Arábica sea la más exportada por la cooperativa?<br>a) Si      b) No      | SUGERENCIAS: |       |
| 2. ¿Considera usted que el café de la cooperativa se encuentra entre 80 a 95 puntos de taza?<br>a) Si      b) No  | SUGERENCIAS: |       |
| 3. ¿Sabe usted acerca de las condiciones ambientales del cultivo del café en grano?<br>a) Si      b) No           | SUGERENCIAS: |       |
| 4. ¿El café acopiado por la Cooperativa se encuentra entre 900 a 1600 sobre el nivel del mar?<br>a) Si      b) No | SUGERENCIAS: |       |

|   |   |
|---|---|
| <p>5. ¿Sabe usted cuales son las zonas que mejor calidad de café cultivan y es acopiado por la Cooperativa? Si su respuesta es si mencione, ¿Cuáles son esas zonas?<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p> | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>6. ¿La cooperativa le prepara a usted para que brinde capacitaciones sobre medidas de prevención para el cultivo de café a los socios?<br/>a) Si b) No</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>7. ¿Considera usted que el café exportado de la cooperativa sea de calidad? Justifique<br/>a) Si b) No</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>8. ¿Considera usted que el precio de café en grano se encuentre en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? Especifique<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>                         | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>9. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con la oferta exportable de café en grano la cual le permita entrar al mercado de Canadá? Especifique<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>              | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>10. ¿Cree usted que la Cooperativa abastezca con la cantidad necesaria de café a los diferentes mercados?<br/>a) Si b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>  | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>11. ¿Considera usted que Canadá sea un mercado muy exigente en cuanto a controles que se requieran para entrar a dicho mercado?<br/>Especifique<br/>a) Si      b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>12. ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con sellos o certificados requeridos para entrar al mercado de Canadá? Si es no mencione ¿cuáles podrían ser esos sellos o certificados?<br/>a) Si      b) No</p> <p>.....</p> <p>.....</p> | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO</p>  | <p>N° TA <u>12</u>      N° TD _____</p>  |
| <p>COMENTARIOS GENERALES</p>  |  |
| <p>OBSERVACIONES</p>  |  |



JUEZ EXPERTO





UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

**CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO:**

|                                   |                                 |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| NOMBRE DEL JUEZ                   | Dr. Jorge Luis Idiago Pérez     |
| PROFESIÓN                         | Abogado                         |
| TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO | Doctor en Ciencias de Educación |
| ESPECIALIDAD                      | Abogado - Docente               |
| INSTITUCIÓN DONDE LABORA          | Universidad Señor de Sipán      |
| CARGO                             | Docente                         |

**TITULO DE LA INVESTIGACION**

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO AL MERCADO DE CANADÁ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES CEDROS CAFÉ JAÉN, 2018-2021.

|                          |   |
|--------------------------|---|
| NOMBRE DEL TESISISTA     | Rivera Carrasco Nicole Stephanie  |
| INSTRUMENTO EVALUADO     | Guía de Entrevista<br>Contexto: Aplicativo.   |
| OBJETIVO DEL INSTRUMENTO | <ul style="list-style-type: none"><li>· Diagnosticar la producción de café en grano de la Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros café Jaén.</li><li>· Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.</li><li>· Identificar los factores de riesgo en la exportación de café en grano de Jaén al mercado de Canadá.</li><li>· Diseñar un plan de negocio que logre la exportación de café en grano al mercado de Canadá.</li></ul> |

### INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>DETALLE DEL INSTRUMENTO</b> | El instrumento consta de 15 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación. |
|--------------------------------|--|

### PREGUNTAS

|   |   |
|---|---|
| 2.1. ¿Qué sabe usted acerca de la variedad del café en grano?                                     | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 2.2. ¿Podría indicarme cuales son los tipos de café que más se exportan en el Perú?               | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 2.3. ¿Considera usted que el café peruano tiene calidad para su exportación? ¿Por qué?            | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |
| 2.4. ¿Cuáles cree usted que sean las principales estrategias que hace que el café sea de calidad? | TA( <input checked="" type="checkbox"/> )      TD( <input type="checkbox"/> )<br>SUGERENCIAS: |

|  |  |
|--|--|
| <p>2.5. ¿A qué cree usted que se deba la caída del precio del café en el mercado nacional y internacional?</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.6. ¿Cuáles son las principales estrategias de comercialización para exportar café en grano?</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.7. ¿Cree usted que conviene buscar intermediarios comerciales para el ingreso un nuevo mercado? ¿Por qué?</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.8. ¿Por qué considera usted que es importante que una empresa cuenten con certificados o sellos para el ingreso al mercado?</p>                           | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.9. ¿Cuáles son los principales documentos que se requiere para exportar café en grano a Canadá? Mencioneselos</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.10. ¿Cuáles son los riesgos de exportación que usted considera que sean los más frecuentes para el ingreso a Canadá? Mencínelos y justifique ¿Porqué?</p> | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.11. ¿Cuál considera usted que sea el Incoterms más conveniente para la exportación de café en grano a Canadá?</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.12. ¿Cuáles son las características de carga que usted utilizaría para exportar café en grano a otro mercado?</p>   | <p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>)      TD( <input type="checkbox"/> )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |

|  |   |
|--|---|
| <p>2.13. ¿cuáles considera usted que sea el medio de transporte más adecuado para la exportación de café en grano a Canadá?</p>  | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>2.14. ¿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?</p> | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>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>   | <p>TA(X)      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> |
| <p>PROMEDIO OBTENIDO</p>   | <p>N° TA <u>15</u>      N° TD _____</p>     |
| <p>COMENTARIOS GENERALES</p>   |   |
| <p>OBSERVACIONES</p>   |   |

*J. Aguirre I. P.*

JUEZ EXPERTO

**Anexo 05.** Fotos de los expertos de comercio exterior y gerente de la cooperativa entrevistados

**Figura 24.** Entrevistas realizadas a los expertos de comercio exterior



**Figura 25.** Entrevista realizada al Gerente General de la Cooperativa Cedros Café



**Anexo 06.** Encuesta aplicada a los 9 trabajadores de la cooperativa Cedros Café



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 26.** Encuesta realizada a los trabajadores de la parte administrativa de la cooperativa





**Área administrativa**



**Área de control técnico**



**Secretaria**



**Cede de la Cooperativa Servicios  
Múltiples Cedros Café**





Acopio de Café pergamino



Socia de la Cooperativa Cedros



Almacén



Saco de exportación

### Anexo 06. Aplicación de confiabilidad de consistencia interna Kuder-Richardson (KR20)

| PREGUNTAS                                       |      |   |   |  |  |  |  |   |   |  |   |   |   |               |      |
|---|------|---|---|--|--|--|--|---|---|--|---|---|---|---------------|------|
| N°  | Sexo | ¿Considera usted que el tipo de café Arábica sea la más exportada por la Cooperativa? | ¿Considera usted que el café de la Cooperativa se encuentra entre 80 a 95 puntos de taza? | ¿Sabe usted acerca de las condiciones ambientales del cultivo del café en grano? | ¿El café acopiado por la Cooperativa se encuentra entre 900 a 1600 sobre el nivel del mar? | ¿Sabe usted cuáles son las zonas que mejor calidad de café cultivan y es acopiado por a Cooperativa? Si su respuesta es si mencione, ¿Cuáles son esas zonas? | ¿La Cooperativa le prepara a usted para que brinde capacitaciones a los socios sobre medidas de prevención de cultivo de café? | ¿Considera usted que el café exportado de la Cooperativa sea de calidad? Justifique | ¿Considera usted que el precio de café en grano se encuentre en el rango de competencia a nivel nacional e internacional? Especifique | ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con la oferta exportable de café en grano la cuál le permita entrar al mercado de Canadá? Especifique | ¿Considera usted que Canadá sea un mercado muy exigente en cuanto a controles que se requieran para entrar a dicho mercado? Especifique | ¿Considera usted que la Cooperativa cuente con sellos o certificaciones requeridos para entrar al mercado de Canadá? Y de ser así ¿Cuántos contenedores abastece por mercado? | ¿Cree usted que la Cooperativa abastezca con la cantidad necesaria de café a los diferentes mercados? De ser así ¿Cuántos contenedores abastece por mercado? Mencione |               |      |
| 1   | 1    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1  | 1   | 1   | 1   |               | 13   |
| 2   | 1    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1  | 1   | 1   | 1   |               | 13   |
| 3   | 1    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1  | 1   | 1   | 1   |               | 13   |
| 4   | 1    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1  | 1   | 1   | 1   |               | 13   |
| 5   | 1    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1  | 1   | 1   | 1   |               | 13   |
| 6   | 1    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1  | 1   | 1   | 1   |               | 13   |
| 7   | 0    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 0   | 1  | 1   | 1   | 1   |               | 11   |
| 8   | 0    | 1   | 1   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 0   | 0  | 0   | 0   | 1   |               | 8    |
| 9   | 0    | 1   | 0   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 0   | 0  | 0   | 1   | 0   |               | 7    |
| P   | 0.67 | 1.00  | 0.89  | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00  | 0.67  | 0.78   | 0.78  | 0.89  | 0.89  | vt (varianza) | 5.14 |
| q=(1-p)   | 0.33 | 0.00  | 0.11  | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00  | 0.33  | 0.22   | 0.22  | 0.11  | 0.11  |               |      |
| Pq  | 0.22 | 0.00  | 0.10  | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00  | 0.22  | 0.17   | 0.17  | 0.10  | 0.10  | 1.09          |      |
| $r_n = \frac{n}{n-1} * \frac{Vt - \sum pq}{Vt}$ |      |   |   |  |  |  |  |   |   |  |   |   |   |               |      |
|   |      |   |   | N=   | 13   |  |  | KR (20)=  | 0.854   |  |   |   |   |               |      |

Fuente: Elaboración propia



"Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"

Jaén, viernes 7 de setiembre 2018.

Señora

**Dra. Carmen Elvira Rosas Prado**

Faculta de Ciencias Empresariales

Universidad Señor de Sipán

Estimada Señora:

De acuerdo a la solicitud enviada por usted le informamos que la **Cooperativa de Servicios Múltiples Cedros Café** está presto a colaborar a su estudiante Nicole Stephanie Rivera Carrasco de la escuela Profesional de ~~Negocios Internacionales~~, dando información general para su investigación de su proyecto de tesis.

Cordialmente,

  
Jorge Carrillo Enríquez  
GERENTE  
COOP. CEDROS CAFE

Ing. Jorge Carrillo Enríquez

Gerente de la Cooperativa Cedros Café

Av. PAKAMUROS # 2314 Sect. Pueblo Libre – Jaén-Cajamarca / [jorge@cedroscafe.com](mailto:jorge@cedroscafe.com) /  
<http://www.cedroscafe.com> / Cel. +51 976840802