UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en
las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo
2014-2018

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES

Reyes Tigre, Carlos Victor (0000-0002-5954-8236)

Santana Cárdenas, Godofredo Martín (0000-0003-3850-6253)

ASESOR

Cerna Huarachi, Delia Mercedes (0000-0001-8336-4157)

Lima, 10 de agosto de 2020

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios, por guiarnos a llegar en este camino. A nuestros padres, hermanas y familia, por la paciencia y el apoyo incondicional en cada etapa de nuestras vidas. A las personas que nos alentaron a seguir y estuvieron presente durante el proceso de desarrollo de la investigación.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestra asesora Delia Cerna, por su enseñanza, por su apoyo, por sus conocimientos y por brindarnos las herramientas necesarias a utilizar para el desarrollo de la investigación.

A mi compañero de tesis y gran amigo Carlos Reyes, por acompañarme no tan solo en esta investigación, sino en gran parte de mi vida universitaria con su nobleza e integridad.

Godofredo Martín Santana Cárdenas

A mi compañero de tesis y gran amigo, Martín Santana, por la gran compañía en la etapa universitaria, por su esfuerzo y sacrificio en el desarrollo de la presente investigación.

Carlos Victor Reyes Tigre

RESUMEN

En la actualidad, el café es uno de los bienes de mayor comercialización del mundo y una de las bebidas con mayor grado de aceptación mundial, esto debido a su sabor y demás atributos resaltantes al consumirlo. Sin embargo, al ser altamente comercializado su precio se encuentra expuesto a variaciones constantes, pues son cotizados en el mercado de valores.

Entre los años 2014-2018 el consumo mundial de café de todo tipo ha ido incrementándose y creando nuevos productos a base de este. En este periodo, muchos países han ido consolidándose como productores de cafés especiales. Este es el caso de Colombia, Etiopia, Brasil, Vietnam y Honduras, los cuales han trabajado rigurosamente en cobrar este tipo de relevancia.

En el presente documento se analiza los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo, Junín - Perú. Para ello, se analiza la relación que habita entre las variables.

La investigación posee un enfoque mixto, es decir, cuantitativa y cualitativa. Según los datos resultantes, se obtiene que los factores guardan relación con las exportaciones de café especial, pues es nivel es significativo y correlacionado.

Palabras clave: Café especial; Perú; factores, Correlacional; enfoque cualitativo; enfoque cuantitativo.

ABSTRACT

Currently, coffee is one of the most commercialized goods in the world and one of the drinks with the highest degree of global acceptance, this due to its flavor and other prominent attributes when consumed. However, being highly commercialized, its price is exposed to constant variations, since they are quoted on the stock market.

Between 2014-2018 the world consumption of coffee of all kinds has been increasing and creating new products based on it. In this period, many countries have been consolidating as producers of specialty coffees. This is the case of Colombia, Ethiopia, Brazil, Vietnam and Honduras, which have worked rigorously to gain this type of relevance.

This document analyzes the factors: Quality, training and associativity that influence exports of specialty coffee from specialty coffee from Chanchamayo, Junín - Peru. For this, the relationship between the variables is analyzed.

The research has a mixed approach, that is, quantitative and qualitative. According to the resulting data, it is obtained that the factors are related to the exports of specialty coffee, since this level is significant and correlated.

Keywords: Special coffee; Peru; factors, Correlational; qualitative approach; quantitative approach.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	2
1.1 Antecedentes de la investigación	2
1.1.1 Antecedentes internacionales	2
1.1.2 Antecedentes regionales	8
1.1.3 Antecedentes nacionales.....	14
1.2 Marco conceptual.....	18
1.3 Bases teóricas.....	20
1.3.1 Internacionalización.....	20
1.3.1.1 Modelo Uppsala	21
1.3.1.2 Modelo de innovación	23
1.3.1.3 Modelo de ciclo de vida del producto de Vernon	25
1.3.2 Modalidades de Negocios Internacionales	26
1.3.3 Exportaciones	28
1.3.4 Factores de exportación	32
1.3.4.1 Capacitaciones	33
1.3.4.2 Calidad	35
1.3.4.3 Asociatividad	39
1.3.5 Café.....	42
1.3.5.1 Historia del café	44
1.3.5.2 Medidas sanitarias y fitosanitarias del café	44
1.3.5.3 Cambio climático	45
1.3.5.4 Acceso a nuevos mercados	46
1.3.6 Café especial.....	46
1.3.7 Chanchamayo, Junín.....	47
CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN	48
2.1 Situación de la problemática.....	48

2.1.1	Problema principal.....	60
2.1.2	Problemas específicos.....	60
2.2	Hipótesis	60
2.2.1	Hipótesis principal.....	60
2.2.2	Hipótesis específicas.....	60
2.3	Objetivos	61
2.3.1	Objetivo principal	61
2.3.2	Objetivos específicos	61
2.4	Justificación	61
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO		63
3.1	Tipo de investigación.....	63
3.1.1	Alcance de la investigación	64
3.1.2	Diseño de la investigación.....	64
3.2	Operalización de las variables	65
3.2.1	Variable independiente (X)	65
3.2.1.1	Indicadores de la variable independiente	65
3.2.2	Variable dependiente (Y).....	66
3.2.2.1	Indicadores de la variable dependiente	66
3.3	Proceso de muestreo: Tamaño y selección de la muestra	66
3.3.1	Población de estudio	66
3.3.2	Tamaño de la muestra.....	67
3.4	Instrumentos metodológicos para el recojo de la investigación	67
3.4.1	Primera etapa: Investigación cualitativa.....	68
3.4.2	Segunda etapa: Investigación cuantitativa.....	69
3.4.3	Limitaciones	70
CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN.....		72
4.1	Aplicación principal.....	72
4.1.1	Herramienta cualitativa: Entrevistas.....	72
4.1.1.1	Entrevista a Junta Nacional del Café	72

4.1.1.2	Entrevista a Ministerio de Agricultura y Riego	73
4.1.1.3	Entrevista a Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.....	74
4.1.1.4	Entrevista a Promperú.....	75
4.1.2	Herramienta cuantitativa: Encuesta a empresas exportadoras de café especial en Chanchamayo – Junín, Perú	76
CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		82
5.1	Modelo Correlacional	82
5.1.1	Análisis Correlacional entre los factores y las exportaciones de café especial de Chanchamayo - Junín, Perú en el periodo 2014-2018.....	82
CONCLUSIONES.....		86
RECOMENDACIONES		88
REERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		89
ANEXOS		95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Etapas de desarrollo según modelo Uppsala	21
Tabla 2 Etapas del modelo del ciclo de vida del producto de Vernon	26
Tabla 3 Partidas arancelarias del café.....	49
Tabla 4 Consumo mundial del café.	52
Tabla 5 Principales países exportadores de café.	53
Tabla 6 Delimitación de la población de estudio	66
Tabla 7 Perfil de entrevistados	68
Tabla 8 Empresas exportadoras de café en Chanchamayo, Junín – Perú periodo 2014 - 2018	69
Tabla 9 Estadísticas de fiabilidad	76
Tabla 10 Correlación a través del coeficiente de Spearman entre los factores y exportaciones.	77
Tabla 11 Cuadro de Correlación.....	78
Tabla 12 Correlación a través del coeficiente de Spearman entre las capacitaciones y exportaciones.	78
Tabla 13 Cuadro de Correlación.....	79
Tabla 14 Correlación a través del coeficiente de Spearman entre la asociatividad y exportaciones.	79
Tabla 15 Cuadro de Correlación.....	80
Tabla 16 Correlación a través del coeficiente de Spearman entre la calidad y exportaciones.	81
Tabla 17 Cuadro de Correlación.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mecanismo básico de la internacionalización por Johanson & Vahlne, 1990.....	22
Figura 2. Mecanismo básico de la internacionalización por Johanson & Vahlne, 2009.....	23
Figura 3. Fases del desarrollo de las exportaciones por Daniels, 2010.	29
Figura 4. Exportaciones del Perú al mundo, extraído del BCRP	50
Figura 5. Exportaciones de café del Perú al mundo en valor FOB, extraído del BCRP	51
Figura 6. Exportaciones de café del Perú al mundo en volumen, extraído del BCRP	51
Figura 7. Producción de café en Perú, extraído del OIC	54
Figura 8. Producción de café en Perú por regiones, extraído de la Cámara de Café y Cacao	55
Figura 9. Evolución del precio internacional del café, extraído de Comex Perú	56
Figura 10. Tipo de enfoque, elaborado según Hernández Sampieri, 2018.....	64
Figura 11. Diseño de investigación no experimental, según Hernández Sampieri, 2018 ...	65
Figura 12. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Junta Nacional de Café.....	73
Figura 13. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Ministerio de Agricultura y Riego.....	74
Figura 14. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	75
Figura 15. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Promperú	76

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en el Perú, el consumo interno del café no posee mucha relevancia. Por ese motivo, gran parte de la producción se dirige a los mercados internacionales. En tal sentido, la apertura de nuevos socios comerciales es un factor vital para el desarrollo de la industria. Bajo esa óptica, el presente estudio se enfoca al sector café de la nacionalidad peruana.

Para la investigación lleva como título el análisis de los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo, Junín - Perú en el periodo 2014-2018. Para esto, se ha realizado consultas en fuentes científicas, que conforma el aspecto del marco teórico, entrevistas a expertos en el tema y a empresas dedicadas a la comercialización del producto.

El objetivo primordial es analizar los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial Chanchamayo, Junín -Perú en el periodo 2014-2018. Además, se muestra el diagnóstico del café de especialidad, el control del pronóstico y las justificaciones sobre el presente estudio.

Posterior a ello, se plantea los objetivos y las hipótesis vertidas para la materia de investigación. Esto se programa en base a la metodología expuesta en el capítulo correspondiente. Finalmente, el estudio se encuentra bajo la conformidad de las fuentes utilizadas para llevar a cabo esta investigación.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

La base para el desarrollo de la investigación reposa en los cimientos de los siguientes puntos, pues estos sirven como soporte para mencionar los puntos expuestos en nuestro problema de estudio. Asimismo, el apoyo en los siguientes puntos provoca relevancia a los argumentos expuestos en los puntos anteriores y en los demás capítulos de la presente tesis, dado que la base teórica engloba y asevera los conceptos de café que se menciona en esta publicación. Los puntos desarrollables son Bases teóricas, antecedentes y marco conceptual.

1.1 Antecedentes de la investigación

Para llevar a cabo la investigación, es relevante revisar y analizar los trabajos previamente abordados respecto al tema, la cual estén relacionados directa o indirectamente. Por ello, se ha considerado analizar los siguientes estudios.

1.1.1 Antecedentes internacionales

Según los autores Cunha, Leite Ribeiro do Vale, Braga & Carvalho en el paper de Scopus “*Integração e transmissão de preços no mercado internacional de café arábica.*” mencionan que los principales productores de café Arábica están integrados entre sí, generando una relación de equilibrio a largo plazo en el precio de los países productores con el precio del mercado internacional. (da Cunha, Leite Ribeiro do Vale, Braga, & Carvalho Campos, 2010)

Además, la participación de las cooperativas amplía las posibilidades de establecer contratos a largo plazo; y en ese sentido, sería posible reducir las asimetrías entre pequeños, medianos y grandes productores para aprovechar la integración de estos y trabajar en conjunto.

Según Gichuru, EK, Ithiru, JM, Silva, MC, Pereira, AP & Varzea, VMP en el paper de Web of Science (WOS) “*Additional physiological races of coffee leaf rust (*Hemileia vastatrix*) identified in Kenya*” identifica nuevas razas de patógeno en Kenia, la cual enfatiza en las hojas infectadas de las variedades resistentes a la roya de la hoja del café. Se encontraron seis nuevas razas que revelaron tres nuevos genes de virulencia. Lo que representa una serie amenaza para la producción del café. (Gichuru, Ithiru, Silva, & Pereira, 2012)

La mencionada investigación se relaciona con la identificación y prevención de nuevos virus que puedan afectar la producción de café, como lo que pasó con la roya de la hoja del café en años anteriores.

Según Jaramillo & Benites en el paper de Scopus “Trasmisión de precios en el mercado mexicano e internacional de café (*Coffea arabica* L.): un análisis de cointegración” hace mención del proceso de transmisión de precios del café el mercado local y el internacional, con el objetivo de identificar oportunidades en el proceso de producción – comercialización. Los resultados arrojaron que el precio local del café depende cada vez más del precio internacional, puesto que en el análisis se pudo interpretar que al cambiar el precio internacional en 1%, el precio local cambia en 0.15%. (Jaramillo-Villanueva & Benítez-García, 2016)

En ese sentido, lo que se rescata de la investigación es la relación que influye el precio internacional del café, la cual establece las bolsas de Nueva York y Londres, en el precio local del café local.

Según Mangnus & Schoonhoven-Speijer en el paper de Scopus “*Navigating dynamic contexts: African cooperatives as institutional bricoleurs*, *International Journal of Agricultural Sustainability*” hace mención de la manera de organizar las cooperativas del sector agroindustrial en Africa. (Mangnus & Schoonhoven-Speijer, 2020)

La investigación identificó factores clave que conducen a la cooperación. Estas son: tamaño de grupo, homogeneidad de los miembros, liderazgo responsable, confianza entre los miembros de grupo, viabilidad económica, tipo de cultivo y mercado.

Según Bada, Rivas & Littlewood en el paper de Scopus “*Model of associativity in the production chain in Agroindustrial SMEs*” identifica que los actores directos, el servicio de apoyo, el entorno y las políticas del gobierno, determinan la asociatividad en la cadena productiva. (Bada Carbajal, Rivas Tovar, & Littlewood Zimmerman, 2017)

En ese sentido, la investigación determina que en el modelo de asociatividad de la cadena de producción son los agentes quienes influyen en el manejo eficiente de una asociación.

Según Contini, Marotta & Torquati en el paper de Scopus “*Multi-actor approaches to implement cooperative strategies and value chains based on sustainability*” hace mención de que el número de empresas aumentan su competitividad al compartir sus valores y habilidades. (Contini, Marotta , & Torquati, 2020)

En ese sentido, todos los actores involucrados en la cadena cooperan para llevar a cabo una eficiente forma de gobierno y organización en las cooperativas. Así mismo, el crecimiento del número de empresas en las cooperativas tiene como objetivo la optimización de sus recursos.

Según Dlamini & Huang en el paper de Scopus “*Towards Intensive Co-operated Agribusiness: A Gender-Based Comparative Borich Needs Assessment Model Analysis of Beef Cattle Farmers in Eswatini*” realizaron una comparativa basada en el género de las necesidades de capacitación para los ganaderos de carne. (Dlamini & Huang, 2020)

En ese sentido, el estudio estadístico basado en la evidencia sobre las competencias y prácticas relacionadas con los agronegocios reveló una necesidad de capacitación para las mujeres en comparación con hombres. Además, se menciona que las capacitaciones deben priorizar: conceptos de agronegocios, alimentación, salud del ganado, organización, entre otros.

Según Amare, Mariara, Oostendorp & Pradhan en el paper de Scopus “*The impact of smallholder farmers’ participation in avocado export markets on the labor market, farm yields, sales prices, and incomes in Kenya*” menciona que existe una brecha entre los productores de aguacate que participan de los mercados de exportación con los productores que no. (Amare, Mariara, Oostendorp, & Pradhan, 2019)

Un buen funcionamiento grupal tiene un impacto positivo en los ingresos, precios y manos de obra. Además, el análisis muestra que mejorar la calidad del aguacate y ofrecer capacitaciones en cultivo de aguacate son medios efectivos para el incremento del mercado de exportación.

Según Iskandar, Rizal & Halimah en el paper de Scopus “*Quality management system implementation of {ISO} 9000:2015 on robusta coffee processing in Jember regency*” mencionan que un sistema de calidad en la agroindustria de exportación de café robusta

aumentaría la competitividad del producto en comparación con otros países exportadores de café. (Iskandar, Rizal, & Halimah, 2020)

En ese sentido, el resultado de la investigación mostró que el resultado del procesamiento de café robusta contiene tres de siete clausulas de categoría fuerte. Sin embargo, el sistema de calidad aplicado no tiene un estándar absoluto. Por ello, al aplicar los servicios de orientación y capacitación en liderazgo, organización, apoyo, operación, entre otros, mejorará el rendimiento significativamente.

Segun Skorupińska, Kruczyńska, Konopacka, Kaczmarek, Rutkowski & Józwiak en el paper de Scopus “*Fruit Quality and Storability of Some Asian Pear Cultivars Collected in the Gene Bank of the Research Institute of Horticulture, Central Poland*” mencionan que para entender la calidad de un producto se debe tener en cuenta, a parte de las medidas estandarizadas y su rendimiento por fruto, que el bien debe de pasar por un análisis sensorial predefinido por estudios previos del sector. (Skorupińska, y otros, 2019)

La citada investigación hace un estudio para develar la calidad de las peras asiáticas cultivadas en Polonia, donde el eje principal es la calidad y ésta se rige primordialmente por una evaluación sensorial, es decir un examen de sus propiedades organolépticas la cual se realiza con los sentidos humanos.

El estudio se enfoca en dicha práctica debido a que, en el mercado actual, los consumidores tienen inclinación a la compra de un producto por su sabor; es decir, las normas basadas en las dimensiones físicas exportables de los alimentos no tan solo comprenden un motivo de compra para el consumidor.

Según Li en el paper de Scopus “*SMRT sequencing of the Oryza rufipogon genome reveals the genomic basis of rice adaptation*” menciona que las alteraciones genómicas juegan un papel fundamental en la mejora de la calidad de un producto. Asimismo, estas pueden generar mutaciones que influyen directamente en el bien. (Li, y otros, 2020)

El mencionado estudio muestra que en cuanto al ámbito agrícola se debe de tener un conocimiento de la composición genética del producto que se desea cultivar, pues las manifestaciones en cuanto a las variaciones pueden ser beneficiosa y también perjudicial en el cultivo.

Esta eventualidad funciona directamente proporcional con la calidad de fruto. Por tal, en cuanto al café se debe tener en cuenta las variedades que se utilizan y sus mejoras obtenidas en estudios de la plata y su adaptabilidad.

Según Xia en el paper de Scopus “*Tea plant genomics: achievements, challenges and perspectives*” mencionan que a pesar de numerosas investigaciones al respecto de mapas genéticos en la planta de té, la densidad y la calidad de estos debe de ser mejorada, investigando mayores volúmenes y utilizando biotecnología más avanzada. (Xia, y otros, 2020)

A partir de la óptica de los autores, existen una gran cantidad de variedades con diferentes alteraciones genéticas, las cuales se sabe que las diferentes variedades de plantas de té difieren en términos de sabores y gustos. Además, que tampoco comparten el color, aroma y calidad.

Para determinar estas diferencias se debe de contar con un análisis de composición de sus atributos organolépticos. De esta forma, se puede lograr una mejora en cuanto a los códigos genéticos con el fin de rescatar a la variedad con mayor grado de optimización en cuanto a sus atributos y rendimiento productivo.

Según Lerro, Marotta & Nazzaro en el paper de Scopus “*Measuring consumers’ preferences for craft beer attributes through Best-Worst Scaling*”, donde realizaron el estudio en base a un cuestionario estructurado para trescientos veintitrés personas, en este se menciona la preferencia de los consumidores en base a la preferencia de los consumidores hacia sus trece atributos de la cerveza artesanal (Lerro, Marotta, & Nazzaro, 2020)

El estudio revela que los clientes prefieren el sabor en una cerveza. Poco después de, como los atributos más importantes, el proceso de fermentación, la certificación y país de origen.

Bajo la óptica de los autores, el sabor tiene un índice directamente proporcional a la calidad del producto. Además, la fermentación especial también es importante para el consumidor. Este resultado se puede referir también a la calidad que denota un café de especialidad y a los tipos de fermentaciones que existen, las cuales presentan una tendencia de aceptación en estos últimos tiempos.

Morquecho-Campos, De Graaf & Boesveldt en el paper de Scopus “*Smelling our appetite? The influence of food odors on congruent appetite, food preferences and intake*” mencionan que los olores de los alimentos tienen un rol con gran prominencia, dado que este puede influir en el apetito con el que cuente el consumidor. Asimismo, en esa investigación se trata de comprender las manifestaciones conductuales de los mismo ante diferentes estímulos. (Morquecho-Campos, De Graaf, & Boesveldt, 2020)

Asimismo, según Morquecho-Campos, se ha podido identificar que estos olores de los alimentos crean o transmiten una percepción de calidad de este. Los consumidores relacionan normalmente la calidad del producto con experiencias pasadas de consumo, es decir, a lo largo de la vida de una persona ha sentido que un olor de difícil recepción genera timidez al momento de probar esa comida.

En ese sentido, el mencionado estudio sirve para obtener una perspectiva con mayor amplitud acerca del atributo olor, en cuanto a calidad y sabor. De esta forma, la fragancia de un producto, como el café, compone gran parte de la aceptación por parte del mercado de consumidores. Por tal, se debe de tener en cuenta ese atributo en el análisis organoléptico o de catación.

Según Santosa, Wignyanto, Hidayat & Sucipto en el paper de Scopus “*The quality of nata de coco from sawarna and mapanget coconut varieties to the time of storing coconut water*” mencionan que la calidad de cada variedad de coco muestra una dispersión, según el tiempo de fermentado y el tiempo de almacenado. Dicha calidad, también, se encuentra dentro del sabor del producto, según percepción del consumidor. (Santosa, Wignyanto, Hidayat, & Sucipto, 2020)

En cuanto a la fermentación y tiempos de almacenado, en el sector café, este es un punto bastante crítico, debido a su desempeño con la calidad del grano. Hoy en día, estas 2 herramientas se han utilizado para generar nuevos procesos de beneficio del café con el fin de brindar un mayor puntaje en tasa. Además, que este proceso fermentado especial está empezando a crear un mayor volumen de consumidores.

1.1.2 Antecedentes regionales

Según la búsqueda que se realizó en Web Of Science (WOS) se identificó el paper elaborado por Duarte, Ferreira, Partelli & Viana en su investigación “*Novel approaches for selection of Coffea canephora by correlation analysis*” la cual menciona que en Brasil se realizó un estudio utilizando la ruta análisis de las correlaciones genotípicas de la producción primaria y secundaria de los componentes, así como su descomposición en directa e indirecta para efectos sobre el rendimiento de los cultivos de café sometidos a poda de ciclo programada (PCP). (Duarte, Ferreira, Partelli, & Viana, 2019)

Veintidós genotipos de café *Conilon* pertenecientes a la cría programa desarrollado por Incaper fueron sometidos a PCP. Además, menciona que, para aumentar el rendimiento del cultivo de café, los productores deben seleccionar genotipos que producen un número intermedio de ramas ortotrópicas, que tienen un mayor rendimiento de materia seca. Posteriormente, deben seleccionar genotipos con diámetros de rama ortotrópicos más grandes, y entre estos, los que tienen longitudes de entrenudos ortotrópicos y plagiotrópicos más cortos.

El análisis de estudio usado fue el de correlación, la cual contribuyó al análisis de estudio puesto que identifica una de las maneras más eficiente relacionadas a la producción del café.

Según Salcedo en el paper de Web of Science (WOS) “Estrategias familiares, trabajo y orígenes de pequeños productores cafeteros en el Huila, Colombia” se analiza como el trabajo familiar es fundamental para la expansión de las pequeñas propiedades y la producción de café en Huila, Colombia. El estudio analiza los métodos de cultivo en la producción de café. Además, menciona lo importante de los pequeños grupos de productores y las estrategias utilizadas por las familias para expandir su patrimonio a través de asociaciones familiares. (Salcedo, 2016)

La investigación mencionada se relaciona al tema en cuanto asociatividad y la manera como se desempeña y ejecuta las estrategias de empresas familiares en cuanto a la producción y comercialización del café.

Según Jara en el paper de Scopus “Desarrollo rural y agricultura familiar en Argentina: una aproximación a la coyuntura desde las políticas estatales” mencionan que el eje argumental sostiene que las políticas agrarias, generalmente, han privilegiado a los modos de producción capitalistas en detrimento de los pequeños productores familiares de base campesina (Jara, Sperat, Manrique, & Herrera, 2019). Esta idea se centró, básicamente en que los pequeños agricultores eran considerados como unos agentes poco relevantes en el sector.

Bajo la óptica del mencionado estudio, se puede inferir que las políticas estatales pueden contribuir de manera positiva para el crecimiento del sector, pero estas deben de contener una visión con mayor grado de integración, con el fin de que pueda llegar también a los pequeños agricultores. Es decir, políticas inclusivas firmes sin ningún matiz de ayuda a un sector económico en especial.

Esa investigación explica la ayuda, por parte de las autoridades competentes del Estado, como un factor beneficioso que se puede emular en el sector cafetalero, dado que ambos son productos provenientes del agro y compuesto por familias que se dedican a ello.

Según Voigt-Gair, Miglioranza, De Batista en el paper de Scopus “*The dynamic of the “Coffee Quality Paraná” contest in the production of specialty coffees*” menciona que uno de los métodos para contribuir con la mejora de la calidad del café son los concursos, donde se exponga y comparta nuevos procesos y tecnologías para el café. Estos eventos también presentan a los agricultores directamente con los clientes, con el fin de ofrecer nexos más eficientes y gastos en intermediarios (Voigt-Gair, Miglioranza, & de Batista Fonseca, 2013).

Años atrás, en Paraná, las autoridades estatales tenían la inclinación a tener una mayor cantidad a una mayor calidad. Sin embargo, como se demuestra en el estudio, las tendencias de consumo han cambiado y con ello los oferentes también están cambiando su forma tradicional de comercializar el grano.

En ese sentido, se infiere que el apoyo por parte del Estado es de vital importancia no tan solo en ayuda en mejora de cultivo, sino en comercialización, financiamiento, capacitaciones y entre otros. De esta forma, éste se puede convertir en un aliado para el sector cafetalero.

Según Teixeira, Souza, Pereira, Oliveira, & Rocha en el paper de Scopus “*Selection of arabica coffee progenies tolerant to heat stress*” mencionan que debido a las altas temperaturas en Rondonia, las fincas solo siembran café *Canephora*. Por lo tanto, importando el café arábico de otros estados se hace necesario para la composición de mezclas, así como para el mercado de especialidades (Teixeira, Souza, Pereira, Oliveira, & Rocha, 2015)

En consecuencia, se evidencia un problema, que, al no contar con una producción de café de especialidad propio, debe de comprar de otros lugares. Esto les reduce competitividad ante los demás ofertantes. La solución expuesta en la mencionada investigación es seleccionar genotipos de café arábica que puedan adaptarse al entorno caluroso de altas temperaturas.

En esa investigación también se puede rescatar que los agentes relacionados al rubro deben de conocer las variedades que desprenden de la familia de café arábica que se pueden adaptar a cambios de temperaturas. Este es un tema de gran cuestionamiento que corresponde al cambio climático. Muchos agricultores reconocen que deben de experimentar con nuevas variedades que provean rendimientos óptimos de cosecha en lugares de menor altura y cálidos.

Según Silveira y otros en el paper de Scopus ‘*Sensory analysis of specialty coffee from different environmental conditions in the region of Matas de Minas, Minas Gerais, Brazil*’ menciona que los cafés especiales se pueden diferenciar de varias maneras, incluidas las condiciones ambientales en las que se encuentra producido y la composición sensorial de la bebida. Además, se analizó los diferentes cafés y sus atributos según los metros sobre el nivel del mar en los que se encuentra. (Silveira , y otros, 2016)

En el mencionado estudio se hizo partícipe a catadores *Q-Grader*, los cuales valoraron las bebidas según las normas impuestas por la Asociación de Cafés Especiales (SCA). Estos profesionales son los que ponderaron los puntajes en tasa en el sector café.

Esa investigación, es útil para comprender las condiciones en las que se lleva a cabo el cultivo y producción del café según la altura de la siembra. Además, hace mención que mientras mayor es la altura de siembra mayor rendimiento en tasa presentan los granos.

Según Martínez , Arístizabal, & Moreno en el paper de Scopus “Evaluación Del Efecto De La Composición Del Café Cosechado En Las Propiedades Organolépticas De La Bebida De Café” mencionan que para la composición de un café con un alto puntaje en tasa intervienen diferentes factores, entre ellos la maduración del fruto, el beneficio, la cosecha y la variedad de plata. (Martínez , Arístizabal, & Moreno, 2017)

Asimismo, los cafés especiales son aquellos valorados por consumidores por tener constancia, verificación y atributos sostenibles y para los que están dispuestos para pagar precios superiores. Este efecto ayuda considerable a los agricultores, debido a obtener mayor rentabilidad por su cosecha y no ofertar su bien al precio estándar del mercado, el cual es cotizado en la bolsa de valores.

Si bien es cierto, la mayoría de los cafés extraídos siguen siendo parte de estas afecciones de la bolsa de valores, el mercado de cafés especiales se encuentra en crecimiento, dado que estos aproximadamente el mercado de granos especiales cuenta con el 13 % de consumo global. Estas acotaciones por parte de los autores, es útil para la presente investigación, dado que en Chanchamayo también resulta beneficioso para empezar a generar esos granos mejor pagados.

Según Rezende en el paper de Scopus “*Agronomic characterization and responses to coffeeleaf rust in coffee progenies resistant to the gall nematode Meloidogyne exigua*” mencionan que la enfermedad de la roya del café es letal para el cultivo del grano, pues afecta de forma grave a la planta y su nivel de propagación y contagio es acelerado. Sin embargo, el presente estudio plantea la iniciativa de la existencia de algunas variedades del café que poseen resistencia a dicha plaga (Rezende, y otros, 2017)

Si bien es cierto, la roya afectó grandes extensiones de cultivos de café en el Perú en los años 2013 y 2014, hoy se está investigando con mayor énfasis y enfoque a lo acontecido con la plaga. Uno de los factores para contrarrestarlo es el cultivo de plantas que posean resistencia al mismo. El estudio emitido por estos autores ayuda a los agentes involucrados en el sector a tomar medidas de cultivo distintas, al igual que variedades mejoradas genéticamente con la mencionada adaptabilidad.

Según Ribeiro en el paper de Scopus “*Profile of organic acids and bioactive compounds in the sensory quality discrimination of Arabica coffee*” mencionan que el sabor

exótico y raro hace especialidad café un producto cada vez más valorado, que justifica incentivos para la investigación y la tecnología innovaciones en la búsqueda de producción de calidad. Además, el conocimiento de nuevos procesos es de gran ayuda para los actuales oferente, dado que el uso del beneficioso, ahora, puede ser húmedo, reposado muchas horas esperando que se seque y el servicio de lavado que es más utilizado (Ribeiro, y otros, 2018).

Esa investigación se refleja en Chanchamayo, debido a la posibilidad de ayudar con el conocimiento del café natural, el cual está tomando relevancia en los últimos años. Además, es saludable para el medio ambiente pues no introduce el café en piscinas especiales, sino que este proceso natural es amigable con el medio ambiente, dado que no necesita utilizar agua para su tratamiento, solo hacerlo reposar en su propia cascara expuesta al sol durante periodos determinados por las investigaciones sobre el tema.

El insertarse a la producción de los cafés fermentados conlleva a obtener mejor calidad de producto, precios y una mayor cuota del mercado, pero para ello se necesita otorgar conocimiento a los caficultores.

Según Oliveira en el paper de Scopus “*Technical-economic viability of mechanized picking coffee (Coffea arabica L.) in up to three annual operations*” mencionan que la mecanización del proceso de café es una alternativa viable para los agricultores, dado que con ese control específico pueden manejar mejor sus resultados futuros, eliminar incertidumbre y mejorar su producción anual (Oliveira, Tavares, Pereira de Oliveira, Silva, & Chicone, 2020).

Hoy en día, el sector café, para los agricultores, es poco rentable debido a los precios que fluctúan ágilmente, debido a ser un *commodity*. Por ello, una alternativa saludable es mecanizar la producción y tener una estandarización específica, para obtener un rendimiento en volumen alto; de esta forma, el caficultor obtendrían una utilidad mayor, ya que ganaría por la masa de café vendido.

Asimismo, este sistema se podría emular, también, en el proceso de cafés especiales o fermentados, pues al tener mejor precio, se podría incrementar el volumen de producción y con ello el ingreso de la familia agricultora del rubro.

Según Ronchi & Miranda en el paper de Scopus “*Flowering percentage in arabica coffee crops depends on the water deficit level applied during the pre-flowering stage*” mencionan que el intercambio de gases en la hoja se vio fuertemente afectado por los niveles de *déficit* hídrico, sin alteraciones. Las etapas maduras de las cerezas aumentaron ligeramente con la reducción (Ronchi & Miranda, 2020).

El volumen de la irrigación de agua hacia las plantas de café genera directamente al nivel de maduración de los granos. Esto afecta en el momento de la cosecha, debido a que los frutos no están adecuadamente uniformes para la cosecha en su debida etapa. con este *déficit*, la uniformización de la cosecha se reduce dramáticamente.

Bajo esta óptica, se sabe que la escasez del recurso hídrico adecuado genera una línea perjudicial de eficiencia en la cosecha del fruto. De este modo, los costos de cosecha por plata se verían en aumento, pues no se obtendría todo el producto que se debería de obtener en la temporada. Además, de generar una deficiencia en los resultados de las estimaciones esperadas por hectárea.

En ese sentido, se debe de tener en cuenta los canales de agua a la hora de iniciar en el cultivo de café. Además de ello, si el proceso de beneficio de café es el lavado o convencional, se debe de llenar las piscinas o sifones de H₂O. Por tal, si la finca no tiene este elemento puede verse dramáticamente inmerso en complicaciones productivos.

Según De Sousa, Van Zonneveld, Holmgren, Kindt , & Ordoñez en el paper de Scopus “*The future of coffee and cocoa agroforestry in a warmer Mesoamerica*” mencionan que el cambio climático amenaza la producción de café y el sustento de miles de familias en Mesoamérica. Eso depende de ello. Reemplazar el café con cacao e integrar árboles en sistemas agroforestales combinado (De Sousa, Van Zonneveld, Holmgren, Kindt , & Ordoñez , 2019).

El estudio menciona se centra en la posibilidad de que los caficultores cambien total o gradualmente su cultivo de café al cacao. De este tema se ha mencionado mucho, dado que según el cambio climático los cafetales que se encuentran entre 700 a 1200 m.s.n.m., podrían verse afectados en estos tiempos, pues la radiación solar no permitirá una producción habitual por plata.

En este sentido, la alternativa de migración de cultivo no se encuentra muy lejana, dado que una parte del cultivo en Chanchamayo se ubica menor a 1200 m.s.n.m. Esta iniciativa debe ser tomada con cautela y evaluación previa por cada caficultor, dado que las posibilidades de producción de otros cultivos también pueden ser factibles, pero el que mayor grado de similitud tiene con el café es el cacao.

Según Danse, Klerkx, Reintjes, Rabbinge, & Leeuwis, 2020 en el paper de Scopus “*Unravelling inclusive business models for achieving food and nutrition security in BOP markets*” mencionan que una de las prioridades clave para abordar la seguridad alimentaria es transformar la agricultura y los sistemas alimentarios. El sector privado puede cumplir un papel importante en ello (Danse, Klerkx, Reintjes, Rabbinge, & Leeuwis, 2020).

La dinámica de la investigación mencionada se centra en el tipo de negocio inclusivo. El fin primordial del mismo es redefinir y ajustar las brechas institucionales y privadas, para un mejor tránsito de información. Para ello, el territorio de juego debe de ser claro y con dotes de apoyo unificado entre los diferentes sectores.

Aumentar el éxito de la inclusión del modelo de negocio para mejorar la nutrición y la seguridad alimentaria (Danse, Klerkx, Reintjes, Rabbinge, & Leeuwis, 2020). El gobierno cumple un rol fundamental en este punto debido a que con ayuda de ellos se puede comenzar a integrar los negocios y que este pueda fluir de manera más efectiva. En cuento, al rubro cafetalero, esto ayudaría en gran medida pues se necesita mayor apoyo al productor en cuanto a marketing y promoción de sus productos.

1.1.3 Antecedentes nacionales

Según Ehrenbergerová, Šeptunová, Habrová, Puerta Tuesta, & Matula en el paper de Scopus “*Shade tree timber as a source of income diversification in agroforestry coffee plantations, Peru*” mencionan que existe una forma de incrementar los recursos de los agricultores de café, esta se basa en aprovechar los árboles que sirven como sombra para los cafetales. Este estudio explica que, al incursionar en el cultivo de árboles de madera comercial, aprovechando que estos sirven como sombra para las plantas (Ehrenbergerová, Šeptunová, Habrová, Puerta Tuesta, & Matula, 2019).

De esa forma, se podría mejorar la rentabilidad del caficultor. Además, de mejorar su cosecha con la sombra generada y de diversificar la producción de su finca. Esta es una alternativa eficiente para el ingreso total obtenido por hectárea.

Según la óptica de esa investigación, se debe de aprovechar al máximo el espacio que existe en cada hectárea y que esta sea una herramienta viable para los caficultores que cada vez ven sus ingresos mermados por las constantes variaciones del precio de café a nivel internacional.

Según (Rosas-Echevarría, Solís-Bonifacio, & Cerna-Cueva en el paper de Scopus “Sistema eficiente y de bajo costo para la selección de granos de café: una aplicación de la visión artificial” mencionan que el café la calidad del café es un factor de suma importancia para la comercialización hoy en día. Para ello, se debe de contar con un proceso adecuado de selección de granos cosechados. Sin embargo, estos equipos son de elevado costo e inaccesibles para algunos productores, por esta razón se debe establecer una propuesta de bajo costo para la selección de granos de café (Rosas-Echevarría, Solís-Bonifacio, & Cerna-Cueva, 2019). Este sistema debe de contar con selección por tamaño y color, con el fin de otorgar eficiencia en tiempo de proceso del grano y, con ello, reducir el tiempo de envío y llegada de las mercancías al cliente.

No obstante, esta selección se podría hacer de forma manual, pero eso quitaría competitividad a los agentes involucrados, debido a bajo la modalidad manual, también, se incurre a costos extras. La idea planteada es otorgar al caficultor reducciones de sus costos para que la margen neta pueda mantener un pico óptimo.

Los autores de esa investigación establecen que se podría lograr los efectos de una máquina de valor de precio elevado con la visión artificial, ya que est[a se puede programar para múltiples acciones y la implementación de la misma es económica. De esta forma, se lograría una eficiencia en costos y una mejora en la calidad. Además, esta actividad también se puede utilizar en Chanchamayo debido a que es replicable en cualquier zona.

Según Prada, Vela, Bardález, & Saavedra en el paper de Scopus “Efectividad de un Proceso de Secado de Café usando Secadores Solares con Sistema de Flujo de Aire Continuo Impulsado por Energía Fotovoltaica, en la Región San Martín, Perú” mencionan que para reducir el tiempo de secado, el cual debe de ser 12% de humedad por grano, se debe de hacer

uso de módulos secadores solares implementados con un sistema de flujo de aire continuo impulsado por energía fotovoltaica (Prada, Vela, Bardález, & Saavedra, 2019).

Además, esta actividad resulta beneficiosa debido a que los agricultores utilizan el modelo de secado artesanal convencional, es decir al aire libre encima de una capa de polietileno, la cual sirve como protector de las bacterias o algún tipo de contaminación que pueda adoptar el grano. Sin embargo, esta actividad no es funcional, dado que el grano atrae los olores y sabores de su alrededor y dicha capa no lo convierte ajeno a ello.

En ese sentido, la implementación de los aparatos expuestos por esa investigación logra un menor contacto con sustancias del piso y el contacto innecesario de animales. Esto otorga a la producción un secado uniforme y con una calidad en tasa mayor a la encontrada con recursos convencionales.

Según Guevara en el paper de Scopus “Efecto de la altitud en la calidad del café (*coffea arabica*) comparación entre secado mecánico y tradicional” mencionan que el proceso de secado del café es determinante para obtener un producto de calidad. Para el estudio se utilizó diferentes ubicaciones con msnm variables, en esos lugares se evaluó el prototipo propuesto por los investigadores, dando como resultado fue que bajo este sistema no hubo resultados significativos en cuanto a la altura. Sin embargo, en cuanto al secado los resultados fueron beneficiosos notablemente para los que fueron puestos en la máquina (Guevara-Sánchez, Bernal, Saavedra-Ramírez, & Owaki-López, 2019).

En ese sentido, el uso del aparato generó mejoras en el rendimiento de la calidad y en mejores resultados organolépticos del grano. Esto trae como consecuencia que el puntaje en tasa sea mayor. Por tal, el precio de venta estaría por encima del mercado actual. De esa forma, sería una ventaja para el productor, ya que este podría ser más rentable y manejar mejor su producto.

Según Castro en su investigación “Café de especialidad: Alternativa para el sector cafetalero peruano” manifiestan que se ha identificado un nicho mercado rentable para el mercado cafetalero, la cual hace mención de los cafés de especialidad. En ello, menciona que este tipo de café reúne ciertas características: alta calidad, sabor particular y cultivo en microclimas geográficos; la cual ya algunos países han optado por incursionar en este segmento (Castro, Contreras, Laca, & Nakamatsu, 2004).

En el caso peruano, aún hay pocas empresas incursionando en este nicho de mercado, ya que, la mayoría se encuentra estancada en la crisis de precios que establece el mercado del café convencional. Por ello, ante esta problemática, se cuestionan el cómo lograr que más empresas puedan desarrollar en este nuevo segmento.

En esas condiciones, proponen que el sector necesita organizaciones con visión estratégica, capacidad de gestión y acceso a recursos financieros. Lo que podría llevar a implementar tecnología agrícola, conocimiento del mercado internacional y negociar alianzas estratégicas.

Según Aire, en su tesis “Factores de la oferta exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018” menciona que, en cuanto al sector productivo del café, muestra limitaciones en la estandarización de sus procesos. Además, el desarrollo de una infraestructura adecuada y la implementación de nuevas tecnologías son otras de las dificultades que muestra el sector (Aire Sedano, 2019).

Por otro lado, se recomienda tener un plan de contingencia ante una amenaza de plagas que pueda dañar la producción. Así mismo, se comenta sobre la escasa difusión y uso de los beneficios arancelarios, acceso al crédito y otros programas que beneficie al exportador. Por último, se menciona que la producción anual de cafés se estima entre 1,200,000 a 1,400,000 kilos de café. Su periodo de cosecha empieza en marzo y culmina en octubre, del cual el 80% de su producción se destina a las exportaciones y el otro 20% se distribuye en el mercado local.

Según Álvarez, en su tesis “Análisis de los factores económicos y comerciales que han influido en la exportación de café certificado, partida arancelaria 0901.11.90.00, hacia Alemania entre los años 2008 – 2018” menciona que las certificaciones son una variable que ha influido en las exportaciones de café al mercado alemán, esto se debe a que el acceso al mercado europeo supervisa que el producto ha seguido las normas que establecen (Alvarez Benites, 2019).

El acuerdo comercial entre Perú y la UE, es otro factor determinante debido a que otorga un arancel preferencial de 0% para acceder al mercado. Además, las medidas sanitarias y fitosanitarias son normas para cumplir al acceder al mercado europeo. Por

último, se menciona que el Perú cuenta con una ventaja absoluta en la producción del café, ya que cuenta con microclimas y pisos ecológicos para un óptimo cultivo del café.

Según Toribio & Vásquez, en su tesis “Análisis de los Factores que Influyen en las Exportaciones de Café Orgánico hacia el Mercado de los Estados Unidos entre los años 2011-2017” menciona que las certificaciones orgánicas y otras que establece el mercado estadounidense, es un factor para que el precio se coticie por encima de la bolsa mundial del café (Toribio Olivares & Vásquez Varillas, 2019).

Además, se menciona que a pesar de que el sector cuenta con un Plan Nacional de Acción del Café u otros proyectos relacionados al desarrollo del sector, se identificó que no cuentan con un grupo humano que trabaje en conjunto para el logro del objetivo. En ese sentido, cada entidad gubernamental se enfoca en desarrollar su propio objetivo.

1.2 Marco conceptual

En este punto se definen los principales conceptos que abarca la presente investigación, las cuales serán de soporte fundamental para el entendimiento del presente estudio.

- Calidad: Opción estratégica que proporciona a las organizaciones una posición competitiva en los mercados. (Heras Saizarbitoria, Arana Landín, Camisón Zornoza, Casadeús Fa, & Martiarena Arrizabalaga, 2008).
- Capacitación: Proceso en el que una empresa busca que sus empleados obtengan habilidades y destrezas necesarias para el desempeño en el cargo donde se impulsa el aprendizaje de sus colaboradores. (Parra-Penagos & Rodríguez-Fonseca, 2016).
- Asociatividad: Mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas donde cada empresa decide participar voluntariamente con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común (Cervilla, 2007).
- Exportación: Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero (SUNAT, 2019).

- Internacionalización: mecanismo de compromiso incremental de aprendizaje basado en la acumulación de conocimientos (experiencia–experimentación) y en el incremento de recursos comprometidos en los mercados exteriores (Johanson y Wiedersheim, 1975).
- Café: Uno de los productos primarios más valiosos, segundo en valor durante muchos años únicamente al petróleo como fuente de divisas para los países en desarrollo (International Coffee Organization, 2019)
- Café especial: Los cafés especiales en su estado de grano verde pueden definirse como cafés que no tienen defectos y poseen un carácter distintivo en taza, con una puntuación superior o igual a 80, cuando se puntúan según los estándares de la SCAA. (Specialty Coffee Association, 2020)
- Specialty Coffee Association (SCA): La Specialty Coffee Association (SCA) es una asociación comercial construida sobre bases de apertura, inclusión y el poder del conocimiento compartido. El propósito de SCA es fomentar comunidades cafeteras mundiales para apoyar actividades que hagan del café una actividad más sostenible, equitativa y próspera para toda la cadena de valor. Desde cafeteros hasta baristas y tostadores, nuestra membresía se extiende por todo el mundo, abarcando todos los elementos de la cadena de valor del café (Specialty Coffee Association, 2020)
- Acceso a mercados: Se entiende por acceso de las mercancías a los mercados las condiciones y las medidas arancelarias y no arancelarias convenidas por los Miembros para la entrada de determinadas mercancías a sus mercados (OMC, 2020)
- Medidas sanitarias y fitosanitarias: Son todas las medidas aplicadas por los gobiernos con el fin de proteger la vida y salud de las personas, salud y vida de los animales, preservación de vegetales de los riesgos resultantes de la entrada o propagación de plagas (OMC, 2020)
- Organización Internacional del Café (OIC): Es la principal organización intergubernamental que se ocupa de asuntos cafeteros. La OIC reúne a gobiernos de países exportadores e importadores para abordar, mediante la cooperación

internacional, los desafíos con que ha de enfrentarse el sector cafetero mundial (International Coffe Organization, 2019)

- Innovación de producto: Un bien o un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso y otras características funcionales (OECD & Eurostat, 2005)

1.3 Bases teóricas

En las siguientes líneas se mencionará puntos que forman parte de la teoría que se toma como referencia en esta investigación. Dicha base forma los cimientos de apoyo de la misma con el fin de otorgar una vista más amplia al lector y una mayor credibilidad para la presente.

1.3.1 Internacionalización

En este entorno globalizado el nacimiento de nuevos competidores es una variable concurrente. Este hecho se confronta también en mercados internacionales, donde los similares de la industria provienen de lugares diferentes al suyo. Este acontecimiento surge desde la necesidad de buscar nuevos mercados, proveedores, clientes y recursos.

La Globalización 3.0 hace posible que mucha más gente se conecte y entre en la partida, y vamos a ver todos los colores del arco iris humano participar en ella (Friedman, 2005). Esa aseveración por parte del autor sugiere que poco a poco se apertura puertas más flexibles para el tránsito de mercancías y personas a medida que va pasando el tiempo. Asimismo, el autor refleja optimismo acerca de las aperturas globales, dado que la gradualidad posee pretensiones positivas. De esta forma, se puede inferir que los agentes intervinientes en el comercio transfronterizo tendrán mayores oportunidades.

Según Ulrich, la globalización se logra explicar como un procedimiento que logra enlaces ambientales y sociales. Bajo esta óptica, este proceso otorga la mejora en cuanto a información entre las naciones. Es decir, conocer sus culturas, recursos, comportamientos de mercados, entre otros (Ulrich, 1997).

La empresa al decidir internacionalizarse debe tener en cuenta su situación actual, los productos que comercializará, los recursos de los que dispone, la proximidad y conocimiento

del mercado al que ingresará y los riesgos de llevar a cabo el proceso (Pedrero, 2014). A pesar de las afirmaciones alentadoras de algunos autores acerca de la globalización, se debe de tomar en cuenta lo expuesto por Pedrero (2014), el cual menciona los factores a tomar en tratar para un proceso efectivo al momento de discernir sobre algún aspecto globalizado.

Asimismo, la expansión prioriza las interacciones comerciales y el aumento de la oferta. En ese sentido, en los párrafos consecutivos se hará mención del modelo de internacionalización, donde se explica la propagación de nuevos agentes involucrados en el sector desde una óptica comprobable.

1.3.1.1 Modelo Uppsala

Una de las bases en las que se centra la investigación es el modelo de Uppsala de la Escuela nórdica, la cual se basa que en este modelo la empresa incrementará gradualmente los recursos comprometidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia de las actividades que realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim, 1975).

En ese parámetro, el modelo es preciso para mantener una guía establecida en el proceso de internacionalización, ya que se puede utilizar para el ingreso a nuevos mercados. Asimismo, para el acceso de otros mercados es vital entenderlos y eliminar la incertidumbre, mediante la mayor facilidad en temas culturales, idioma, nivel de educación, sistema político y tributos (Johanson & Vahlne, 1990), puesto que, si se desea interactuar comercialmente con otra región y no se tiene en cuenta la facilidad y fluidez para el comercio, se podría dejar de ser eficientes en los procesos.

Asimismo, para llegar al proceso de internacionalización, según este modelo, tienen que afrontar 4 etapas:

Tabla 1
Etapas de desarrollo según modelo Uppsala

N°	Etapas	Descripción
1	Actividades esporádicas	Se basa en que sus fluidos internacionales no son relevantes en sus ventas generales. Es decir, sus actividades no se centran en la exportación, sino en el mercado local.
2	Exportación a través de representantes independientes	Si bien en este punto una compañía ya tiene mayor presencia internacional y su interacción ya es relevante para los números de venta de la empresa, también no cuenta con control en los mercados internacionales, dado que cuentan con

N°	Etapas	Descripción
		un agente. Por tal, no presentan un manejo total de sus productos como tal.
3	Establecimiento de una sucursal comercial en el país en el extranjero	En este punto la empresa conlleva mayor control y riesgo en el mercado internacional, dado que plantea un mayor compromiso de la compañía.
4	Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero	Se basa en obtener una fábrica de procesos en otro país diferente al que se inició. Con este punto se busca aprovechar en reducción de costos y mayor involucración con la cultura del lugar, dado que se utilizan mayores estrategias y planes de inversión.
Nota: Elaboración propia adaptado de la teoría de Johanson & Wiedersheim (1975)		

En las etapas que se mostraron anteriormente se evidencian que cada una conlleva un mayor grado de inserción. Esto nos muestra que la clave es el grado de conocimiento del mercado donde se quiere llegar (Johanson y Wiedersheim, 1975).

Además, el proceso de internacionalización conlleva a secuencias permanentes de conocimientos de los mercados y de las operaciones. Por un lado, refiere al compromiso creciente de los recursos; y por el otro, la estructura de la modelo presidida por sus autores entre los aspectos estáticos y dinámicos de las variables de internacionalización.

Figura 1. Mecanismo básico de la internacionalización por Johanson & Vahlne, 1990

Sin embargo, una nueva actualización del mecanismo básico de internacionalización al año 2009 se dieron algunos cambios como se observa en la figura 2

Figura 2. Mecanismo básico de la internacionalización por Johanson & Vahlne, 2009

Con respecto a la figura 2, el primer cuadro de conocimiento de oportunidades, los autores lo relacionan al reconocimiento. El segundo, red de posición se relaciona a las conexiones y el conocimiento que se adquiere. El tercero, aprendizaje, construcción de confianza, refiere a la relación que genera entre el empresario y sus clientes. Por último, relación, compromiso y decisiones, es relevante para la toma de decisiones al generar confianza y adquirir conocimientos. Todos los puntos se relacionan entre sí, lo que permite el desarrollo de cada una.

1.3.1.2 Modelo de innovación

Hay quienes definen innovación como la capacidad del ser humano para encontrar soluciones a los problemas o retos que se le presenten (Ramirez & Cabello, 1996 en Quiroga-Parra, Hernández, Torrent-Sellens, & Ramírez, 2014). Del mismo modo, el Manual de Oslo la define como

La introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la

organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (OECD & Eurostat, 2005)

En ese sentido, la innovación puede entenderse como un proceso mejorado del producto con fines comerciales. Además, según el Manual de Oslo se distinguen cuatro grupos: Innovación de producto, innovación de proceso, innovación de mercadotecnia e innovación de organización.

La innovación de producto se puede definir como un bien o servicio significativamente mejorado, en cuanto a características o en cuanto al uso que destina. Esto incluye una mejora en las características técnicas, componentes, materiales, informática integrada, facilidad de uso u otras características funcionales (OECD & Eurostat, 2005)

Por otro lado, los autores Pedro Pablo Kuczynski, Andrés Chavarro & Carlos Ariel Ramírez, en su libro Teorías de la Internacionalización, resaltan que:

El modelo indica que la relación entre internacionalización e innovación consiste en asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio; siendo las decisiones de internacionalización e innovación determinaciones relativas y deliberadas (Kuczynski, Chavarro, & Ramírez, 2006, pág. 11).

En ese contexto, la innovación sugiere una pauta para enriquecer los procesos de internacionalización, dado que la mejora en el producto trae consigo ventajas sobre el resto de los bienes existentes ofertados en el mercado; dado que en el proceso de internacionalización de la empresa se debe incurrir en la innovación y/o adaptarse a un ambiente donde se genere constantemente esta actividad.

Asimismo, ser poseedores de esa capacidad ayuda a diferenciarse del resto de compañías. Sin embargo, se debe tener en cuenta que nos encontramos en el uso extenso de la tecnología de la información y, con ella, los competidores también tienen como inclinación al aprovechamiento de esta para desarrollar sus innovaciones.

Este modelo propone 5 etapas para el desarrollo de actividad internacional:

- Mercado doméstico, donde la compañía aún sigue como única fuente de ventas el mercado donde inició.

- Pre-exportadora, se basa en que la empresa está iniciando en el proceso de exportación con miras a nuevos mercados.
- Exportadora experimental, donde básicamente empieza a exportar ocasionalmente en cantidades no representativas, con miras a conocer el mercado y la aceptación del bien en este.
- Exportadora activa, en este punto la compañía ya testeó el producto en otros mercados, ya cuenta con aceptación y pedidos de clientes.
- Exportadora comprometida, donde la compañía ya cuenta con socios comerciales en otros países. Además, de pedidos frecuentes.

1.3.1.3 Modelo de ciclo de vida del producto de Vernon

El economista y profesor de la Universidad de Harvard Raymond Vernon planteó el modelo de ciclo de vida del producto con su publicación "Inversión Internacional y Comercio Internacional en el Ciclo del Producto" en 1996. En este menciona:

Establece su unidad de análisis la empresa, concentrándose en la decisión de dónde localizar la producción. En los países donde existen altos ingresos per cápita y altos costes salariales surge un fuerte incentivo para el desarrollo de nuevos productos innovadores que permitan un ahorro en costes (Cardozo, Chavarro, & Ramirez, 2006, pág. 12)

Es decir, aprovechar las economías emergentes que están experimentando crecimientos salariales de los pobladores, pues estos pueden pagar por la calidad del bien y permite una ventana para la aceptación de procesos novedosos.

Asimismo, según Vernon, para este modelo, existen 4 etapas como introducción, que se basa en comercializar solo en el país de origen, crecimiento, la cual se refiere a invertir en plantas en países industrializados, madurez, menciona que la fabricación se traslada a países con mano de obra con menores costes, declive, se refiere a que la empresa deja al mercado de fabricación de origen y se dedica a otros que reflejen mayor rentabilidad a o mejor grado de control (Cardozo, Chavarro, & Ramirez, 2006)

Este modelo refleja una adaptación en cada una de las etapas según su ciclo de vida, en cuanto a su innovación y ventajas competitiva, dado que según va creciendo debe de ir adaptándose a la realidad del momento.

En cuanto al ciclo de vida del producto, expuesto por Vernon, es vital mencionar las etapas que encierra este, debido a que la evolución y adaptación es un factor sensible en el modelo. En este modelo se menciona 4 etapas:

Tabla 2

Etapas del modelo del ciclo de vida del producto de Vernon

Nº	Etapas de ciclo de vida	Etapas de la internacionalización	Descripción
1	Introducción	Orientado en el país de donde inició	El bien se fabrica y comercializa en donde se originó. En este punto, se busca la reducción de costos mediante el desarrollo de economías de escala.
2	Crecimiento	Orientación hacia los principales países industrializados	En este punto la compañía se basa en centrar sus actividades en naciones industrializadas. Como medida de expansión, comienzan a invertir en plantas de fabricación en lugares donde el consumo está en crecimiento.
3	Madurez	Relocalización de la inversión directa	En este punto en el mercado ya existen agente que promueven productivos parecidos saturando a los consumidores. Por tal, la manera de seguir siendo rentables es buscar países donde la mano de obra es más barata y con economías de escala.
4	Declive	Abandono del país de origen	En este punto producto de la expansión a mercados más saludables y atractivos se ha dejado de lado al lugar donde se inició. Por tal, se pasa a abandonar en su totalidad el país de origen y buscar tendencias

Nota: Elaboración propia adaptado de Cardozo, 2006.

1.3.2 Modalidades de Negocios Internacionales

La interacción comercial surge de la iniciativa de intercambiar bienes de valores semejantes. Sin embargo, se debe tener en cuenta que existen modos definidos para realizar esta iniciativa. En los siguientes puntos se mencionará ellos, sumado de sus conceptos teóricos y del autor que lo respalda con investigaciones previas

1.2.2.1 Importación

Las importaciones de bienes se suscitan en la base acerca de la interacción de una compañía con bienes comerciales centrados en las mercancías. Asimismo, se refiere a la

entrada de bienes a un país en particular, la nación que la recepción esta denominada como importadora y la contra parte que envía la mercancía lleva el nombre de exportadora (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2018).

La importación permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo (SUNAT, 2019). Al introducir un bien dentro de los límites fronterizos, se incurre a esta modalidad y, en adición, se cumple con las obligaciones pertinentes ante las entidades pertinentes.

Dicha modalidad es una de la más recurrentes, ya que el tamaño de la compañía no tiene relación absoluta con su realización, es decir los años de actividad, ni la cantidad de trabajadores, ni el capital determinan la apertura de la actividad importadora. Con las aperturas de mercados globales, las personas se encuentran involucradas involuntariamente a cualquiera de estos eventos, dado que la mayoría de los productos cotidianos han tenido alguna forma de influencia internacional.

En el caso de las importaciones de café a Perú, esta se da en cantidades no relevantes; puesto que esta nación tiene una producción importante en términos de volumen. Además, el consumo per cápita de café en el país (650g) es relativamente bajo en comparación de otros como Finlandia (12kg), según datos de la Cámara de Café y Cacao.

Se suscita en la base de que la compañía puede interactuar sus bienes comerciales centrados en las mercancías. En cuanto a las importaciones, se refiere a la entrada de bienes a un país en particular, nación que la recepción esta denominada como importadora y la contra parte que envía la mercancía lleva el nombre de exportadora (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2018)

1.2.2.2 Inversión Extranjera Directa

La Inversión Extranjera directa se basa en el abono de capital de una determinada persona jurídica o natural hacia una determinada organización. Esta acción tiene como principal requisito que dicha inversión se otorgue a un establecimiento de un país diferente al suyo. Este punto adquiere dos dimensiones, inversión extranjera directa e inversión de cartera.

Este financiamiento es a cambio de un interés producto de las participaciones de la compañía. Es así que se crea un agente más en la estructura de la empresa, los inversionistas.

Este capital es usado por las compañías para mejora de sus procesos, creación de plantas o sucursales, para tener mejor presencia competitiva en la industria o para migrar a otra.

La Inversión Extranjera Directa (IED) ha adquirido en los últimos años una importancia creciente para América Latina y el Caribe. Los flujos recibidos por la región han pasado de 6% del total mundial en 2007 a 13% en 2014 (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2019). Este dato nos otorga un mejor contexto a la importancia o relevancia de la IED, pues con su aporte las firmas pueden tomar un mejor protagonismo y crecer de forma más acelerada.

1.3.3 Exportaciones

Según Daniels en su libro “Negocios Internacionales” define exportación como la venta de bienes o servicios producidos por una empresa que tiene su sede en un país a clientes que residen en otro país. En ese sentido, refiere a todo bien que pueda salir del país. Además, el modo de ingreso dependerá de las ventajas de la empresa, la ubicación del mercado y las ventajas de internalización que surgen de transacciones de integración en la empresa (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2018).

Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) define la exportación como la salida de mercancías con destino al exterior, con la finalidad de que sean consumidas en fuera del país. Sirve para obtener mayores beneficios y ganancias como resultado de un aumento en las ventas y comercialización de productos, al dirigirnos al mercado extranjero (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

Existen diversas etapas de desarrollo de las exportaciones. A medida que una empresa inicia a exportar, estas tienden a tener mayor experiencia y, en ese sentido, ingresar a nuevos mercados e incrementar los ingresos por ventas. En la siguiente figura se presentará las fases del desarrollo de las exportaciones según Daniels.

Figura 3. Fases del desarrollo de las exportaciones por Daniels, 2010.

En este entorno globalizado se debe de tener cuidado en la aplicación de cada estrategia de apertura internacional. Entender los conceptos, riegos y oportunidades de cada iniciativa es lo óptimo para un correcto desempeño. En ese sentido, según el Ministerio de Agricultura y Riego, tener conocimiento de una de las mayores fuentes de ingresos a nivel mundial, la exportación de bienes es vital para cuanta empresa se encuentre en el comercio de mercancías distinguir los tipos que existen. A continuación, se mencionará las formas que existen.

- Exportación directa:

En este punto, el actor principal es la empresa que traslada sus mercancías de una realidad fronteriza a otra por cuenta propia, es decir, sin intermediarios. Este punto conlleva un trato directo con el cliente, un punto de control más elevado, pero también una toma de riesgo mayor. Para ello, la empresa ya se establece como exportador habitual y, con ello, se efectúan cambios dentro de la organización, pues para llevar un correcto control y manejo de este se debe de crear un área específica de este. Además, contratar personal íntegramente dedicado a la materia, pues ésta ya es parte del eje central de la actividad económica de la compañía.

El grado de compromiso del exportador es mayor, al igual que sus ganancias. Además, puede controlar mejor las canales de distribución con la que cuenta la empresa, dado que existen relaciones directas en cada una de ellas.

Es así como la empresa está por emprender el camino hacia la exportación directa, debe reflexionar acerca de los canales de distribución más apropiados. Estos canales de distribución incluyen: agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales (Minagri, 2017).

- ✓ Agentes: se trata de un gestor de los pedidos, dador de muestras de las mercancías, trato con el cliente y el que otorga la documentación pertinente. Este carácter no incluye la compra de los bienes, sino netamente el de ser un nexo entre el exportador y el cliente. Bajo estos parámetros, este actor trabaja bajo un contrato y, en la mayoría de las veces, con una comisión. Además, este puede presentar exclusividad de comercialización de un determinado sector con una empresa o manejar distintas marcas en el mismo. En el caso del café, los agentes se encargan de ofrecer la gama de productos a los tostadores o cafeterías.
- ✓ Distribuidores: se trata del actor que se dedica comprar una determinada cantidad de bienes directamente del exportador con el fin de comercializarlos. En dicha acción, el distribuidor mayormente se encarga de vender sus bienes dentro del mercado de minoristas, no al consumidor final. Para este actor, en muchos casos, se maneja en base a la distribución autorizada, exclusiva o demás. El grado de compromiso de esta depende a la empresa exportadora basado a los manejos de precios de mercado final. En el caso del café, los distribuidores, son en la mayoría de las ocasiones, las grandes tostadoras que comercializan el producto por el bloque donde se encuentran.
- ✓ Minorista, en este punto se suscita el contacto de comercialización previa al consumidor final; es decir, el exportador lleva su mercancía hasta la tienda que lo vende al *retail*. En este caso, el exportador puede conocer mejor las necesidades y razones de compra de su consumidor final, debido a situarse más cerca de éste. Las oportunidades en ese sentido son múltiples, pues puede adaptarse a los cambios con mayor prontitud. En el caso del sector café, los minoristas son mayormente los supermercados, tiendas especializadas al sector y cafeterías.

- ✓ Venta directa a los consumidores finales, el exportador se encarga en la distribución de sus mercancías hasta que llegue al consumidor del producto; es decir, el vendedor se involucra de las ventas individuales, como contacto directo desde su nación hasta la del consumidor. En esta etapa, el exportador asume mayor grado de compromiso y manejo, dado que se encarga también del servicio posventa, marketing y demás actividades.

En el caso del sector café, esto se da en volúmenes pequeños, pues se comercializa bajo nano lotes, es decir que la venta no sobrepase los 5 sacos de café; comúnmente se dan en 50 kilos. Los compradores de estos son, en la mayoría de los casos, empresas que dispensan tazas de café a su personal o familias que gustan de cafés de calidad directamente del productor.

- Exportación indirecta:

Esta eventualidad surge cuando una empresa vende sus productos a otra dentro de la misma ficción limítrofe. La empresa compradora es la encargada de trasladar las mercancías adquiridas de una nación a otra, asumiendo los costos adicionales y riesgos por su cuenta. Es considerada como una exportación pasiva, ya que el productor no incurre a comercializar sus productos en los mercados internacionales por su cuenta.

En primera instancia, se realiza la venta a clientes nacionales, para que posteriormente, se exporte el producto. Lo que se busca con ello es, poder vender el producto a diversos clientes como si se estuviera vendiendo dentro del territorio nacional. En esta condición, una empresa externa es la que producto se va a exportar, haciéndose responsable de las tareas de gestión de la exportación e investigación de mercados (Minagri, 2017).

Bajo esa óptica, el desapego de las exportaciones por parte del fabricante se debe a falta de conocimiento del proceso del mismo, de capital, menor toma de riesgo, escases de cartera de clientes internacionales. Una de las principales ventajas de la exportación indirecta, para una pyme, es que así pueden iniciar su inserción en el mercado internacional, sin tener que confrontar lo complejo que puede llegar a ser la exportación directa (Minagri, 2017).

En base a esa afirmación, éste puede conllevar a un primer intento de comercialización internacional, es decir conocer poco a poco esta actividad. En un primer plano es una iniciativa viable, pues el riesgo es un factor importante al momento de invertir en un nuevo

proyecto. Sin embargo, otorga menos ganancias para el fabricante. La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es que ésta es una manera de acceder a los mercados internacionales sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa (Minagri, 2017)

En el caso del sector café, esta iniciativa es bastante recurrida, pues las asociaciones o empresas ofertan sus productos a compradores, los cuales posteriormente lo trasladan a mercados diferentes al del país donde lo adquirieron. Esto se debe, en primera instancia, a que la empresa productora no cuenta con grandes volúmenes de exportación, los cuales son solicitados por los compradores extranjeros.

1.3.4 Factores de exportación

En el transcurso del tiempo han surgido diversos estudios que mencionan los factores que ejercen influencia en las exportaciones. Para esta investigación, es importante que dichos estudios tengan relevancia con el sector, con el fin de entender el punto de vista de este y conocer mejor el contexto en el cual se desarrolla.

Cabe resaltar que según Koo en el paper de Scopus “*Developing SMEs’ Export Success Factors for Distribution Reinforcement*” hace mención de los factores de exportación de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME), en la cual identifica a través de aplicar una encuesta estructurada para después realizar un análisis de regresión. Como resultado del estudio, identificó tres factores con efectos positivos en las exportaciones de las PYME entre las cuales se encuentra: Tamaño del mercado y el potencial crecimiento de productos relevantes, participación en exposiciones en el país y en el extranjero, y calidad del producto. (Koo , 2017)

Según el enfoque de Dalisova & Grishina en el paper publicado en Scopus “*Personnel training as a factor in the formation of the export potential of the agro-industrial complex of the región*” menciona al factor de capacitación como formación para la exportación. En ese sentido, el autor menciona que desarrollar el potencial exportador no solo se caracteriza a la posibilidad de producir, que corresponde a términos de calidad y competitividad. También va enfocado a la capacitación del personal en todas las áreas. De esa manera, el personal adquirirá competencias claves para enfocarse a las actividades de exportación. (Dalisova & Grishina, 2019)

Por otro lado, según Ramírez en el paper “Eficacia de las asociaciones empresariales para la participación de las PYME en el negocio de la exportación” menciona las diversas modalidades de asociación con fines de exportación. Además, su investigación comprueba la eficiencia y rendimiento de esta. El análisis menciona que una empresa como asociación puede llegar a convertirse en gran empresa. Esto debido al incremento de la capacidad instalada, oferta exportable, capacidad de negociación, cliente y acreedores. (Ramírez Huerta, 2013)

En ese sentido, a partir identificar los factores determinantes de exportación en los papers mencionados, se desarrolló los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial contrarrestado con la base teórica.

1.3.4.1 Capacitaciones

Según Parra-Penagos, C. & Rodríguez-Fonseca, F en su artículo titulado “La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones” definen el término capacitación como el proceso en el que una empresa busca que sus empleados obtengan habilidades y destrezas necesarias para el desempeño en el cargo donde se impulsa el aprendizaje de sus colaboradores.

Además, El ex Contralor General de La República del Perú y ex Profesor universitario de la Escuela Superior de Administración y Negocios (ESAN) junto a Haydeé Albújar, Luis Janampa, Renato Odar y María del Carmen Osorio publicaron el “Sistema nacional de capacitación para la MYPE peruana” en el 2008, la cual indica que en cuanto a factor de capacitaciones, Los servicios de capacitación se dirigen a producir procesos de cambio no sólo en cuanto a los conocimientos y habilidades, sino también aptitudes, hábitos y valores (Matute 2008).

Está es beneficiosa para las empresas, pues así se puede hacer un mejor manejo de la producción en cuanto a calidad y rendimiento. Es decir, de las capacitaciones nace las mejoras en producción, pues para un mejor manejo del bien se debe llevar preparaciones previas.

Este punto es reforzado por Nguyen y Jolly (2020), los cuales mencionan que las capacitaciones en el proceso productivo son clave para las mejoras constantes y, con ello, el rendimiento de la compañía. Además, al capacitar a los agentes involucrados se mejora la

percepción por parte de los productores, ya que estos toman conciencia de la importancia de su labor.

No obstante, estas capacitaciones deben de contener un orden estructurado, pues si no cuentan con un registro y un progreso guiado, estas no serían asimiladas de las mejores formas, ocasionando pérdida a las partes involucradas; por un lado, la institución que las realiza por no visualizar resultados correlacionados a la inversión presupuestal realizada y, por otro lado, los productores que al no comprender las capacitaciones pueden arriesgar sus cultivos y a la larga formar un clima de desapego con estas.

Parte de llevarlas de la forma correcta se centra en que "El apoyo institucional proviene de los sectores público y privado" (Nguyen & Jolly, 2020, pág. 8). Es decir, la conexión, coherencia y, sobre todo, el trabajo en equipo es clave para el desarrollo de esta variable, pues de forma implícita se presenta a estos dos grupos como una sociedad con nexos dependientes. Por tal, la actividad de lograr amalgamarse entre estos actores es vital para el sector.

Esta aseveración también se refleja en el café, pues el sector público ejerce capacitaciones a los productores mediante sus departamentos e instituciones a cargo. En cuanto a ello, esta es una actividad de alto grado de beneficio para el sector, pues el café se encuentra en un mercado competitivo y de constantes mejoras en procesos productivos mundiales. Por ello, no contar con capacitaciones debidamente impulsadas puede ser un factor de declive para el sector, dado que merma la calidad de este.

El factor capacitaciones trae consigo de forma irremediable a la inclusión, dado que su efectividad depende en gran medida de ello, tal como lo menciona (Danse, Klerkx, Reintjes, Rabbinge, & Leeuwis, 2020) "Varios jugadores son mencionados repetidamente en estudios sobre negocio inclusivo para los países en desarrollo, incluida la investigación, la educación infraestructura y capacitación" (p. 2.). En ese sentido, este factor es un punto a tener en cuenta para el correcto desarrollo y una sostenibilidad en las exportaciones, dado que ejerce influencia directa al resultado del producto final.

Asimismo, Voigt et al. (2013) indica que "la capacitación de técnicos y productores de extensión rural para obtener producto diferenciado y de alta calidad" (p. 1). Basados en la afirmación de esa investigación, se puede argumentar con mayor solides la relación

existen entre las capacitaciones y la calidad en el sector café. (Voigt-Gair, Miglioranza, & de Batista Fonseca, 2013)

Dicho estudio está basado en café especial, entonces, se puede inferir que la capacitación ayuda tanto en la producción de cafés convencionales y, con mayor significancia, a los cafés especial. En tal sentido, se debe de tomar en cuenta las capacitaciones como herramienta para obtener estos granos diferenciados, el cual ofrecer un mejor rendimiento económico y sostenible a los agricultores.

Esta postura es apoyada por Lattuada (2015, como se citó en Jara et. al., 2019, p. 345) "el segmento de pequeños productores - noroeste argentino- y entre sus principales lineamientos de intervención se encontraban la incorporación de tecnología, la capacitación y la organización de los productores". Como vemos, la capacitación es una variable recurrente por distintos autores en cuanto a la mejora de los productos con potencial de exportación. Esto se debe al hecho que, sin una debida capacitación, sería tortuoso contar con productos con estándares de exportación.

Además, esta variable otorga competitividad en el sector, debido a que los avances de este son acelerados y los demás países productores aprovechan al máximo los recursos para diferenciarse del resto, dado que esta es una industria muy competitiva por lo volúmenes de oferta tan grande que hoy en día existe.

1.3.4.2 Calidad

En cuanto a este factor, se puede mencionar que "La calidad del café se ha convertido recientemente en una gran demanda de los consumidores de café, debido a todos los cafés especiales disponibles en el mercado" (Martinez , Arístizabal, & Moreno, 2017). Esta aseveración, expone un mejor entendimiento del contexto, pues relaciona al factor calidad como uno de los ejes de la comercialización de los cafés de especiales.

El profesor de la Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea, Iñaki Heras Saizarbitoria, junto a Germán Arana Landín, César Camisón Zornoza, Martí Casadesús Fa y Aloña Martiarena Arrizabalaga mencionan en su libro "Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV", publicado en el 2008, que la calidad es considerada como uno de los factores de éxito competitivo más importante (Heras Saizarbitoria, Arana Landín, Camisón Zornoza, Casadeús Fa, & Martiarena Arrizabalaga,

2008) ,dado que esta va ligada a la percepción por parte de los consumidores y puede marcar una aceptación positiva y posteriores compras o desistir en las futuras.

Según Heras, el paradigma de la gestión de calidad ha tenido éxito en nuestro entorno empresarial, pues genera diferenciación ante los demás existentes del mercado; por tal, desde ya genera una diferenciación y este puede ser aplicado con un ajuste del precio.

Según (Skorupińska, y otros, 2019), la calidad es un punto que cobra relevancia en cuanto a la producción agrícola, debido a la necesidad tan estrecha que surge entre calidad y recepción positiva por parte del comprador.

Por tal, se debe de mantener en el proceso de manipulación del bien, dado que errores en este puede influir en mermar la calidad de este. Asimismo, un punto a tomar en cuenta acerca de la calidad es la conexión que tiene con los atributos organolépticos del bien; es decir, se percibe como calidad a un producto que tiene buen sabor, aroma y estado. Al respecto (Morquecho-Campos, De Graaf, & Boesveldt, 2020) señalan que:

Hemos aprendido que las señales de olor de los alimentos pueden transmitir información relacionada con la calidad del sabor o contenido calórico del alimento asociado. Esta información puede incluso señalar la composición de los alimentos en términos de contenido de micronutrientes e inducir así apetito (p.1).

En ese sentido, la calidad no tan solo se percibe como un producto de buen sabor, sino que conlleva a efectos relacionados al incremento del apetito, satisfacción del producto y demás. Asimismo, no basta con que el producto se vea físicamente aceptable, sino que también guarde una relación cercana con el sabor y gusto del fruto.

Para (Martinez , Arístizabal, & Moreno, 2017) la verificación de un café de calidad se basa en la catación del producto. Para ello, se analiza bajo los parámetros de un *Q Grader*, el cual es el encargado de dar la aprobación y resultado de este. En ese sentido, las condiciones organolépticas del café efectúan una apreciación positiva al catador para que este califique al café como tipo de especialidad.

Bajo esa óptica, la catación cobra relevancia en el café y acorta brechas en cuanto a la calidad del producto, ya que sin una apreciación positiva de la calidad no se podría obtener un café de especialidad. En el mercado existe un gran número de estos, sin embargo, para

certificar su estado se debe de pasar necesariamente por el proceso de catación del bien donde se basa en sus condiciones organolépticas. en base a dicho análisis, el especialista otorga un puntaje al café probado.

Los nuevos procesos de beneficio del café, tales como la fermentación que, según (Martinez , Arístizabal, & Moreno, 2017) y (Carmo, Barbosa, Krause, & Peterle, 2020), se basa primordialmente en el reposo del grano durante tiempos determinados con el fin de que, al finalizar dicho proceso, obtenga mejores resultados en cuanto al puntaje en taza obtenido.

A partir de esta fermentación nacen los procesos que llevan como nombre *honey* y *natural*, *cold Fermentation*, *double washer*, existen más variaciones provenientes del fermentado; sin embargo, estas son las más representativas y con mayor aceptación entre los consumidores.

Según (Santosa, Wignyanto, Hidayat, & Sucipto, 2020), "El tiempo de almacenamiento de agua de coco también afecta significativamente la calidad de nata de coco generada en todos los parámetros" (p. 4). Esta afirmación, nos incita a entender el resultado del almacenamiento, la cual puede mejorar el producto, o en el caso de no encontrar sus parámetros adecuados, puede empeorarlo.

La calidad presenta diferentes cambios en cuanto a los procesos realizados, el café no es la excepción en esta regla, pues existen café con procesos de fermentación, tales como el *honey*, natural, entre otros. Para entender a mayor profundidad porque este proceso causa variantes en cuanto a la calidad, Santosa et. al (2019) menciona que "Durante el almacenamiento, el agua de coco fermentada será llevado a cabo por los microbios naturales que pueden causar deterioro en nutrientes químicos, especialmente en azúcar porque el azúcar es la mejor fuente de carbono para microbios crecimiento".

En el caso del café, Martinez et. al. (2019) menciona que "Se pueden generar cafés especiales al favorecer crecimiento de algunos grupos de microorganismos durante la fermentación o mediante el uso de iniciadores. Sólo como levadura, se puede usar una variedad de bacterias para generar importantes precursores de sabor" (p.1).

Bajo ese sentido, se puede inferir que el azúcar y la generación de microorganismos son los causantes del proceso de fermentación en los productos cultivables. Por tal, se debe contar con métricas más específicas para cada tipo de bien.

Otros autores también han contribuido en el desarrollo del uso del proceso de fermentación como mejoras en la calidad del producto, tal es el caso de Lerro et. al. (2020), Melra et. al. (2019), Sudarma et. al. (2019) los cuales mencionan que la fermentación es un factor clave en la preferencia del consumidor, ya que relacionan este atributo con la calidad del producto.

Esta conclusión por parte del autor nos permite entender a la fermentación como un punto relevante para la variable calidad, dado que su aplicación tiene influencia dentro de ella.

Un punto importante por tomar en cuenta, en cuanto a calidad, es el apoyo por parte de del sector público hacia los agentes intervinientes en el sector. Esto es corroborado por Jara, Rodríguez, Rincón y Gómez (2019) los cuales hacen mención que:

El eje argumental sostiene que las políticas agrarias, generalmente, han privilegiado a los modos de producción capitalistas en detrimento de los pequeños productores familiares de base campesina, quienes nunca terminaron de ser vistos como un sector productivo central en las dinámicas de desarrollo nacional (p.1).

En ese sentido, si bien es cierto, anteriormente la ayuda del Estado no era netamente inclusiva. Ahora, se busca que este se reestructura con el fin de favorecer a todos desde el productor que cuenta con grandes extensiones de cultivo, hasta los pequeños dedicados al rubro. Esta iniciativa tiene como base las mejoras constantes de toda la industria y el crecimiento armonizado de todos.

Asimismo, sería de gran beneficio para los productores del café de especialidad el apoyo de parte del sector público, pues se sabe que las mejoras de producción influyen en la calidad. Además, como se mencionó anteriormente en el presente estudio, existe un mercado para la exportación de pequeño micro lotes y nano lotes, la cual se podría aprovechar impulsando a los pequeños productores.

El apoyo comprometido de cada uno de los actores de la cadena del café lograría resultados beneficiosos para la industria, tal como lo menciona Voigt-Gai et. al. (2013) "Subvencionar la organización sectorial de la cadena de café, instituciones gubernamentales, institutos de investigación, organizaciones de ayuda oficiales, privados, técnicos, asociaciones, cooperativas. y las industrias tostadoras han jugado un papel decisivo para la valorización del café" (p. 2). La unión de ellos ayudaría de gran forma, pero para ello las

entidades Estatales debe de situarse en la punta de la lanza, pues es la que mayor capacidad puede ofrecer a la cadena.

Esto puede otorgar al productor contar con un bien diferenciado al resto, pues se alejaría del intervalo de cafés convencionales los cuales pocas veces son rentables. Si bien es cierto el camino de obtener un café de especialidad es extenso, se ha demostrado que el Perú puede contar con gran cantidad de estos, pues sus condiciones se lo permiten. Sin embargo, el trabajo de apoyo del Estado no es suficiente, pues la calidad obtenida debe de ser promocionada y transmitida a los consumidores y potenciales clientes.

Esta inclinación está cobrando aceptación en el mundo, pues el estudio anteriormente mencionado se está llevando a cabo en Brasil, mediante el apoyo de las instituciones en un concurso enfocado en el café especial. En Perú también hay una feria apoyada por el sector público llamado Feria Internacional de Café Especial (Ficafe), la cual cumple en reunir a los productores de la industria y atraer potenciales comercializadores e importadores, con el fin de cerrar algún contrato entre las partes.

Según Nguyen & Jolly (2020), en Vietnam, las medidas tomadas por el Gobierno y por las autoridades regionales han ocasionado mejores resultados en cuanto a la agricultura, pues bajo la implementación de parámetros de apoyo a la industria se ha podido mostrar beneficios para la misma.

Asimismo, "Con este apoyo, estas empresas han mejorado gradualmente sus instalaciones debidamente equipadas y capacitación del personal para cumplir con los estándares" (Nguyen & Jolly, 2020, p. 5). Como se evidencia en ese dicho, la asistencia eficiente del Gobierno genera aspectos positivos a favor de la industria. Esta iniciativa se puede emular en el sector café como medio de ayuda a las empresas con fines de mejorar su calidad y presentar cuadros óptimos, bajo el apoyo brindado.

1.3.4.3 Asociatividad

El concepto de asociatividad lo resalta Cervilla (2017, como se citó en Serrano et. al... 2017, p. 6) quien señala que este factor es un "mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas donde cada empresa decide participar voluntariamente con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común". Como vemos el concepto se adecua a la base de cooperación entre las partes. Por tal, es vital que estas trabajen de forma organizada pues su éxito dependerá de su nivel de compromiso y compenetración de estas.

Según Haydeé Albújar, Luis Janampa, Renato Odar y María del Carmen Osorio publicaron el “Sistema nacional de capacitación para la MYPE peruana” en el 2008, la cual indica que la asociatividad es un importante vínculo social y consiste en un mecanismo de cooperación entre dos a más personas que se unen para conseguir fines comunes (Matute 2008). Estos fines son de gran ayuda para el agricultor, pues le otorga mayor facilidad en cuanto al grado de inserción a mercados globales.

La asociatividad agraria reviste gran importancia en la agricultura de los países de la Unión Europea. El objetivo básico es conseguir precios para los productos de sus socios y márgenes de beneficio para sus exportaciones (Matute 2008). Como se mencionó con anterioridad, el precio es clave para la sostenibilidad; por tal, el acogerse a la asociatividad puede ayudar en un incremento de este, con el fin de otorgar mayores márgenes para los agentes involucrados.

Basados en la óptica la investigación mencionada anteriormente, la viabilidad se desarrollaría de trabajar en conjunto. Esto es corroborado por el resultado de la misma investigación la que arroja que el factor de asociatividad es indispensable para mantener un adecuado proceso dentro de la comercialización.

Asimismo, Ramírez (2016) sostiene que "como estrategias para mejorar la productividad se cuestionan el uso efectivo de las tecnologías de información, mejorar las condiciones de vida rural, aumentar la asociatividad". Esto responde a considerar a la asociatividad como un factor clave dentro de las exportaciones, dado que es fundamental un correcto desarrollo de esta para optimizar las salidas de mercancías. En el caso del café, la asociatividad refuerza la producción debido al volumen de productores con los que cuenta.

Este factor es importante pues permite al micro productor ofertar sus productos fuera de los límites fronterizos, dado que estos grupos organizados son los encargados de los trámites, permisos, certificaciones, trato con los clientes y demás procesos adyacentes. Sin embargo, debido a todo este control por parte de estos grupos, en algunos casos estos hacen abuso de ello, pues al realizarlo la mayoría del proceso generan beneficios personales para las cabezas de estas.

De esta forma, este factor es vital para el proceso exportador de cafés especial, ya que puede ser muy beneficioso y, a su vez, puede ser perjudicial si existe un mal manejo por parte de los representantes.

En teoría la asociatividad corresponde a aspectos positivos, pero estos van ligados a los correctos manejos. Entre los puntos beneficiosos de la asociatividad se encuentra la facultad de adquisición de financiamiento por parte del Estado en cuanto a proyectos de ayuda a los productores. Estos proyectos se basan específicamente en los procesos productivos, cultivos, maquinarias y capacitaciones a los socios. Además, al reunir un gran volumen de asociados este grupo cuenta con un volumen relevante de exportación. Otro aspecto positivo es la ayuda que se suscita dentro de los miembros de una misma asociación, pues solo se lograrán las metas si todos trabajan organizadamente cumpliendo las metas grupales y un desarrollo armonizado entre los mismos.

Para Serrano en su estudio concluye que "deben ejecutarse estrategias empresariales enfocadas en la asociatividad". Esto nos permite afirmar que la viabilidad de las Asociaciones es aceptable. No obstante, no se debe descuidar la transparencia dentro de estos grupos organizados, pues en muchos casos los resultados modificados con el fin de timar a sus miembros. En base a este punto, algunos miembros de éstas están optando por trabajar por su cuenta, pese a ser una iniciativa beneficiosa. Esta es mermada por su falta de credibilidad ocasionada por los miembros que efectúan manejos cuestionables (Serrano, Tiuzo, & Martínez, 2019).

En cuanto a la cantidad de socios de este factor, la investigación de Espinosa et. al. (2017) menciona que:

"El estudio de empresas cooperativas agropecuarias establece que el costo de oportunidad de la participación de sus socios frente al incentivo económico de la participación social tiene influencia en el desempeño económico de estas empresas presentando una relación inversamente proporcional corroborado con su modelo de regresión" (p. 4).

Bajo esa premisa, se rescata que la cantidad de socios es una variable importante dentro de los grupos organizados, pues desempeña un papel protagónico para el cumplimiento de las metas, pero también se incurre a gastos por cada nuevo socio (Espinosa, Gómez, & Betancur, 2018).

En ese sentido, se debe tener en cuenta la necesidad de cada grupo organizado, pues cada uno trabaja en realidades distintas. Existen casos en los que la cantidad de socios alto es beneficioso pues cada uno agrega un valor en la asociatividad, pero también existen casos

en que contar con demasiados socios puede incurrir a gastos que no están contemplados, pues su participación de comercialización no es relevante o correlacional con la cantidad elevada de miembros.

Una óptica similar tiene Benavides et. al. (2018), la cual rescata la dimensión de la cantidad de socios como una variable importante en cuanto a la asociatividad, pues esta impulsa el crecimiento y la oferta del grupo. De esta forma, se genera un mayor volumen en cuanto a producción de un determinado bien. Sin embargo, adicionalmente a esta variable, el mismo autor señala que las actividades de apoyo generan un entorno positivo para estos grupos, debido a que, al presentar sentido de pertenencia entre los socios, estos demuestran solidaridad entre los integrantes (BENAVIDES, 2018).

1.3.5 Café

Según el plan Nacional del café, este fruto es una de las bebidas más consumidas a nivel mundial. Debido a sus atributos energéticos, aroma y sabor. No obstante, el tema del grano conlleva a un panorama más extenso, como su composición, variedades, tratamientos, cultivo, adaptaciones climáticas y entre otros. En ese sentido, en este segmento se menciona los puntos relevantes del café como tal, con el fin de ofrecer al lector una óptica más clara acerca del tema de investigación.

En el mundo, las variedades de café desprenden de dos tipos de grano el café arábico y el café robusta. la diferencia esencial entre ellas radica en la calidad organoléptica. En la primera, sus complejidades de sabores, aromas y demás atributos la convierte en la mejor opción en cuanto a catación. En la segunda, su mayor atributo radica en la cantidad de cafeína con la que cuenta, pues en cuanto a análisis organoléptico es de presencia baja. En el Perú, la producción de café robusta es poco relevante, pues no cuenta con volúmenes importantes (Teixeira, Souza, Pereira, Oliveira, & Rocha, 2015).

Un concepto semejante presenta Oliveira et. al. (2020), el cual menciona que:

"El café (*Coffea arabica* L.) es uno de los cultivos más importantes en el mundo, que crecen en más de 60 países. También se considera uno de los cultivos más valiosos y comercializados en el mundo, proporcionando una importante fuente de ingresos y empleo" (p. 2).

Bajo ambos conceptos ofrecido por las fuentes se puede tener una óptica más adentrada al contexto del grano. En tal sentido, se puede ofrecer al lector una visión más elaborada de la misma.

Las variedades de café existentes son múltiples y se encuentran en constante crecimiento, dado que en el sector la creación de nuevos híbridos es una actividad recurrente, pues se busca mejorar las variedades comunes, con fines de aumentar su rendimiento de cosecha, aumentar el rendimiento en taza, adaptabilidad al clima y adaptabilidad a plagas e infecciones de cultivos (Marie, y otros, 2020).

Sin embargo, las que presentan mayor comercialización y adaptabilidad en Chanchamayo son Catimor, Colombia y Costa Rica 95. Esta afirmación se basa en la adaptabilidad del suelo, resistencia a plagas y rendimiento en cuanto a calidad organoléptica, mostrando resultados positivos en cada una de estas variables (Julca et. al., 2018, p. 1).

Existen más variedades que se comercializan en el Perú, tal es el caso de Geisha, Caturra, Pacamara, Comun, Pache, Bourbon, entre otras. Cada una con beneficios distintos basados en las variables anteriormente mencionadas.

Los metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.) es un elemento fundamental para los resultados del grano, debido a la variación que existe entre los cultivos expuestos en zonas más bajas comparadas con la de mayor altura. En este caso, es más beneficioso para la mejora de resultados del grano cultivar en zonas con mayor altura (De Sousa, Van Zonneveld, Holmgren, Kindt , & Ordoñez , 2019). De esta forma, el resultado de lograr un café de calidad superior aumenta sus probabilidades de éxito al situarse en alturas superiores.

Además, el cambio climático es un factor que azota los cultivos del grano y este se refleja en la producción de cultivos de baja altura (menores a 1200 m.s.n.m.), donde el rendimiento basado en el volumen a bajado considerablemente al igual que sus resultados organolépticos. En ese sentido, los agricultores deben de tener en cuenta la migración a zonas de cultivo más altas para la siembra de este cerezo (De Sousa et. al. 2019).

Las tendencias de consumo actualmente están optando por la adquisición de productos que hayan incurrido en lo mínimo a el uso de sustancias químicas, pues se considera que estas traen afecciones posteriores en los consumidores. De este modo, la agricultura orgánica está tomando un nombre cada vez más protagónico en el sector café.

Agricultura orgánica, Lo fundamental de la agricultura orgánica o natural que propende por una producción agrícola sostenible, directamente relacionada con el medio ambiente y los recursos naturales, preservando el entorno o ecosistema con toda su biodiversidad (Mendez, 2008).

La agricultura orgánica debe estar basada en sistemas y ciclos ecológicos vivos, trabajar con ellos, emularlos y ayudar a sostenerlos, evitar el uso de fertilizantes, plaguicidas, productos veterinarios y aditivos. Por ello, se califica como orgánico al producto que no haya tenido contacto con los insumos anteriormente mencionados, sino solo por materias ecológicas.

El café orgánico tiene un mercado muy definido, el que está bien regulado y para que clasifique como tal, debe ser certificado por alguna Agencia Certificadora de Café Orgánico, de las que existen en los Estados Unidos y Europa. Debe cultivarse bajo este sistema desde tres años antes de que se pueda vender como café orgánico (Organización Internacional del Café, 2001)

1.3.5.1 Historia del café

En la actualidad, una de las bebidas con mayor comercialización del mundo es el café, esto debido a su sabor, aroma, legado cultural y por la energía que ofrece producto de la cafeína. Según la Organización Internacional del Café, este bien se originario de Etiopía, probablemente de la provincia de Kaffa.

Su expansión de cultivo actual es amplia, pues ha llegado desde África a Europa y hasta América. Por otro lado, no todo en esta industria es positivo, como los precios que hoy experimentan los “caficultores”, dado que al ser un producto altamente comercializado llega a ser parte de los *commodities*. Por tal, su valor lo indica el mercado. Esto genera en muchos años pérdidas para los agentes involucrados anteriormente, ya que al existir exceso de oferta los precios bajan y los agricultores dejan de ser rentables

1.3.5.2 Medidas sanitarias y fitosanitarias del café

Medidas sanitarias y fitosanitarias, son medidas que se pueden aplicar con el fin de proteger la salud o la vida de los seres humanos y animales o de preservar los vegetales en su territorio (Guevara Lam, 2010)

El certificado fitosanitario, es entregado por Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), la cual asevera que el producto cumple con la normativa internacional de sanidad. Ejecuta actividades permanentes en el campo de la sanidad vegetal tales como la vigilancia fitosanitaria, el análisis de riesgos de plagas, la cuarentena vegetal, el diagnóstico de sanidad vegetal, el desarrollo del control Biológico (SENASA, 2016)

1.3.5.3 Cambio climático

Sobre el cambio climático, las placas tectónicas, el ciclo de carbono y de la vida, el poder de los casquetes glaciares, variaciones astronómicas, magnéticas y oceánicas se conjugan para crear episodios climáticos (Instituto de Estudios Internacionales 2014). Esta es sin duda una de las situaciones que afrontara el café, dado que los pronósticos de cambio han sido investigados. En ese sentido, se debe de crear alternativas para la sostenibilidad en ese aspecto.

Para De Souza et. al. (2019), el cambio climático será un punto para tomar en consideración pues ocasionará pérdida en cuenta a volumen de producción. Este efecto se debe al aumento de las temperaturas en las zonas de menor altura. La mayoría de variedades de café que se utilizan en Perú son susceptibles a estos cambios drásticos.

Una alternativa viable para el productor sería migrar a zonas de mayor altitud, buscar una variedad de cafetal que mejor se desempeñe a esas temperaturas o de cambiar su cultivo por otro similar, como lo menciona el autor, el cual toma como referencia de cambio al cacao.

Por otro lado, Lara et. al. (2015) menciona que el agricultor puede tomar la iniciativa de cambiar a la café robusta, dado que su adaptabilidad a entornos climatológicos cálidos es eficiente. Además, su volumen de producción es mayor al tipo arábica. No obstante, su efecto negativo, como se comentó anteriormente en esta investigación, es la calidad organoléptica del grano. Es decir, este tipo de café no ofrece la calidad de catación elevada como el de tipo arábica.

Sin embargo, mediante métodos de fermentación y de procesos de cultivo se puede llegar a ofrecer un café de esa variedad, donde resaltante positivamente los factores organolépticos.

1.3.5.4 Acceso a nuevos mercados

Acceso a nuevos mercados, las reformas estructurales acompañadas por un proceso de liberación y modernización del régimen comercial que establece como política de Estado la promoción de comercio exterior como motor del desarrollo del país (Guevara, 2010)

1.3.6 Café especial

Diferentes organizaciones y autores han mencionado el concepto de café especial, muchos con aseveraciones similares y controversiales. Sin embargo, la asociación con mayor licencia para mencionar sobre el tema es la *Specialty Coffee Association* (SCAA), que menciona:

En esencia, el concepto es muy simple: microclimas geográficamente especiales producen granos con perfiles de sabor único, a los cuales él se refirió como ‘cafés especiales’. Bajo esta idea de las denominaciones o apelaciones controladas de café, se basa la premisa fundamental exigiendo que los granos de un “café especial” siempre estuvieran bien preparados, recién tostados y debidamente listos para beber (SCAA 2009)

En ese sentido, un café especial debe contener sabores y perfiles diferenciados que no se suele encontrar en cualquier otro. Sin embargo, se considera un café de especialidad a la bebida producto del grano que presente un valor de catación sensorial mayor a 80 puntos en tasa (SCAA 2018), este proceso es calificado por un Catador *Q grader* autorizado y licenciado por el mismo organismo, el cual presenta el resultado en la hoja de cata estandarizado por la misma asociación.

Según Muzaifa y Hasni (2016) y Rigal et. al. (2020), La base de un café especial se centra en el manejo eficiente y organizado de la precosecha, cosecha y post cosecha. Cada una de ellas otorga al café resultados distintos pero significativos. En cuanto a la precosecha, el debido proceso se centra en la aplicación de los correctos hábitos de cultivo y cuidado al cafetal. Para la cosecha, se debe de tener en cuenta que los granos deben de tener un color característico según la variedad. Este color debe reflejar la madurez del cerezo. El obviar este punto puede perjudicar el resultado final, pues al mezclar cafés maduros con los inmaduros se incurrirá a notas de gusto deficientes y con grados de astringencia.

Guevara et. al. (2019), Martínez et. al. (2017) y Sudarma et. al. (2019), en cuanto a la post cosecha, se debe de tomar en cuenta el proceso o beneficio que se desea realizar, cada uno contiene parámetros distintos. Esos procesos pueden ser secado húmedo, el cual refleja el uso común de los productores habituales, que trata en colocar los granos dentro de un sifón para reposar el café y así eliminar sustancias no deseadas. El otro proceso hace referencia a evitar el uso de dicho sifón, donde se incurre a secar deshidratar el grano de una forma estructurada provocando una fermentación eficiente.

1.3.7 Chanchamayo, Junín

Según el portal de la Municipalidad Provincial de Chanchamayo, esta región tiene una extensión de 4,723.40 Km². Asimismo, presenta una altitud que va desde los 700 a 1930 m.s.n.m. Se encuentra ubicada entre las coordenadas geográficas de 11°03'00" de Latitud Sur y 75°18'15" de Longitud Oeste. Además, posee una densidad poblacional de 27.8 Hab/Km².

La provincia tiene como distritos a Chanchamayo, Vitoc, San Ramón, San Luis de Shuaro, Perene y Pichanaki. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), al 2017 presenta una población de 151,489 habitantes en total.

Entre las principales actividades económicas de la región se obtiene el turismo, la cual es una fuente importante y creadora de diversos negocios relacionados. Esto debido a sus diferentes cataratas, ríos y diversidad de flora y fauna. Además, de ello, la zona presenta la existencia de comunidades indígenas que aún sobreviven bajo sus costumbres iniciales, tales como los Ashaninka, Yanesha, Nomatsiguenga, Amuesha y Caquinte, cada una con un dialecto distinto (BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP), 2013).

Otra actividad económica resaltante es la producción y comercialización de café, debido a ser una de las zonas con mayor producción del grano en el Perú. Esto se debe a su clima, pisos altitudinales y calidad de la tierra. Es por ello, que Chanchamayo es conocida como la capital cafetalera del Perú. Además, debido a los factores mencionados anteriormente, la zona también cuenta con aceptable reputación en cuando a la producción de cítricos y demás frutos.

CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN

2.1 Situación de la problemática

El café es de los principales productos mayor comercializados a nivel internacional y es una de las bebidas que más se consume en el mundo. Además, el sector es muy dinámico y se debe a que su producción es sensible al cambio climático, la variación constante del precio internacional, el crecimiento del consumo de café en mercados desarrollados y los diversos tipos de café que se centra su oferta de producción.

También hay autores que resaltan:

En el ámbito mundial, los volúmenes de producción del café son sensibles a factores climáticos, sanitarios y sociales. Ante cualquier variación en la oferta, incluyendo de las variedades arábica y robusta, se genera una repercusión inmediata en el precio internacional. Frente a este escenario, los gobiernos e instituciones de países productores plantean estrategias y políticas para lograr una producción estable en volúmenes y calidad (Cámara Peruana del Café y Cacao, 2017).

En ese contexto, se han desarrollado diversos segmentos para el mercado cafetalero, uno de ellos es el de los cafés de especialidad, la cual corresponde a una categoría de café de alta calidad y está dirigido a nichos de mercados especializados en el mundo. Este tipo de café crecen en climas y alturas específicas; además, cabe resaltar que poseen una calificación de 80-84 puntos o más, según la escala de la Asociación de Cafés de Especialidad de los Estados Unidos (SCAA)

En consecuencia, el segmento de cafés de especialidad se registra dentro del mercado de café convencional, esto se debe a que aún no se cuenta con una partida arancelaria en específico que pueda diferenciar a este nicho de mercado. Por ello, las partidas arancelarias que corresponden al mercado cafetalero en el mundo se presentarán en la siguiente tabla.

Tabla 3
Partidas arancelarias del café

HS Code	Descripción arancelaria	% Valor FOB exportado 2018
0901111000	Café sin tostar y sin descafeinar para siembra	0.13%
0901119000	Café sin tostar y sin descafeinar excepto para siembra	99.78%
0901120000	Café descafeinado sin tostar	0.00%
0901211000	Café tostado sin descafeinar en grano	0.06%
0901212000	Café tostado sin descafeinar molido	0.01%
0901220000	Café tostado descafeinado	0.00%
0901900000	Los demás cafés; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café	0.01%

Nota: Elaboración propia con información de SUNAT

Como se precisa en el gráfico, la partida arancelaria: 0901.11.19.00 es la que tiene mayor relevancia en la participación de las exportaciones de café en el 2018. Sin embargo, el mercado de cafés especiales no cuenta con una partida arancelaria en específica por lo que se tomó en cuenta que el precio del segmento de cafés especiales registra por encima del promedio del precio del café convencional.

Por otro lado, entre los principales productores de café en el mundo se encuentra: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, Honduras, entre otros. El Perú ocupa el noveno lugar de principales productores en el mundo y según el Censo Nacional Agropecuario – (CENAGRO) alrededor de 223 mil familias contaban con 425,000 hectáreas. Así mismo, entre las principales regiones productoras de café en el Perú se encuentran: San Martín, Junín, Amazonas, Cajamarca, Cusco, Pasco, Huánuco, entre otras.

Frente a ello, el estudio abordará la Región Junín, la cual, según el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), representó el 27.5% de la producción nacional en el 2014. Además, la distribución de la producción en la región Junín se concentra en la provincia de Chanchamayo (17.1%) y Satipo (10.4%). (Ministerio de Agricultura y Riego , 2018)

Para ello, en esta investigación se realizó un análisis sobre los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de

Chanchamayo, Junín - Perú en el periodo 2014 al 2018; la cual, tiene como finalidad impulsar el desarrollo del sector cafetalero en la provincia de Chanchamayo, Junín, a partir de aprovechar nuevas tendencias de consumo del café en el mercado internacional. Del mismo modo, generar el desarrollo de un producto de mayor calidad y mejorar la calidad de vida de los productores.

Síntomas y Causas

En los últimos años, el comercio exterior en el Perú ha mostrado un clima positivo. Esto se debe a las diversas medidas que ha tomado el Estado respecto a la política comercial que implementa en la actualidad. Como resultado de ello, las exportaciones han registrado un crecimiento significativo. Según las cifras del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), en el 2018 se exportó poco más de los 49 millones de US\$, una cifra nunca registrada. La cual se puede observar en la siguiente figura:

Figura 4. Exportaciones del Perú al mundo, extraído del BCRP

Las exportaciones totales crecieron en un 24%, aumentando en casi 10 millones de US\$. En tanto, es de conocimiento que el Perú exporta productos tradicionales en su mayoría. Sin embargo, cabe precisar que se ha tomado un mayor impulso a las exportaciones del sector no tradicional. Como se aprecia en el gráfico, las exportaciones no tradicionales crecieron en 13% en los últimos cinco años.

Con respecto a las exportaciones del sector cafetalero en el Perú, las cifras han registrado cambios dispersos en los últimos años. En la figura 5 se observa que la variación

de exportación en valor FOB del café disminuyó en 7% entre los años 2014 y 2018. Lo que indica que la variación de precios del café en el mundo es muy volátil.

Figura 5. Exportaciones de café del Perú al mundo en valor FOB, extraído del BCRP

Sin embargo, el volumen de las exportaciones de café nos muestra una pendiente positiva. La variación porcentual del volumen exportado del 2014 al 2018 es de 41%. Esto evidencia que hay una fuerte demanda en el consumo del café en el mundo.

Figura 6. Exportaciones de café del Perú al mundo en volumen, extraído del BCRP

En los últimos años, según la Organización Internacional del Café (OIC), el consumo global del grano se ha visto expuesto a un crecimiento consecutivo año tras año, pasando de 155'491,000 sacos de 60 kilos en el 2015 a 165'345,000 sacos de 60 kilos en el 2019. Este

suceso permite inferir que el bien cuenta con una aceptación positiva y con una tendencia interesante para el sector, ya que al atraer más adeptos existen más brechas por explorar y mayor público por complacer (International Coffe Organization, 2019).

Tabla 4
Consumo mundial del café.

	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
World total	155,491	158,642	162,555	165,345
Africa	10,951	11,130	11,527	11,724
Asia & Oceanía	32,863	34,573	35,697	36,742
Central America & Mexico	5,295	5,226	5,321	5,401
Europe	52,147	52,045	53,148	53,896
North America	28,934	29,559	29,941	30,454
South America	25,299	26,111	26,922	27,128

Nota: Elaboración propia con información extraída de la Organización Internacional del Café

Como se observa en la tabla N°4, el continente con mayor consumo es Europa, el cual en el 2018 consumió 53'896,000 sacos, que representa el 33% de la interacción mundial. La zona de menor índice es Centroamérica y México, ya que cuentan con 5'401,000 sacos. La región en cuestión, Sudamérica, posee 27'128,000 sacos, ésta también se percibe con crecimiento positivo. Como se mencionó anteriormente esta información es positiva al igual que relevante para el sector, dado que se mantiene con cifras prósperas. Esto permite mantener un panorama optimista para los próximos años y así poder aplicar diferentes recursos para seguir manteniendo este modelo.

Según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX), el país con mayor valor exportado es Brasil, el cual posee un 35% de participación, seguido por Colombia, Indonesia y Perú con 12%, 8% y 6% respectivamente (PROMPERÚ, 2019). En la tabla N°5 refleja que Brasil concentra una cifra con alto grado de relevancia para el sector, puesto que engloba más que la suma de sus 4 predecesores. Asimismo, se puede inferir que, al ser un *commodity*, su precio presenta gran sensibilidad en cuanto al movimiento del

mercado. Es decir, de presentarse un acontecimiento en la producción brasileña los precios pueden fluctuar con agilidad e influenciar al sector y a sus agentes involucrados.

Tabla 5
Principales países exportadores de café.

Nº	País	% Var 18-17	% Part. 18	Total imp. 2018 (millón US\$)
1	Brasil	-29%	35%	7,998.20
2	Colombia	-27%	12%	2,608.17
3	Indonesia	20%	8%	1,034.72
4	Perú	-35%	6%	1,580.37
5	Guatemala	-10%	6%	1,060.52
6	Bélgica	-21%	5%	938.63
7	Alemania	-10%	4%	821.03
8	México	16%	4%	567.82
9	India	-10%	4%	675.21
10	Nicaragua	21%	3%	429.30
1000	Otros Países (115)	-63%	15%	6,499.77

Nota: Elaboración propia con información extraída de SIICEX

En consecuencia, debido a que la fluctuación de precios en el mercado mundial de café es variable, los productores optan por incursionar en el mercado de cafés especiales puesto que es un nicho de mercado que busca la calidad del producto y en el que se está dispuesto a pagar un precio por encima del café convencional.

Situación actual y pronóstico

Según la Cámara Peruana del Café y Cacao, el Perú es el cuarto país con mayor valor exportado de café en grano, sin descafeinar ni tostar. Además, en el 2017 se comercializó este producto en un 99% para el público extranjero. Esta afirmación plantea una realidad desalentadora, pues muestra que su consumo per-cápita es notablemente bajo, uno de los más tenues del mundo. Sin embargo, el Gobierno, mediante el MINAGRI con el Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2018 - 2030 (PNA - CAFÉ), se está impulsando la solución de esta problemática, ya que, de continuar con esa tendencia de consumo, el país seguiría inmerso a las grandes variaciones precios expuestos en la bolsa de valores, donde actualmente se cotiza como *commodity*. (Ministerio de Agricultura y Riego , 2018)

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), la región con mayor producción de café en el Perú es el Norte con alrededor de 200 mil toneladas en el 2017, también es el que mayor incremento porcentual muestra en referencia con el 2011. La segunda región productiva es el Centro con alrededor de 100 mil toneladas en el 2017; sin embargo, esta cifra se ha mantenido en referencia con el año 2011. La última región es el Norte, la cual experimenta un descenso en su producción con respecto al 2011, donde acumulo alrededor de 60 mil toneladas y, posteriormente en el 2017 tuvo menos de 40 mil toneladas de producción del grano.

Figura 7. Producción de café en Perú, extraído del OIC

Asimismo, los departamentos con mayor producción del grano son San Martín, que se encuentra en primer lugar, con 1'519,995 sacos. Seguido por Junín, el cual cuenta con 1'251,665 sacos, Cajamarca con 1'069,501 sacos, Amazonas con 690,629 sacos, Cusco con 443,587 sacos. Como se puede observar, en el departamento de Junín se evidencia a uno de los mayores proveedores de café en el Perú. En contraste, con el cuadro anterior, se podría argumentar que la región del centro está influenciada principalmente por la producción de Junín, puesto que en esta región es la única que extrae ese producto agrícola.

Figura 8. Producción de café en Perú por regiones, extraído de la Cámara de Café y Cacao

Como ha sido mencionado con anterioridad, la sostenibilidad de los agricultores cafetaleros depende primordialmente de los precios de venta del producto, los cuales son manejados por La Bolsa de Valores de Nueva York. Uno de los inconvenientes es la constante fluctuación de los valores, la cual no permite a los caficultores obtener ganancias esperadas, pues la volatilidad muchas veces los lleva a concretar pérdidas anuales. En ese sentido, Según el PNA - CAFÉ, estos agentes se encuentran tomando otras medidas, como dedicarse a cultivos alternos, como rocoto, granadilla, frijol y, en el peor de los casos, a la hoja de coca. En cuanto a la siembra de esta planta, se propicia como un mercado ilegal, pues se deriva a ser un bien de consumo con efectos nocivos para sus consumidores.

En el PNA - CAFÉ, se mencionan alternativas para incentivar a los agricultores en cuanto a la siembra de café y su permanencia en la misma. Una de las variables es concentrarse en los cafés especiales, que se aprecian mejor en el mercado global y que, poco a poco, obtienen mayor aceptación por parte de los consumidores. Además, este bien posee un precio diferenciado al café convencional, pues su precio está muy por encima del cotizado

en la Bolsa de Valores. Muchos de estos granos se venden como micro lotes, dado que es una reserva especial, con un trato y cuidado de gran calidad.

Figura 9. Evolución del precio internacional del café, extraído de Comex Perú

En cuanto al pronóstico del sector cafetalero, si bien las cifras de crecimiento de consumo como la producción mundial son positivas en los últimos años, según el World Coffee Reserve (WCR), en los próximos no se espera tal auge, sino más bien un declive en la producción mundial por motivos del cambio climático. La estacionalidad es un tema de gran ahínco en este sector, dado que su producción se ve reflejada de forma directa con esta. Por tal, los acontecimientos climatológicos convierten a la industria a un foco sensible y dependiente de alguna materia atmosférica ocurrente.

Según el WCR, es adecuado que el café se desarrolle en 18° a 21° C. Sin embargo, el 2050, por motivos del cambio climático, el 79% de los sectores de cultivos de café se verán expuestos a 30°C y el 54% de las tierras donde, en la actualidad, existen cultivos de café se encontrarán con 32°C. Estos datos generan un ambiente de incertidumbre dentro del sector, dado que se tiene en conocimiento que la producción no será la misma, al igual que el lugar de procedencia del café actual. Los caficultores deberán emigrar a lugares con mejor clima o que posean mayor adaptación al desbordamiento ambiental actual (World Coffee Research, 2018).

Se presume que para el 2050, más del 50% de las regiones que hoy son adecuadas, en ese periodo pasarán a ser inadecuadas debido al cambio climático, según WCR (2018). Este

alarmante hallazgo ha provocado que diferentes instituciones, como *Climate Institute*, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, *World Coffee Research*, *International Coffee Organization (ICO)* y otras más, están realizando estudios diversos para afrontar esta gran amenaza latente.

Actualmente, hay investigaciones que arrojan el traslado a mejores zonas de siembra, a migrar a cultivos alternativos y a utilizar la genética aplicada en la agronomía para mejorar las variedades de café y estas puedan adaptarse mejor al entorno futuro. Sin embargo, es una realidad que la cantidad de producción decrecerá continuamente, ya que existirán menos zonas de labranza accesibles. En consecuencia, si bien la extracción bajaría, probablemente el consumo no experimentaría el mismo camino, lo cual podría llevar a un aumento del precio del grano.

Según ICO, el volumen de producción de cafés especiales es el 10% del total del valor comercializado. Sin embargo, esta cifra está experimentando crecimientos continuos, ya que nos encontramos en “la tercera ola del café”. En esta etapa, el usuario va perfeccionando la manera de consumir esta bebida, como el uso de los cafés especiales, extracciones de esencia más sofisticados y preparación con mayor rigurosidad, con el fin de apreciar una taza limpia, con sabores y aromas con mayor complejidad (Guevara, 2017).

En los últimos años, gracias a la tecnología de la información, el público consumidor de café posee mayor conocimiento acerca de los procesos, tanto de cosecha como de post cosecha; es decir, el consumidor está mejor informado que en décadas pasadas. En ese sentido, sumado la gran oferta mundial, el agricultor se encuentra obligado a mejorar e innovar para mejorar el rendimiento de su producción.

La SCAA (2018) resalta que una de las mejoras se evidencia en la post-cosecha, con mayor exactitud en el beneficiado, con la creación de los llamados café *honey*, café natural, café *cold fermentation* y otros perfeccionamientos. Estos procesos especiales conllevan mayor grado de elaboración, pero con ella se logra matices, sabores y aromas únicos. Por tal, el puntaje en tasa es alto (mayor a ochenta puntos en tasa). Sin embargo, en este momento la producción de este tipo aún no es significativa, pero se considera que en las próximas décadas la cantidad elaborada del bien sea más resaltante.

En consecuencia, producto de la nueva tendencia de consumo de cafés de mejor calidad, se han insertado nuevas cafeterías. Se prevé que, para los próximos años,

incursionarán más empresas que vayan por la misma línea, donde su consigna es brindar bebidas con sabores únicos y con un concepto de negocio resaltante, donde prima lo atractivo, novedoso y con un equipo capacitado en el rubro para brindar una experiencia reconfortante.

Control del pronóstico

El sector cafetalero se encuentra en crecimiento, tanto en producción como en consumo. Sin embargo, sus precios se encuentran inmersos ante la Bolsa de Valores de New York, esto trae inconvenientes de rentabilidad para los caficultores, en adición con los anteriormente mencionados. No obstante, para mejorar la situación actual se debería de comenzar a mejorar las capacidades de los agentes involucrados, pues para obtener mejores precios la calidad del grano debe de ser mayor a la convencional.

Es fundamental inclinarse a la siembra de variedades gourmet en sus chacras. Posteriormente, mejorar su forma de cosecha y selección de granos que cumplan los estándares impuestos por SCAA. Asimismo, las capacitaciones también deben de ir de la mano con el cuidado de la naturaleza y, así, evitar el uso de pesticidas y plaguicidas de composición no orgánicos, ya que estas en su mayoría dañan los suelos y el tiempo de vida de los cafetales.

Según La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (2004), esta iniciativa se desarrollaría con el fin de buscar la sostenibilidad, la cual es clave para el desarrollo agrícola hoy en día. Por otro lado, en cuanto a las eventualidades futuras se debe tomar en consideración la variabilidad del mercado, las nuevas tendencias y los cambios ambientales. Como se mostró anteriormente, para esos tiempos, las reglas de juego cambiarán drásticamente. Para ello, se tendría en cuenta realizar las siguientes acciones:

- Cultivar en terrenos de mayor altura a la usual, 1200 msnm, ya que ahí las condiciones climatológicas no superan los grados mencionados anteriormente.
- La búsqueda de la innovación jugará un papel fundamental en cuanto al sector cafetalero, pues las tendencias de consumo de los comensales serán distintas a las actuales. Mejorar los procesos en post-cosecha, como los cafés Naturales, *Honey*, *cold fermentation* y entre otros.
- Buscar cafés especiales con sabores y aromas únicos y/o complejos.
- El caficultor deberá resaltar la trazabilidad de su producción.

- La manera de vender el producto tendrá que dar un giro, puesto que un consumidor más informado buscará comprar un café con una historia atrás.
- Los caficultores deberán de estar a la vanguardia con la tecnología con el fin de mejorar la cosecha y el proceso de obtención del grano.
- Se debe optar por variedades híbridas que sean resistentes al cambio climático.
- El trabajo con las autoridades dedicadas al sector será vital, dado que servirá como soporte para los caficultores en cuanto a investigación tecnológica, de nuevos mercados y de nuevos procesos para la mejorar de la calidad del bien.
- Crear una partida arancelaria para el comercio de cafés especiales, con el fin de activar un mayor control de las transacciones de las materias exportadas referentes.

El problema de Investigación se basa en la existencia de factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en los agentes involucrados a las exportaciones de cafés especiales, estos ayudan en gran medida a la mejora de la rentabilidad del sector, puesto que pertinente seguir una línea diferente a la comercialización de granos convencionales que cuentan con márgenes bajos.

Asimismo, esta alternativa es la oportunidad más atractiva hoy en día, dado que la realidad del sector es precaria. No obstante, el hacer usos de los factores conlleva mayor grado de inversión de tiempo, pues es transformar la forma de hacer las cosas a como se venía desarrollando anteriormente. En adición, se trata de mejorar el control total de la producción con miras a mejoras en la calidad. Los tiempos han cambiado y, ahora, es vital adaptarse e innovar en cuanto al sistema de negocios y concepto de este.

El involucrarse con la asociatividad también es un punto clave, pues permite sumar esfuerzos en la búsqueda de nuevos mercados y en llegar a consolidar un pedido de comercialización, el conglomerar granos con miembros de las mismas asociaciones ayuda a tener una mayor gama de perfiles de cafés.

En ese sentido, el comprador puede escoger una alta variedad de sabores y aromas. Además, el apoyo en cuanto al proceso de acreditación de sellos es un punto clave en este sistema, ya que permite obtener las certificaciones con mayor fluidez por la gran masa de apoyo con la que cuenta. El Estado también ayuda a las asociaciones y cooperativas, según lo expuesto en el PNA - CAFÉ (2018), mediante proyectos de inversión e iniciativas que inclusión agraria.

2.1.1 Problema principal

- ¿En qué medida los factores: calidad, capacitación y asociatividad influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo-Junín, ¿Perú en el periodo 2014-2018?

2.1.2 Problemas específicos

- Problema específico 1: ¿En qué medida la capacitación al agricultor influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018?
- Problema específico 2: ¿En qué medida la calidad del producto influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018?
- Problema específico 3: ¿En qué medida la Asociatividad influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018?

2.2 Hipótesis

Del análisis realizado se desprenden las siguientes hipótesis de investigación:

2.2.1 Hipótesis principal

- Los factores: calidad, capacitación y asociatividad influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo-Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

2.2.2 Hipótesis específicas

- Hipótesis específica 1: La capacitación a los productores influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.
- Hipótesis específica 2: La Asociatividad influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.
- Hipótesis específica 3: La calidad del producto influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

2.3 Objetivos

En este punto se detallan los objetivos propuestos para el estudio. Los mismos que son de suma importancia, puesto que establecen el sentido de la investigación.

2.3.1 Objetivo principal

- Analizar los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo-Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

2.3.2 Objetivos específicos

- Objetivo específico 1: Analizar que la capacitación a los agricultores influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.
- Objetivo específico 2: Determinar que la Asociatividad influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.
- Objetivo específico 3: Determinar que la calidad del producto influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

2.4 Justificación

La presente investigación analiza los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú. El estudio en cuestión parte con identificar una débil investigación en el lugar de estudio respecto a los factores de exportación estudiados. Por tal motivo, la investigación analiza la relación de los factores y la influencia en las exportaciones de café especial de Chanchamayo, Junín, Perú en el periodo 2014- 2018.

En ese sentido, la investigación tiene como planteamiento ayudar a los caficultores y agentes involucrados a utilizar y tomar en cuenta los ejes del presente estudio, pues a partir de estos aportes teóricos, problema de estudio y factores utilizados, se plantea una guía que puede servir para el sector. Si bien la información es realizada en Chanchamayo, esta puede ser emulada en diferentes partes de donde se produce café, adaptando a sus realidades específicas, dado que cada lugar tiene condiciones específicas distintas.

Sin embargo, a grandes rasgos esta puede ser utilizada para diferentes zonas, tomando en cuenta el aspecto macro de esta. Asimismo, la inserción y búsqueda de nuevos mercados internacionales puede partir desde los factores aquí expuestos, ya que estos ayudarían a mejorar la competitividad e innovación del bien comercializado.

Como se mencionó en los párrafos anteriores, unas de las situaciones adversas al sector son las constantes variaciones del precio; para ello, la dedicación a presentar un producto con mayor grado de innovación y mejora de proceso sirve para no estar a efectos a la comercialización convencional y tampoco a los valores tan bajos que reciben los agricultores.

El futuro cafetalero se ve envuelto en incertidumbre, con respecto al cambio climático, dado que más del 50% de los lugares actuales de cultivo ya no serán fértiles para desarrollar esta labor. Por tal, uno de los pilares de esta investigación es la calidad y capacitaciones constantes, las cuales sirven para hacer frente e innovar en cuanto a los nuevos procesos y formas de cultivo.

Asimismo, con la investigación, se enfatiza a una reflexión por parte de los gobiernos a sumar fuerzas para ayudar a los caficultores y las unidades organizadas, pues con la ayuda de estas se puede minimizar el impacto futuro de las dificultades expuestas anteriormente. Además, es de gran importancia que los consumidores valoren cada taza de café que reposa en su mesa, dado que esta llega con gran esfuerzo por parte de los agricultores. Por tal, el apreciar la calidad que se encuentra en cada sorbo y también exigirla es una llave para que el consumo de cafés especiales aumente y con ella sus precios.

El análisis de las capacitaciones, calidad y asociatividad permitirán a los exportadores y a los con proyectos a exportar a obtener una visión complementaria a los factores que tienen en cuenta para la interacción económica con socios comerciales exteriores, dado que la investigación cuenta con bases extraídas de artículos científicos, tesis y publicaciones de estudios relacionados a este.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO

En este capítulo se menciona los métodos, técnicas y recaudación de datos que se efectuaron para esta investigación. Según Carbajal (1982), el cual hace mención a la metodología como ciencia del entendimiento, que se suscita con el fin de investigar para otorgar conocimientos bajo técnicas, conceptos y procedimientos.

El proceso de planteamiento del problema, delimitación de la investigación y, posteriormente, el proceso de formular las hipótesis debe de encontrarse relacionados al diseño de investigación, el cual se hará uso para responder a las hipótesis planteadas (Hernández, Baptista & Fernández, 2014). Asimismo, tal como se señala Arbaiza (2016, como se citó en Wahyumi, 2012, p. 27) “la metodología es la base teórica e ideológica de un método, es como una ruta o un modelo para conducir la investigación y tiene sus fundamentos en un paradigma y contexto particular”

Bajo los conceptos explicados, en los siguientes párrafos se hace mención el tipo de investigación, el alcance de la investigación y el diseño de la misma.

3.1 Tipo de investigación

Una investigación según Hernández, Fernández y Baptista posee un enfoque cuantitativo, cualitativo o mixto. La elección de uno de ellos va de acorde a la necesidad del estudio y cualquiera de ellos es igual de importante cuando el fin es el proveer de información (Hernández Sampieri, 2018).

Asimismo, según Hernández, Fernández y Baptista, la investigación cualitativa permite presenciar y observar las percepciones de los elementos en la investigación, con el fin de entender su contexto. El enfoque Cuantitativo permite la recolección de una base de datos para un análisis estadístico para establecer una tendencia y/o comportamiento; con esto, se pretende confirmar y predecir la materia investigada (Hernández Sampieri, 2018).

Figura 10. Tipo de enfoque, elaborado según Hernández Sampieri, 2018

Se considera que ambos caminos son vitales para desarrollar este estudio; por ello, el enfoque a utilizar en la presente investigación es el enfoque mixto. En ese sentido, se tendrá una mejor perspectiva para entender con mayor amplitud el panorama cafetalero-exportador en la región, ya que además de desarrollar el estudio teórico, es vital desarrollar herramientas estadísticas y por consiguiente obtener un mejor resultado.

3.1.1 Alcance de la investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista, indican que una investigación puede tener cuatro tipos de alcances. Estos son: alcance exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. (Hernández Sampieri, 2018)

La presente investigación realizará el tipo de investigación correlacional, ya que se busca comprobar la relación entre la variable dependiente con las variables independientes identificadas en el estudio.

3.1.2 Diseño de la investigación

Según Hernández Sampieri, el termino diseño refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema. (Hernández Sampieri, 2018)

En ese sentido, debido a que la presente investigación es sistemática y empírica, en la cual las variables no se manipulan, de lo contrario, se observa los fenómenos en su contexto natural, se utilizó el diseño no experimental.

El diseño no experimental se puede apreciar en la figura 11:

Figura 11. Diseño de investigación no experimental, según Hernández Sampieri, 2018

3.2 Operalización de las variables

Para comprender de manera sencilla las variables a utilizar en la investigación, se hace uso de la Matriz de Operacionalización de Variables. Ver Anexo 1. El matriz permite identificar la definición conceptual y operativa, dimensiones, indicadores e ítems de cada una de las variables.

A continuación, se presenta las variables y el análisis a su relación con respecto al estudio de investigación.

3.2.1 Variable independiente (X)

Se define independiente porque no depende de otra variable.

- Factores (Calidad, Capacitaciones y Asociatividad)

3.2.1.1 Indicadores de la variable independiente

- Nuevos procesos
- Rendimiento del grano
- Apoyo del sector público
- Capacitaciones en producción
- Capacitaciones en cafés especiales
- Cantidad de socios
- Apoyo entre socios
- Viabilidad de asociatividad

3.2.2 Variable dependiente (Y)

Se define como dependiente ya que se usa para medir el efecto que tiene con relación a la variable independiente.

- Exportación de café especial

3.2.2.1 Indicadores de la variable dependiente

- Variedad de producción
- Acceso a Mercados
- Volumen de exportación
- Precio de exportación
- Productos certificados

3.3 Proceso de muestreo: Tamaño y selección de la muestra

En esta sección se detallará el tamaño de la población y muestra para la investigación.

3.3.1 Población de estudio

El presente estudio tiene como población objetiva, la cual está constituida por 22 empresas exportadoras del sector café de la zona de Chanchamayo - Junín, Perú, según la Superintendencia de Nacional de Administración Tributaria entre los años 2014 y 2018 lo que representa el 10% de las empresas del sector de café a nivel nacional.

Tabla 6
Delimitación de la población de estudio

Descripción	Total
Empresas exportadoras de café a nivel nacional	227
Empresas exportadoras de café en Junín	32
Empresas exportadoras de café en Chanchamayo, Junín.	22

Nota: Elaboración propia con información extraída del portal SIICEX

3.3.2 Tamaño de la muestra

La presente investigación está orientado al análisis de los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú. Por ello, para el enfoque cuantitativo, la muestra es un subconjunto de la población.

En ese sentido, la fórmula para el tamaño de muestra de 22 empresas considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% y según Hernández (2018) es como se presenta a continuación:

$$n = [(Z^2) p. q. N] / [N. (E^2) + (Z^2). p. q]$$

$$E = 0.05 \text{ (correspondiente al 5\%)}$$

$$Z = 1.96 \text{ (nivel de confianza del 95\%)}$$

$$P = 0.5$$

$$q = 1 - p = 1 - 0.5 = 0.5$$

$$N = 22$$

$$N = [(1.96^2) 0.5. 0.5. 22] / [22. (0.05^2) + (1.96^2). 0.5. 0.5] = 21 \text{ empresas}$$

Lo que se presenta es una muestra probabilística ya que es fundamental en el planteamiento de investigación que se realiza. Esto se debe a la correlación que se desea obtener de la variable dependiente con las independientes.

3.4 Instrumentos metodológicos para el recojo de la investigación

En esta sección, para la recolección de datos, se realizarán entrevistas a especialistas del sector público y privado, así como también a empresas exportadoras de café de especialidad de la provincia de Chanchamayo – Junín, Perú. Se efectuarán entrevistas con los agentes involucrados en el proceso, con el fin de obtener diferentes realidades subjetivas que proviene de cada percepción de los entrevistados. Para este enfoque se reunirá a especialistas en el sector, dado que su percepción, por su experiencia, es vital para el desarrollo de la investigación.

3.4.1 Primera etapa: Investigación cualitativa

Para el estudio cualitativo se ha revisado el perfil de los expertos que, con su experiencia en el sector, pueden agregar su conocimiento a la investigación. Para ello, se realizaron entrevistas no estructuradas, con la finalidad de obtener las respuestas que se busca el estudio.

En ese sentido, se tomó en cuenta a 4 expertos. Estos están conformados por, representantes de diferentes instituciones pública y privada que están involucradas directamente en el desarrollo del sector, entre ellas tenemos: La Junta Nacional del Café, Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Para el desarrollo cualitativo, se analizará los resultados obtenidos de las entrevistas ingresados al software *Atlas Ti*, la cual permite relacionar lo mencionado en las entrevistas con los objetivos planteados en la investigación.

Tabla 7
Perfil de entrevistados

Institución	Representante
Junta Nacional del Café	Santos Efraín Chipana Mitma Vicepresidente 2015 - 2018
Ministerio de Agricultura y Riego	Ing. Jorge Figueroa Rojas Especialista café
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Ing. Jaime Galarza Medrano Sectorista en Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable
Promperú	Edgar Quintanilla Quispe Especialista en agronegocios

Nota: La tabla7 menciona el perfil de los representantes entrevistados para la investigación cualitativa del estudio.

3.4.2 Segunda etapa: Investigación cuantitativa

Para el enfoque cuantitativo se hace uso de la recolección de datos para que así se pueda probar la hipótesis basada en la medición y análisis estadístico. Para ello, se realizó encuestas a empresas exportadoras de café especial de la provincia de Chanchamayo, Junín en el periodo 2014 al 2018.

A continuación, se presenta lista de empresas exportadoras de café especial en Chanchamayo, Junín – Perú en el periodo 2014 – 2018.

Tabla 8

Empresas exportadoras de café en Chanchamayo, Junín – Perú periodo 2014 - 2018

Empresas exportadoras de café en Chanchamayo, Junín - Perú	Valor FOB (2014 - 2018)
COOPERATIVA AGROECOLÓGICA INDUSTRIAL JUAN SANTOS ATAHUALPA	\$23,242,659.26
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA ACPC PICHANAKI	\$21,591,939.08
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA SOSTENIBLE VALLE UBIRIKI	\$19,906,575.41
CORPORACION DE PRODUCTORES CAFE PERU SAC	\$16,812,908.07
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA LA FLORIDA	\$12,452,445.86
COOP AGRARIA CAFETALERA PERENE	\$10,439,897.40
KAFFEE PERU G1 SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	\$10,148,969.45
COOPERATIVA AGROECOLOGICA DE CAFE DE ORIGEN SELVA CENTRAL	\$5,390,580.22
COOPERATIVA AGRARIA DE SERVICIOS CAFE HEMALU DE LOS BOSQUES DEL INKA	\$5,163,202.97
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA SELVA ALTA	\$4,632,477.10
COOPERATIVA AGRARIA DE FRUTOS ECOLOGICOS SANCHIRIO PALOMAR	\$2,917,242.71
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA ECOLOGICO ALTO PALOMAR	\$2,067,200.94
TRILLADORA JN EXPORT & IMPORT S.A.C.	\$1,479,281.60
ASOCIACION DE PRODUCTORES FINKAFE	\$803,519.24
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES CAFETALEROS SELVA CENTRAL - APROSELVA	\$453,261.03
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA VALLE INCARIADO	\$362,938.50
EMPRESA AGRARIA CAFETALERA CHANCHAMAYO HIGHLAND COFFEE SAC	\$350,935.50

EMPRESA SOCIO SOSTENIBLE COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS ECOLOGICOS S.A.C	\$321,701.17
CONSORCIO EMPRESARIAL DE SERVICIOS MULTIPLES SELVA CENTRAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA-CONSELVAC S.A.C.	\$245,284.95
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CAFE FRUTOS DE LA SELVA	\$79,482.70
LA CHACRA D DAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	\$47,638.45
INCAN FORESTS S.A.C.	\$5,480.00

Nota: La tabla 8 presenta la lista de empresas exportadoras de café para la investigación cuantitativa del estudio.

La información recolectada será procesada en el software SPSS Statistics versión 21 para elaborar un procesamiento estadístico. Además, cabe mencionar que se considera la técnica estadística de Spearman (Rho de Spearman) para analizar la correlación entre las variables.

3.4.3 Limitaciones

En cuanto a las limitaciones presentadas en el estudio, se presentó una variable externa que impidió la optimización del desarrollo de la investigación. Esta variable fue un factor que dificultó en gran medida no tan solo a este documento, sino a los demás habitantes de las diferentes industrias del país y del mundo. En el presente año, se generó una pandemia que llevo como nombre COVID - 19.

Factor desequilibrante para el desarrollo de cualquier actividad cotidiana, dado que, el presidente de Perú, Martín Vizcarra, mediante el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19.

Esta iniciativa provocó la inmovilización social obligatoria y la suspensión de algunas actividades económicas motivo por el cual esta investigación también se vio afectada drásticamente, en cuanto a la recolección de datos. Por tal motivo, se limitó el estudio al no poder entrevistar a más actores involucrados en el sector, respecto a la investigación cualitativa. Del mismo modo, respecto a la investigación cuantitativa, solo se pudo contactar a quince empresas que pudieron desarrollar la encuesta elaborada.

Sin embargo, el equipo a cargo tomó la iniciativa de culminar este estudio utilizando las mejores herramientas posibles a disposición y las mejores de las voluntades. Por tal, el presente trabajo no solo lleva consigo una investigación realizada, sino el mejor de los esfuerzos del equipo involucrado; donde yacen el deseo implícito de superación ante este factor que ha dañado tanto al mundo.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN

En este capítulo, se desarrollará la forma que se ha encontrado para resolver la problemática en cuestión y, a su vez, se mostrará lo aplicado para lograr responder a los objetivos de esta investigación.

4.1 Aplicación principal

Para el desarrollo de la investigación cualitativa se analizará los resultados del software *Atlas Ti*, de esa manera se hará mención a las personas que se les realizaron las entrevistas y la relación de sus aportes con los objetivos propuestos en la investigación.

El desarrollo de la investigación cuantitativa se realizará al analizar los resultados brindados por el software *SPSS Statistics versión 21*, se describe a las variables y se desarrolla los resultados estadísticos.

4.1.1 Herramienta cualitativa: Entrevistas

Las entrevistas se aplicaron a 4 personas representantes de instituciones relacionadas al sector de café. Entre ellas contamos con: Junta Nacional del Café, MINAGRI, MINCETUR y PROMPERÚ

4.1.1.1 Entrevista a Junta Nacional del Café

La entrevista se realizó al Sr. Santos Efraín Chipana, quien ejerció el cargo de vicepresidente en el periodo 2015 al 2018, fecha que se está desarrollando en el estudio. En la figura 13, se puede observar que el factor que más influye en las exportaciones de café especial es el de calidad. La misma se relaciona con el café especial puesto que para lograr exportar este tipo de producto, se espera llegar a un estándar de calidad alto.

Además, en el reporte se puede apreciar que el factor de asociatividad guarda relación con Chanchamayo, Junta Nacional de Café y Café especial. La misma se explica a que las asociaciones están involucradas directamente con la Junta Nacional del Café, ya que se les brinda diversos tipos de servicio relacionado al sector.

La Junta Nacional de Café tiene asociada a varias de las empresas exportadoras ubicadas en Chanchamayo, Junín, a quienes capacita en temas productivos y de calidad, con la finalidad de generar un producto de los más altos estándares al nivel internacional y se pueda comercializar.

El Sr. Santos Chipana mencionó lo beneficioso que es conformar cooperativas y que el número de socios sea elevado. Esto se debe a que se pueden lograr beneficios tributarios y en temas comerciales a la capacidad instalada de los socios.

Figura 12. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Junta Nacional de Café

4.1.1.2 Entrevista a Ministerio de Agricultura y Riego

La entrevista se realizó al Sr. Jorge Figueroa, especialista del sector café. Según el reporte de la entrevista, se observa que MINAGRI tiene a cargo a Agroideas, Sierra y Selva Exportadora y está relacionada el gobierno regional. Esto se debe a que las instituciones presentan diversos programas como capacitaciones en temas productivos, financiamiento y fines comerciales. Además, se mencionó que MINAGRI no brinda capacitaciones en temas de producción y les dejan la función a los gobiernos regionales.

El factor de calidad es fundamental para la exportación de cafés especiales, puesto que es un nicho de mercado que está dirigido a niveles socioeconómicos altos. En ese sentido, no es relevante que un café cuente con certificaciones si quiere entrar a este nicho de mercado, el único requisito indispensable es que el puntaje de taza debe estar por encima de los 84 puntos. Por ello, el proceso de producción para llegar a la calidad esperada es vital para el mercado de exportación.

Figura 13. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Ministerio de Agricultura y Riego

4.1.1.3 Entrevista a Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

La entrevista se realizó al Sr. Jaime Galarza, sectorista en la Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable. En el reporte se puede apreciar que desde el MINCETUR se trabaja con los productores para temas comerciales y con la finalidad de que exporten. Además, el ministerio, a través de Promperú apoya en la participación en ferias internacionales.

Por otro lado, se menciona que el precio del mercado en el sector lo establece la bolsa de valores. Sin embargo, para el nicho de cafés de especialidad, está involucrado el factor de calidad por el puntaje en taza que se le otorga. Si bien es cierto, desde el MINCETUR se capacita y apoya a las empresas en los procesos de certificaciones. Esta puede ser tomada en cuenta como un valor agregado al momento de exportar, ya que, como se mencionó anteriormente, lo principal es la evaluación sensorial.

Con respecto a la asociatividad, bajo el enfoque de cooperativas sería la mejor forma que los productores puedan agruparse con fines empresariales. Bajo ese formato, se puede contar con una mayor capacidad de negociación, optimizar costos de producción y en ese sentido llegar a mercados específicos. (Galarza, 2020)

Figura 14. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

4.1.1.4 Entrevista a Promperú

La entrevista se efectuó al Sr. Edgar Quintanilla, el cual es el especialista de negocios de Promperú, desempeñando el cargo en la actualidad. En el reporte que se adjunta se muestra que los factores calidad, asociatividad y capacitaciones guardan una influencia en cuando a las exportaciones de café especial. En cuanto al factor calidad, este va ligado en gran medida a la producción de café especial, pues para obtenerlo se debe de llevar un control estricto de la producción en general. Asimismo, el especialista menciona que las certificaciones también son importantes para ofrecer un grano de calidad, pues se basarían en estándares establecidos internacionalmente.

El factor capacitaciones también tiene relación con la calidad, pues para lograr este factor debe de ir precedido por capacitaciones previas en cuando a procesos. Además, como bien lo menciona el entrevistado, las capacitaciones abarcan el proceso de la comercialización del grano. Esto se evidencia en que se debe de tener en cuenta ejercer las capacitaciones en los planos de ferias internacionales, misiones comerciales y rueda de negocios, pues estos son valiosos para un resultado óptimo.

En cuanto al factor asociatividad, para el entrevistado se debe de tomar en cuenta la producción del bien, pues con estos grupos organizados se alcanzan pedidos de gran volumen de clientes internacionales, los cuales desde una óptica individual no se podría llevar acabo. Además, la asociatividad ayuda también al proceso de conectar a más productores al comercio internacional de sus bienes.

Figura 15. Reporte Atlas Ti. Entrevista a Promperú

4.1.2 Herramienta cuantitativa: Encuesta a empresas exportadoras de café especial en Chanchamayo – Junín, Perú

Para el desarrollo cuantitativo se desarrolló una encuesta a las empresas exportadoras de café Chanchamayo - Junín, Perú. Estas, se dirigieron a los encargados a los encargados del área de comercio exterior.

Para iniciar con los análisis se hará uso de la fiabilidad del modelo, esta se realiza bajo el alfa de Cronbach

Tabla 9
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0.97	36

Nota: Elaboración propia

Según los resultados arrojados, el alfa de Cronbach es de 0.97, lo cual nos hace mención que el modelo posee un grado de confianza alto, dado que se encuentra dentro del rango de 0.9 a más. El análisis nos brinda la pretensión de medición del mismo constructo (Welch & Comer, 1998).

La encuesta se encuentra bajo la escala de Likert y son ordinales, para obtener la correlación entre las variables se desarrollará la herramienta de Spearman, para ello se utilizará el programa IBM SPSS.

Tabla 10

Correlación a través del coeficiente de Spearman entre los factores y exportaciones.

			FACTORES INFLUYENTES	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018
Rho de Spearman	FACTORES INFLUYENTES	Coeficiente de correlación	1.000	,734**
		Sig. (bilateral)		.002
		N	15	15
	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018	Coeficiente de correlación	,734**	1.000
		Sig. (bilateral)	.002	
		N	15	15

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

En base a los resultados arrojados, se puede inferir que existe una asociación positiva (0.734) entre las exportaciones de café de Chanchamayo en el periodo 2014-2018 y los factores influyentes.

La hipótesis de investigación es:

- H0 (Hipótesis nula): No existe significancia entre los factores influyentes y las exportaciones de café especial de Chanchamayo - Junín, Perú en el periodo 2014 - 2018.
- H1 (Hipótesis alterna): existe significancia entre los factores influyentes y las exportaciones de café especial de Chanchamayo - Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

Tabla 11
Cuadro de Correlación

Rho de Spearman	,734**
p-valor	.002

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

Según los datos arrojados por el IBM SPSS, se visualiza que el p-valor es 0,002 y es menor a 0,05. Por tal, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa esperada, existe significancia entre los factores que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo - Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

Posteriormente, se desarrolla las hipótesis específicas, en las cuales arrojan los siguientes datos.

Hipótesis específica A

Tabla 12
Correlación a través del coeficiente de Spearman entre las capacitaciones y exportaciones.

		FACTOR CAPACITACIONES	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018
Rho de Spearman	FACTOR CAPACITACIONES	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,803**
		N	.000
	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018	Coeficiente de correlación	15
		Sig. (bilateral)	,803**
		N	.000
		N	15
	**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).		

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

En base a los resultados arrojados, se puede inferir que existe una asociación positiva (0.803) entre las exportaciones de café de Chanchamayo en el periodo 2014-2018 y el factor capacidad.

- H0 (Hipótesis nula): No existe correlación significativa entre las capacitaciones a los productores y las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.
- H1 (Hipótesis alterna): Existe correlación significativa entre las capacitaciones a los productores y las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

Tabla 13
Cuadro de Correlación

Rho de Spearman	,803**
p-valor	.000

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

Según los datos arrojados por el IBM SPSS, se visualiza que el p-valor es 0,000 y es menor a 0,05. Por tal, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa esperada, existe significancia entre el factor capacitación de los productores y en las exportaciones de café especial de Chanchamayo - Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

Hipótesis específica B

Tabla 14
Correlación a través del coeficiente de Spearman entre la asociatividad y exportaciones.

		FACTOR ASOCIATIVIDAD	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018
Rho de Spearman	FACTOR ASOCIATIVIDAD	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,696**
		N	15
	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018	Coeficiente de correlación	,696**
		Sig. (bilateral)	.004
		N	15
	**. La correlación es significativa en el nivel 0.01 (2 colas).		

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

En base a los resultados arrojados, se puede inferir que existe una asociación positiva (0.696) entre las exportaciones de café de Chanchamayo en el periodo 2014-2018 y el factor asociatividad.

Hipótesis específica A

- H0 (Hipótesis nula): No existe correlación significativa entre la asociatividad y las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.
- H1 (Hipótesis alterna): Existe correlación significativa entre la asociatividad y las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

Tabla 15
Cuadro de Correlación

Rho de Spearman	,696
p-valor	.004

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

Según los datos arrojados por el IBM SPSS, se visualiza que el p-valor es 0,004 y es menor a 0,05. Por tal, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa esperada, existe significancia entre el factor asociatividad y las exportaciones de café especial de Chanchamayo - Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

Hipótesis específica C

Tabla 16

Correlación a través del coeficiente de Spearman entre la calidad y exportaciones.

		FACTOR CALIDAD	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018	
Rho de Spearman	FACTOR CALIDAD	Coefficiente de correlación	1.000	,740**
		Sig. (bilateral)		.002
		N	15	15
	EXPORTACIONES DE CAFÉ DE CHANCHAMAYO EN EL PERIODO 2014-2018	Coefficiente de correlación	,740**	1.000
		Sig. (bilateral)	.002	
		N	15	15
**. La correlación es significativa en el nivel 0.01 (2 colas).				

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

Hipótesis específica A

- H0 (Hipótesis nula): No existe correlación significativa entre la calidad y las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014 - 2018.
- H1 (Hipótesis alterna): Existe correlación significativa entre la calidad y las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

Tabla 17

Cuadro de Correlación

Rho de Spearman	,740**
p-valor	.002

Nota: Elaboración propia. IBM SPSS Statistics 22

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo, se mostrará el análisis de los resultados que fueron dados en el capítulo anterior. Además, las conclusiones obtenidas gracias a los resultados. En los siguientes párrafos, se expondrá el modelo correlacional.

5.1 Modelo Correlacional

El coeficiente de Spearman se basa en medir las relaciones existentes entre las variables. Para realizar esta prueba estadística, se debe de contar con variables bajo la escala de intervalos o rangos y en valor ordinal. Además, para su correcta interpretación se debe de presentar los resultados en base a la encuesta realizada bajo la puntuación de Likert (Llinas, 2017).

Además, el valor de sus resultados va de -1 a +1, el cual necesariamente debe pasar por cero. La fórmula del modelo correlacional de Spearman es:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

5.1.1 Análisis Correlacional entre los factores y las exportaciones de café especial de Chanchamayo - Junín, Perú en el periodo 2014-2018.

En este punto se mostrará el análisis individual del objetivo general y de los objetivos específico, basados en los resultados obtenidos con el Rho de Spearman.

- Análisis del Objetivo General: "Analizar los factores que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo-Junín, Perú en el periodo 2014-2018"

Como se visualidad en el capítulo anterior, la hipótesis fue aceptada bajo el coeficiente de Spearman. Esto se debe a que representa el 97% relación entre estas variables. En ese sentido, se infiere que los factores de capacitaciones, asociatividad y calidad guardan una relación aceptable con las exportaciones de café de Chanchamayo - Junín, Perú.

Esto refleja que al no tomar en cuenta a alguno de los factores puede influir directamente a las exportaciones de café especial. Por tal, se debe de tener en cuenta en trabajar estrechamente en las capacitaciones a los productores y agentes involucrados al café, en mejoras de la calidad y en fortalecer la asociatividad.

Asimismo, en el manejo de las exportaciones, bajo esta óptica, al incurrir a los mercados internacionales se debe hacer hincapié a los factores antes mencionados, debido a que no tan solo son importantes para ostentar un buen producto, sino que es recibido de forma óptima por los clientes. Según los resultados, una parte del éxito en el rubro se desprende de la acción de estos puntos, pues son vitales para la permanencia y sostenibilidad de las empresas dedicadas.

Finalmente, se infiere que los factores que influyen a la exportación de café especial guardan una relación individual con la variable dependiente. Esto se muestra a continuación en los objetivos específicos.

- Análisis del objetivo específico 1: "Analizar que la capacitación a los agricultores influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018"

Después de desarrollar las encuestas y entrevista, insertar los datos a los programas anteriormente mencionados y obtener los resultados (este presenta un novel de relación de 80% con las exportaciones) presentados en el capítulo anterior, se puede inferir que las capacitaciones guardan una conexión directa con las exportaciones de café especial, debido a que con el correcto manejo de las mismas se puede mejorar el rendimiento de las exportaciones, dado que se presentan mejor los agentes productores producto de las enseñanzas previas.

En ese sentido, se puede afirmar que mediante la capacitación se obtienen productores y/o agentes involucrados mejor instruidos que añaden competitividad al sector. Y con ello los indicadores de las exportaciones de café especial se convierten en una posible creciente.

Tal como señalan Dalisova & Grishina (2019), las capacitaciones son un importante factor para el proceso exportador de los productos agrícolas, dado que no solo los jefes de áreas deben mantenerse capacitados, sino también las líneas inferiores del organigrama, puesto que parte del éxito de las empresas exportadoras se genera por mantener un desarrollo de competencias por parte del personal.

Por estas razones, las capacitaciones no solo se deben desarrollar de forma esporádica, sino como materia importante y consecuente para una adecuada exportación. Esta debe llegar a todos los niveles de los agentes que participan en la exportación de café

especial, puesto que el éxito de la actividad económica depende de la suma de todos los integrantes en el proceso.

Asimismo, para aprovechar este factor que conlleva gran relación con la exportación, la capacitación también se debe de realizar en cuanto a los procesos de cafés especiales, pues como se mencionó en desarrollo de la investigación, este ofrece un mayor beneficio al productor, pero el grado de complejidad del desarrollo es mayor y necesariamente se debe de realizar por actores calificados.

- Análisis del objetivo específico 2: “Determinar que la Asociatividad influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018”

La asociatividad desempeña un papel clave en las exportaciones de café especial, ya que el factor asociatividad presenta una relación de 69% con las exportaciones. Esto se refleja a la ayuda constante que realiza para con sus miembros; esta actividad se efectúa con el fin de mejorar sus procesos, volúmenes y sostenibilidad. Además, faculta a sus miembros de insertarse poco a poco en el comercio internacional. Otro valor importante que transcurre dentro de la asociatividad es el apoyo existente entre los miembros, lo cual se suscita bajo la identificación con la organización.

No obstante, cabe resaltar que este factor puede conllevar a pérdidas e ineficiencias para el conjunto de asociaciones, pues cada grupo funciona de distinta naturaleza y realidad. Es decir, se debe de contar con la cantidad de socios suficientes donde se use el volumen de producción, el obtener un volumen desmesurado, puede ocasionar pérdidas para todo el equipo, pues serían ineficientes en cuanto al uso de recursos.

Tal como menciona Ramirez Huertas (2013), la asociatividad juega un rol importante para mejorar la oferta exportable y para la optimización de resultados de apoyo, debido al cubrir mayores volúmenes en conjunto y a la integración de apoyo entre los miembros. En ese sentido, el factor se convierte en un punto clave para los agentes involucrados en el proceso de exportación, pues se evidencia una estrecha relación entre ambas, bajo la óptica del autor citado y de las herramientas utilizadas.

Asimismo, se debe tener en cuenta la viabilidad de la asociatividad, pues según los resultados, se puede inferir que gran número de socios pertenecientes a estos grupos

organizados consideran que el manejo de sus representantes no está siendo el adecuado, dado que no se reflejan con total transparencia.

Por estas razones, la variable en cuestión debe de ser aprovechada y manejada de forma óptima, pues genera un impacto en la incursión y mantenimiento en los mercados internacionales.

- Análisis del objetivo específico 3: "Determinar que la calidad del producto influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018"

En cuanto al factor de calidad, este representa 74% de relación con las exportaciones de café de Chanchamayo en el periodo 2014-2018. Por tal, se puede afirmar que este guarda un nexo directo y con gran grado de cercanía a la variable dependiente, exportaciones de café especial. Esta aseveración está respaldada por los resultados del capítulo anterior, los cuales lleva un proceso específico para su determinación.

La calidad hace referencia a los atributos organolépticos con los que cuenta un café especial, la determinación del grado de especialidad se lleva a cabo por medio de la catación del grano. Asimismo, se percibe como calidad a los nuevos procesos de beneficio de café que se ejecutan hoy en día, dado que al analizarlo bajo los parámetros establecidos por los *Q Grader* esta obtiene el puntaje en tasa de un café especial.

Además, para la correcta relación entre el factor calidad y la exportación de café, se debe de tomar en cuenta la ayuda por parte del sector público en cuanto a las mejoras basados en procesos de calidad; con el fin de lograr exportaciones efectivas.

Tal como menciona Castro et al. (2004), los cafés especiales se reconocen como nichos de mercado con precios diferenciados. Sin embargo, para acogerse a este estándar las empresas deben de recurrir a presentar un producto de calidad. Para ello, el bien tiene que pasar por procesos estructurados rigurosamente para lograrlo. El beneficio de convertir la producción en cafés de especialidad ofrece al productor dicho nicho de mercado, con el fin de generar rentabilidad para su producción.

De esta forma, se puede afirmar que la calidad juega un rol importante en cuanto a la exportación de cafés de especialidad, pues sin el uso de este factor sería imposible acogerse a ese estándar.

CONCLUSIONES

En este punto se desarrolla una conclusión elemental por cada hipótesis propuesta en la investigación.

1. Los resultados muestran que los factores influyentes presentan una importante relación con las exportaciones de café especial en el periodo 2014-2018. El resultado de la investigación es óptimo; por ello, se puede discernir que la variable X y la Y se encuentran ligadas y muy relacionadas, es decir incurrir en cambios abruptos o limitaciones en cuando a los factores dañaría fielmente los resultados, dado que la relación es amplia.

Asimismo, se obtiene que la capacitación, calidad y asociatividad son factores claves para el desarrollo del producto en cuanto a las exportaciones de mismo, dado que, según el análisis, las empresas que vienen exportando dicho bien experimentan efectos determinantes en el uso de los factores.

2. En cuanto al factor de capacitaciones, las capacitaciones presentan un 80% de relación con las exportaciones. Esto se debe a que al encontrarse más informado y con mayor grado de perfeccionalización, los agentes relacionados al sector café pueden conocer más su producción y la forma de comercialización de sus bienes. De esta manera, pueden afrontar mejor los cambios del mercado, consumidores y procesos de cultivo y desarrollo.

Un punto importante para señalar es que las capacitaciones comprenden un amplio marco en cuanto a las actividades generales, pues este punto, como se evidencia en las entrevistas, no tan solo se basa en enseñar al agricultor el lado productivo, sino que también el aspecto de comercialización, negociación del bien y promoción.

3. La Asociatividad es, a pesar de ser un valor aceptable, el más bajo de los 3 factores estudiados, dado que presenta 69% de relación con la exportación. Esto se debe a que en los últimos años la visión de estos grupos organizados se ha ido mermando debido a sus malos manejos y de aprovechamientos por parte de sus representantes. Sin embargo, este es un factor valioso e importante, pues ayuda al productor a comercializar sus productos y a formar volúmenes de integrantes para la ayuda mutua y relacionada.

Asimismo, según lo evidenciado en la aplicación cualitativa, la asociatividad es un punto clave pues se encuentra ligado estrechamente con la oferta de las empresas. Esto se muestra en las variaciones de cantidades y variedades ofertadas por cada agente en el sector, dado que un punto clave en la asociatividad es la cantidad de socios con la que disponen cada grupo.

4. La relación individual de cada factor también nos arroja resultados positivos que revelan la correlación de cada uno de ellos con la variable dependiente. En cuanto al factor de calidad, el cual refleja relación de 74% con la variable exportación. Este resultado se debe a que las exportaciones son satisfactorias y constantes cuando los productores y comercializadores mejoran el rendimiento en cuanto a la calidad de su producto. Los mercados están cambiando y con ello el público busca cada vez más una compra informada con atributos resaltantes. Por tal, los productores tienen interés en la mejora constante de su bien.

Asimismo, el enfoque cualitativo no ayuda a entender mejor el contexto de este factor, pues se evidencia que las certificaciones son también importantes para la calidad del bien, dado que estas expresan que el producto cumple los estándares necesarios. Sin embargo, hoy en día, las tostadoras internacionales no suelen adquirir este tipo de cafés, pues en muchos casos estos son manipulados por el exportador.

RECOMENDACIONES

En este punto se efectuará una recomendación por cada conclusión obtenida anteriormente.

1. Se sugiere investigar la promoción del café especialidad con mayor énfasis, dado que este se identificó como un punto que podría tener gran relación e impacto con las exportaciones de cafés especiales.
2. Tomar en cuenta el total de las zonas que comprenden la Selva Central, dado que en esta también comprenden la Provincia de Satipo, la cual posee indicadores interesantes de exportación, pues también es una zona cafetalera que en muchos casos trabajan en conjunto con la Provincia de Chanchamayo.
3. Realizar el estudio del verdadero impacto que tienen las certificaciones en los cafés en cuanto a las exportaciones, dado que en el campo de acción estos tienen inconsistencias alarmantes por manejos dudosos.
4. Tomar en cuenta a los micro productores de cafés especial, dado que la tendencia de compra por parte de los importadores de café especial, hoy en día, es dirigirse a los micro lotes y a los nano-lotes.
5. A las cooperativas, asociaciones y grupos organizados, que trabajen con mayor énfasis con los productores asociados y con mayor claridad en los resultados, con el fin de ofrecer un entorno de confianza, pues, hoy en día, estas han perdido credibilidad por parte de sus integrantes.
6. A los productores, que analicen la variedad de cafetales que están utilizando, pues existen un gran número de ellas que no están siendo las más adecuadas en sus fincas, pues los pisos altitudinales y su suelo requieren otro tipo de café y esto afecta su producción y rendimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aire Sedano, J. K. (2019). Factores de la Oferta Exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018. *Factores de la Oferta Exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018*. Huancayo, Perú.
- Alvarez Benites, R. A. (Agosto de 2019). Análisis de los factores económicos y comerciales que han influido en la exportación de café certificado, partida arancelaria 0901.11.90.00, hacia Alemania entre los años 2008 – 2018. Lima, Perú.
- Amare, M., Mariara, J., Oostendorp, R., & Pradhan, M. (2019). The impact of smallholder farmers' participation in avocado export markets on the labor market, farm yields, sales prices, and incomes in Kenya. *Land Use Policy*, 88, 104168.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104168>
- Bada Carbajal, L. M., Rivas Tovar, L. A., & Littlewood Zimmerman, H. F. (2017). Model of associativity in the production chain in Agroindustrial SMEs. *Contaduría Y Administración*, 62(4), 1118-1135. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2017.06.010>
- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP). (2013). *Informe Económico y Social. Región Junín*. Lima. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/junin/ies-junin-2013.pdf>
- BENAVIDES, L. (2018). La precarización salarial en la actividad agrícola y su incidencia en la política de economía popular y solidaria en el Ecuador. *Economía*, 41(81), 47-67.
doi:<https://doi.org/10.18800/economia.201801.003>
- Cámara Peruana del Café y Cacao. (2017). Estudio de mercado del café peruano. *Proyecto Café & Clima*, 10. Obtenido de https://issuu.com/camaraperuanadelcafeycacao/docs/mercado_de_caf___peruano_v.5_final_
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramirez, C. A. (2006). Teorías de internacionalización. En P. P. Cardozo, A. Chavarro, & C. A. Ramirez, *Teorías de internacionalización* (pág. 11). Bogotá.
- Carmo, K., Barbosa, J., Krause, M., & Peterle, G. (2020). Sensory and physiological quality of arabic coffee under different fermentation times. *Bioscience Journal*, 36(2).
doi:<https://doi.org/10.14393/BJ-v36n2a2020-43255>
- Castro, P., Contreras, Y., Laca, D., & Nakamatsu, K. (2004). *CAFÉ DE ESPECIALIDAD: ALTERNATIVA PARA EL SECTOR CAFETALERO PERUANO*. ESAN, Lima. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/05/166-168-1-PB.pdf>
- Cervilla, A. (2007). Estrategias para el desarrollo empresarial: Asociatividad en el sector plástico venezolano. *Revista de Ciencias Sociales*, 8(2), 230-248.
- Contini, C., Marotta, G., & Torquati, B. (2020). Multi-actor approaches to implement cooperative strategies and value chains based on sustainability. *Agric Econ*, 8(7).
doi:<https://doi.org/10.1186/s40100-019-0147-3>
- da Cunha, D. A., Leite Ribeiro do Vale, S. M., Braga, M. J., & Carvalho Campos, A. (2010). Integración y transmisión de precios en el mercado internacional de café arábica. *Revista*

de *Economía e Sociología Rural*, 48(4), 515-542. doi:<https://doi.org/10.1590/S0103-20032010000400002>

- Dalisova, N., & Grishina, I. (2019). Personnel training as a factor in the formation of the export potential of the agro-industrial complex of the regio. *AGRITECH*, 315(2019), 022072. doi:[10.1088/1755-1315/315/2/022072](https://doi.org/10.1088/1755-1315/315/2/022072)
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2018). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones* (Decimoquinta ed.). Pearson Educación de México.
- Danse, M., Klerkx, L., Reintjes, J., Rabbinge, R., & Leeuwis, C. (2020). Unravelling inclusive business models for achieving food and nutrition security in BOP markets. *Global Food Security*, 24, 100354. doi:<https://doi.org/10.1016/j.gfs.2020.100354>
- De Sousa, K., Van Zonneveld, M., Holmgren, M., Kindt, R., & Ordoñez, J. (2019). The future of coffee and cocoa agroforestry in a warmer Mesoamerica. *Scientific Reports*, 9, 8828. doi:<https://doi.org/10.1038/s41598-019-45491-7>
- Dlamini, S., & Huang, W.-C. (2020). Towards Intensive Co-operated Agribusiness: A Gender-Based Comparative Borich Needs Assessment Model Analysis of Beef Cattle Farmers in Eswatini. *Agriculture*, 10(4), 96. doi:[10.3390/agriculture10040096](https://doi.org/10.3390/agriculture10040096)
- Duarte, H., Ferreira, A., Partelli, F., & Viana, A. (2019). Novel approaches for selection of Coffea canephora by correlation analysis. *Genetics and Molecular Research*, 18. doi:[10.4238/gmr18114](https://doi.org/10.4238/gmr18114)
- Ehrenbergerová, L., Šeptunová, Z., Habrová, H., Puerta Tuesta, R. H., & Matula, R. (2019). Shade tree timber as a source of income diversification in agroforestry coffee plantations, Peru. *Bois et Forêts des Tropiques*, 342, 93-103. doi:<https://doi.org/10.19182/bft2019.342.a31812>
- Espinosa, H., Gómez, C., & Betancur, L. (2018). Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 56(1), 107-122. doi:<https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560107>
- Friedman, T. (2005). *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. . New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Gichuru, E., Ithiru, J., Silva, M., & Pereira, A. (2012). Additional physiological races of coffee leaf rust (Hemileia vastatrix) identified in Kenya. *Tropical Plant Pathology*, 37(6), 424-427. doi:<https://doi.org/10.1590/S1982-56762012000600008>
- Guevara Lam, E. (Setiembre de 2010). *Medidas Sanitarias y Fitosanitarias en la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la participación del Perú*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Lima.
- Guevara, J. (18 de Abril de 2017). *Perfecto Daily Grind*. Obtenido de <https://www.perfectdailygrind.com/2017/04/que-es-el-cafe-de-la-tercera-ola-como-se-diferencia-del-de-especialidad/>
- Guevara-Sánchez, M., Bernal, C., Saavedra-Ramírez, J., & Owaki-López, J. (2019). Efecto de la altitud en la calidad del café (Coffea arabica L.): comparación entre secado mecánico y

- tradicional. *Scientia Agropecuaria*, 10(4), 505-510.
doi:<http://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2019.04.07>.
- Heras Saizarbitoria, I., Arana Landín, G., Camisón Zornoza, C., Casadeús Fa, M., & Martiarena Arrizabalaga, A. (2008). Gestión de la Calidad y competitividad de las empresas de la CAPV. España. Obtenido de <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/orkestra/orkestra07.pdf>
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodologías de la Investigación*. Ciudad de Mexico: McGraw - Hill Interamericana Editores.
- International Coffe Organization. (26 de Diciembre de 2019). *International Coffe Organization*. Obtenido de http://www.ico.org/ES/trade_statistics.asp?section=Estad%EDstica
- Iskandar, R., Rizal, & Halimah, N. (2020). Quality management system implementation of ISO 9000:2015 on robusta coffee processing in Jember regency. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 411, 012021. doi:[doi:10.1088/1755-1315/411/1/012021](https://doi.org/10.1088/1755-1315/411/1/012021)
- Jara, C. E., Sperat, R., Manrique, L., & Herrera, A. (2019). Desarrollo rural y agricultura familiar en Argentina: una aproximación a la coyuntura desde las políticas estatales. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 57(2), 339-352. doi:<https://doi.org/10.1590/1806-9479.2019.191195>
- Jaramillo-Villanueva, J., & Benítez-García, E. (2016). Trasmisión de precios en el mercado mexicano e internacional de café (*Coffea arabica* L.): un análisis de cointegración. *Agrociencia*, 50(7), 931-944. Recuperado el 12 de Mayo de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-31952016000700931&lng=es&tlng=es.
- Johanson y Wiedersheim, P. (1975). *The internationalization of the firm*. . London: London School of Economics.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1990). *The Mechanism of Internationalisation* (Vol. 7). London: International Marketing Review. doi:<https://doi.org/10.1108/02651339010137414>
- Koo , B.-m. (2017). Developing SMEs' Export Success Factors for Distribution Reinforcement. *Journal of Distribution Science*, 15(10), 65-80. doi:[10.15722 / jds.15.10.201710.65](https://doi.org/10.15722/jds.15.10.201710.65)
- Lerro, M., Marotta, G., & Nazzaro, C. (2020). Measuring consumers' preferences for craft beer attributes through Best-Worst Scaling. *Agricultural and Food Economics*, 8(1). doi:<https://doi.org/10.1186/s40100-019-0138-4>
- Li, W., Li, K., Huang, Y., Shi, C., Hu, W.-S., Zhang, Y., . . . Gao, L.-Z. (2020). SMRT sequencing of the *Oryza rufipogon* genome reveals the genomic basis of rice adaptation. *Commun Biol*, 3(167). doi:<https://doi.org/10.1038/s42003-020-0890-8>
- Mangnus , E., & Schoonhoven-Speijer, M. (2020). Navigating dynamic contexts: African cooperatives as institutional bricoleurs. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 18(2), 99-112. doi:<https://doi.org/10.1080/14735903.2020.1718991>
- Marie, L., Abdallah, C., Campa, C., Courtel, P., Bordeaux, M., Navarini, L., . . . Bertrand , B. (2020). G × E interactions on yield and quality in *Coffea arabica*: new F1 hybrids outperform

- American cultivars. *Euphytica* volume, 216(78). doi:<https://doi.org/10.1007/s10681-020-02608-8>
- Martínez, V. M., Arístizabal, I. D., & Moreno, E. L. (2017). EVALUACIÓN DEL EFECTO DE LA COMPOSICIÓN DEL CAFÉ COSECHADO EN LAS PROPIEDADES ORGANOLÉPTICAS DE LA BEBIDA DE CAFÉ. *VITAE*, 24(1), 47-58.
doi:<http://dx.doi.org/10.17533/udea.vitae.v24n1a06>
- Mendez, R. (2008). *Cultivos orgánicos su control biológico en plantas medicinales y aromáticas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ministerio de Agricultura y Riego . (2018). *Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2018 - 2030*. MINAGRI, Lima. Obtenido de <https://www.minagri.gob.pe/portal/images/cafe/PlanCafe2018.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). EL ABC DEL COMERCIO EXTERIOR. GUÍA PRÁCTICA DEL EXPORTADOR VOLUMEN III. Lima, Perú.
- Morquecho-Campos, P., De Graaf, K., & Boesveldt, S. (2020). Smelling our appetite? The influence of food odors on congruent appetite, food preferences and intake. *Food Quality and Preference*, 85. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103959>
- Nguyen, T., & Jolly, C. (2020). Global value chain and food safety and quality standards of Vietnam pangasius exports. *Aquaculture Reports*, 16.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.aqrep.2019.100256>
- OECD & Eurostat. (2005). Manual de Oslo. Guía para la recolección e interpretación de datos sobre innovación. Obtenido de https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/detiec/concurso/Manual_de_Oslo.pdf
- Oliveira, B., Tavares, T., Pereira de Oliveira, L., Silva, R., & Chicone, L. (2020). Technical-economic viability of mechanized picking coffee (*Coffea arabica* L.) in up to three annual operations. *SPANISH JOURNAL OF AGRICULTURAL RESEARCH*, 18, e0201. doi:10.5424/sjar/2020181-14885
- OMC. (2020). Obtenido de <https://www.wto.org/>
- Parra-Penagos, C., & Rodríguez-Fonseca, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Rev. Investig. Desarro. Innov.* , 6(2), 131-143.
doi:<http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4602>
- Pedrero, Y. (2014). *La estrategia de internacionalización: análisis comparativo de los mecanismos de entrada en mercados exteriores de seis empresas que operan en 112 diferentes sectores de la economía*. Barcelona.
- Prada, Á., Vela, C., Bardález, G., & Saavedra, J. (2019). Efectividad de un Proceso de Secado de Café usando Secadores Solares con Sistema de Flujo de Aire Continuo Impulsado por Energía Fotovoltaica, en la Región San Martín, Perú. *Información tecnológica*, 30(6), 85-92. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600085>
- PROMPERÚ. (22 de Diciembre de 2019). *SIICEX*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=50&pnomproducto=Caf%E9

- Quiroga-Parra, D., Hernández, B., Torrent-Sellens, J., & Ramírez, J. (2014). La innovación de productos en las empresas. Caso empresa América Latina. *Cuadernos del CENDES*, 31(87), 63-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=403/40338661004>
- Ramírez Huerta, V. P. (2013). Eficacia de las asociaciones empresariales para la participación de las PYME en el negocio de la exportación. *Revista de Investigación de la Fac. de CC. Administrativas, UNMSM*, 16(32).
- Rezende, R., Carvalho, G., Carvalho, A., Mendes, A., Salgado, S., Botelho, C., & Ferreira, A. (2017). Agronomic characterization and responses to coffeleaf rust in coffee progenies resistant to the gall nematode *Meloidogyne exigua*. *Ciências Agrárias*, 38(2), 671-682. doi:10.5433/1679-0359.2017v38n2p671
- Ribeiro, D. E., Borém, F., Nunes, C., Alves, A., Santos, C., Taveira, J., & Dias, L. (2018). Profile of organic acids and bioactive compounds in the sensory quality discrimination of Arabica coffee. *Coffee Science*, 13(2), 187-197. doi:10.25186/cs.v13i2.1415
- Ronchi, C., & Miranda, F. (2020). FLOWERING PERCENTAGE IN ARABICA COFFEE CROPS DEPENDS ON THE WATER DEFICIT LEVEL APPLIED DURING THE PRE-FLOWERING STAGE. *Revista Caatinga*, 33(1), 195-204. doi:<https://dx.doi.org/10.1590/1983-21252020v33n121rc>
- Rosas-Echevarría, C., Solís-Bonifacio, H., & Cerna-Cueva, A. (2019). Sistema eficiente y de bajo costo para la selección de granos de café: una aplicación de la visión artificial. *Scientia Agropecuaria*, 347-351. doi:<http://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2019.03.04>.
- Salcedo, C. A. (2016). Estrategias familiares, trabajo y orígenes de pequeños productores cafeteros en el Huila, Colombia. *Ciencia Política*, 11(21), 161-190. doi:<https://doi.org/10.15446/cp.v11n21.60293>
- Santosa, B., Wignyanto, W., Hidayat, N., & Sucipto, S. (2020). The quality of nata de coco from sawarna and mapanget coconut varieties to the. *Food Research*, 4, 957-963. doi:10.26656/fr.2017.4(4).372
- Serrano, A., Tiuzo, S., & Martínez, M. (2019). Estrategias Empresariales para una Población Vulnerable en Colombia. *Información tecnológica*, 30(6). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600147>
- Silveira, A., Pinheiro, A., Ferreira, W., Silva, L., Rufino, J., & Sakiyama, N. (2016). Sensory analysis of specialty coffee from different environmental conditions in the region of Matas de Minas, Minas Gerais, Brazil. *Revista Ceres*, 63(4), 436-443. doi: <https://doi.org/10.1590/0034-737X201663040002>
- Skorupińska, A., Kruczyńska, D. E., Konopacka, D., Kaczmarek, U., Rutkowski, K. P., & Jóźwiak, Z. B. (2019). Fruit Quality and Storability of Some Asian Pear Cultivars Collected in the Gene Bank of the Research Institute of Horticulture, Central Poland. *Journal of Horticultural Research*, 27(2), 55-64. doi:<https://doi.org/10.2478/johr-2019-0012>
- Specialty Coffee Association. (2020). Obtenido de <https://sca.coffee/>
- SUNAT. (2019). <http://www.sunat.gob.pe/>.

- SUNAT. (s.f.). <http://www.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/cartillasorientacion/cartillasProcedim/trO1Impo.pdf>
- Teixeira, A., Souza, F., Pereira, A., Oliveira, A., & Rocha, R. (2015). Selection of arabica coffee progenies tolerant to heat stress. *Ciência Rural*, 45(7), 1228-1234. doi:<https://dx.doi.org/10.1590/0103-8478cr20130317>
- Toribio Olivares, T. M., & Vásquez Varillas, N. M. (Mayo de 2019). Análisis de los Factores que Influyen en las Exportaciones de Café Orgánico hacia el Mercado de los Estados Unidos entre los años 2011-2017. Lima, Perú.
- Ulrich, D. (1997). *Recursos Humanos Champions*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Voigt-Gair, L., Miglioranza, É., & de Batista Fonseca, I. C. (2013). The dynamic of the “Coffee Quality Paraná” contest in the production of specialty coffees. *Semina: Ciências Agrárias*, 34(6). doi:<http://dx.doi.org/10.5433/1679-0359.2013v34n6Supl1p3173>
- World Coffe Research. (21 de Junio de 2018). *World Coffe Research*. Obtenido de World Coffe Research web site: <https://worldcoffeeresearch.org/work/breeding-future/coping-32/>
- Xia, E.-H., Tong, W., Wu, Q., Wei, S., Zhao, J., Zhang, Z.-Z., . . . Wan, X.-C. (2020). Tea plant genomics: achievements, challenges and perspectives. *Horticulture Research*, 7(7). doi:<https://doi.org/10.1038/s41438-019-0225-4>

ANEXOS

Anexo 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

MATRÍZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
Titulo de Tesis: “Análisis de los factores que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018”					
	Variable	Definición conceptual	Definición operativa	Dimensión	Indicadores
V. Dependiente	Exportaciones	El intercambio comercial del café especial del Perú hacia otros mercados.	Condiciones con que se analiza los factores fundamentales de la exportación de café especial en el Perú	Variedad de producción	Cantidad de tipos de productos
				Acceso a mercados	Cantidad de clientes en otros países
				Volumen de exportación	Variación de la exportaciones en los últimos años
				Precio de exportación	Variación en los precios
				Productos certificados	Porcentaje de empresas que cuentan con certificación
V. Independiente	Calidad	Las especificaciones y normas técnicas de control del producto	Condiciones normativas que cuentan los cafés de alto rendimiento	Nuevos procesos	Porcentaje de uso de nuevos procesos de beneficio de café
				Rendimiento del grano	Calidad del grano según catación Q Grader
				Apoyo por parte del sector público	Porcentaje de apoyo a los agricultores de cafés especiales
	Capacitaciones	Actividades educativas que ayudan a ampliar el conocimiento	Enseñanza y orientación previa en cuanto a la cadena de valor del producto	Capacitaciones en producción	Porcentaje de empresas se capacitan en producción
				Capacitaciones en cafés especiales	Porcentaje de empresas son capacitadas en procesos de café especial
	Asociatividad	Actividades de cooperación entre agentes del mismo sector	Grupos organizados del sector cafetalero que buscan iniciativas iguales acerca del manejo de su producto	Cantidad de socios	Porcentaje de socios por Asociación o cooperativa
				Apoyo entre los socios	Cantidades de Actividades de apoyo
				Viabilidad de la Asociatividad	Porcentaje de socios que consideren que la asociatividad es viable

Anexo 2

FORMATO DE ENCUESTA

Sección 1 de 7

ENCUESTA A EMPRESAS DE CAFÉ ESPECIAL - CHANCHAMAYO

Descripción del formulario

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 7

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Descripción (opcional)

Departamento

1. Junín

Sección 2 de 7

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Descripción (opcional)

Departamento

1. Junín

Provincia

1. Chanchamayo
2. Huancayo
3. Satipo
4. Tarma

Distrito

1. Chanchamayo
2. Perene
3. Pichanaqui
4. San Luis de Shuaro

DATOS DE LA EMPRESA

Descripción (opcional)

N° RUC

Texto de respuesta breve

RAZÓN SOCIAL

Texto de respuesta breve

NOMBRES Y APELLIDOS

DATOS DEL ENCUESTADO

Texto de respuesta breve

N° DNI

Texto de respuesta breve

CARGO EN LA EMPRESA

Texto de respuesta breve

Sección 4 de 7

EXPORTACIONES DE CAFÉ ESPECIAL

Descripción (opcional)

Importancia de contar con variedad de productos (café de distintas tasas, honey, natural, etc) *
para la exportación

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5 6 7
Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

Importancia de acceder a nuevos mercados *

Marque su respuesta, donde 1 significa nada importante y 7 muy importante

1 2 3 4 5 6 7
Nada importante ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy importante

Dificultad de conseguir nuevos mercados *

Marque respuesta, donde 1 significa muy difícil y 7 muy fácil

1 2 3 4 5 6 7
Muy difícil ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy fácil

	1	2	3	4	5	6	7	
Muy difícil	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Muy fácil

Exportaciones de café especial en aumento *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7	
Totalmente en desacuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Totalmente de acuerdo

La variación del precio del café convencional influye en el precio del café especial *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7	
Totalmente en desacuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Totalmente de acuerdo

Importancia de las certificaciones *

Marque su respuesta, donde 1 significa nada importante y 7 muy importante

	1	2	3	4	5	6	7	
Nada importante	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Muy importante

CALIDAD

Descripción (opcional)

Marque si esta de acuerdo o en desacuerdo acerca del uso de los siguientes procesos *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7
Natural	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Honney	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Double wa...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cold ferme...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Es beneficio realizar algún proceso especial *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7	
Totalmente en desacuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Totalmente de acuerdo

Puntaje en tasa con la que cuenta su producción *

Marque en el recuadro su respuesta, donde 1 es nunca y 7 es siempre

	1	2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Puntaje en tasa con la que cuenta su producción *

Marque en el recuadro su respuesta, donde 1 es nunca y 7 es siempre

	1	2	3	4	5	6	7
75-79 punt...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
80-83 punt...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
84-86 punt...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
87-89 punt...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
90 a más p...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ayuda del sector público en cuanto a la calidad de producción de cafés especiales *

Marque en el recuadro su respuesta donde 1 es nada y 7 es apoyo total

	1	2	3	4	5	6	7	
Nada	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Apoyo total

Ayuda de la cooperativa o asociación en cuanto a la calidad de producción de cafés especiales *

Marque en el recuadro su respuesta donde 1 es nada y 7 es apoyo total

	1	2	3	4	5	6	7	
Nada	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Apoyo total

Sección 6 de 7

CAPACITACIONES

Descripción (opcional)

Marque la frecuencia de capacitaciones recibidas en cuanto a café especial por parte de entidades públicas *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7
1-3	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4-6	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7-9	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10 a más	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Marque la frecuencia de capacitaciones recibidas en cuanto a café especial por parte de Grupos Organizados (cooperativa y asociación) *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7
1-3	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4-6	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7-9	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10 a más	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ASOCIATIVIDAD

Descripción (opcional)

Importancia de la cantidad de socios pertenecientes a una cooperativa o asociación *

Marque su respuesta, donde 1 es nada importante y 7 totalmente importante

	1	2	3	4	5	6	7
1-20	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
21-40	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
41-60	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
61-80	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
81-100	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
101-120	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
120 a más	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Beneficio de las actividades de apoyo entre los socios *

Marque su respuesta, donde 1 significa para nada beneficioso y 7 para nada muy beneficioso

	1	2	3	4	5	6	7
Nada beneficioso	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muy beneficioso							

81-100	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
101-120	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
120 a más	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Beneficio de las actividades de apoyo entre los socios *

Marque su respuesta, donde 1 significa para nada beneficioso y 7 para nada muy beneficioso

	1	2	3	4	5	6	7
Nada beneficioso	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Muy beneficioso							

Las actividades de apoyo las hacen de forma recurrente *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Totalmente de acuerdo							

Es beneficioso pertenecer a una Asociación o Cooperativa *

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Totalmente de acuerdo

ENTREVISTA - TESIS

Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018

DATOS DEL ENCUESTADO:

CARGO:

INSTITUCIÓN:

EDAD:

SEXO

Tiempo de Servicio (años):

EXPORTACIONES DE CAFÉ ESPECIAL

1. ¿Cuál es su apreciación acerca del incremento del volumen de exportación de café entre los años 2014 al 2018?
2. ¿Considera que la variación del precio perjudica a las exportaciones en el sector? ¿Por qué?
3. ¿Podría comentarnos sobre los productos con mayor demanda en el sector?
4. ¿Qué tan riguroso considera el acceso a los mercados internacionales?
5. Según su opinión, ¿Cuál es la importancia de contar con las certificaciones internacionales?

CALIDAD

1. ¿Qué importancia le da el café de especialidad al sector?
2. ¿Podría comentarnos sobre las variedades de café especial para la exportación?
3. ¿Qué apoyo realizan en cuanto a la calidad de producción de cafés especiales? ¿En qué beneficiosa esta?

CAPACITACIONES

1. ¿Considera usted importante las capacitaciones en producción de café? ¿Por qué?
2. ¿Considera usted importante las capacitaciones en producción de café especial? ¿Por qué?

ASOCIATIVIDAD

1. ¿Considera usted un punto clave la cantidad de socios dentro de una cooperativa o Asociación? ¿Por qué?
2. ¿Podría comentarnos las actividades de apoyo se les brinda a las asociaciones o cooperativas?
3. ¿Qué tan beneficioso resulta pertenecer a una asociación o cooperativa? ¿Por qué?

Anexo 4

Validación de instrumentos

Carlos Reyes <carlosreyest94@gmail.com>

Tesis: Validación de instrumento de investigación

Eric Haro <eharo@promperuext.pe>
To: Carlos Reyes <carlosreyest94@gmail.com>
Cc: martin santana <msantanac1@gmail.com>

Mon, Jun 22, 2020 at 5:54 PM

Estimado Carlos Reyes,
Buenas tardes, remito adjunto comentarios a documento remitido, instrumento que sí es válido para los fines propuestos.

Saludos cordiales,

Eric Haro
OR PROMPERÚ – Villa El Salvador
Dirección de Coordinación de las Oficinas Regionales

T: (51-1) 616 7400
E: eharo@promperu.gob.pe

PROMPERÚ - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
Calle La Solidaridad S/N, Mz. F Parque Industrial de Villa El Salvador – Villa El Salvador – Lima
www.promperu.gob.pe

De: Carlos Reyes <carlosreyest94@gmail.com>
Enviado: viernes, 19 de junio de 2020 18:50
Para: Eric Haro <eharo@promperuext.pe>
Cc: martin santana <msantanac1@gmail.com>
Asunto: Tesis: Validación de instrumento de investigación

Estimado Sr. Eric Haro,

Buenas noches, un gusto saludarlo, espero se encuentre bien junto a sus familiares. Mi nombre es Carlos Reyes y junto a mi compañero, Martin Santana, nos encontramos realizando una tesis relacionada al sector café, la cual titula: "Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018" en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

En ese sentido, dada su experiencia en el sector comercio exterior, quisiera solicitarle la validación del instrumento de investigación (se adjunta). Sin otro particular, quedo atento a sus comentarios y a la espera de su pronta respuesta.

Saludos cordiales,

Carlos Reyes

tesis UPC.docx
29K

RV: Validación

U914388 (Santana Cardenas, Godofredo Martin) <U914388@upc.edu.pe>
17:52

Para: u201111626 (Reyes Tigre, Carlos Victor)

De: Café Canaán <canaanperu@gmail.com>
Enviado: martes, 23 de junio de 2020 20:46
Para: U914388 (Santana Cardenas, Godofredo Martin) <U914388@upc.edu.pe>
Asunto: Validación

Buenas tardes, como productor de café de especialidad en Chanchamayo, doy conformidad y valido la estructura de la encuesta y entrevista para los fines propuestos.

Victor Franco
Productor

Anexo5

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
ANÁLISIS DE LOS FACTORES: CALIDAD, CAPACITACIÓN Y ASOCIATIVIDAD QUE INFLUYEN EN LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ ESPECIAL DE CHANCHAMAYO-JUNÍN, PERÚ EN EL PERIODO 2014-2018				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
PRINCIPAL	GENERAL	GENERAL	Variable independiente	TIPO Y DISEÑO
¿En qué medida los factores: calidad, capacitación y asociatividad influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo-Junin, Perú en el periodo 2014-2018?	Analizar los factores: calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo-Junin, Perú en el periodo 2014-2018.	Los factores: calidad, capacitación y asociatividad influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo-Junin, Perú en el periodo 2014-2018.	Factores (calidad, capacitación y asociatividad)	
			Variable dependiente	
			Las exportaciones de café especial	
SECUNDARIOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	Indicadores de la variable independiente:	Tipo: Mixto
¿En qué medida la capacitación al agricultor influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018?	Analizar que la capacitación a los agricultores influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.	La capacitación a los productores influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.	<ul style="list-style-type: none">Nuevos procesosRendimiento del granoApoyo del sector públicoCapacitaciones en producciónCapacitaciones en cafés especialesCantidad de sociosApoyo entre sociosViabilidad de asociatividad	Diseño: No experimental
				UNIDAD DE ANÁLISIS
¿En qué medida la calidad del producto influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018?	Determinar que la Asociatividad influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.	La asociatividad influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018	Indicadores de la variable dependiente:	Población de estudio
				Caficultores, cooperativas, gremios, Cámara de Café y Cacao, PROMPERU, MINAGRI, Asociación de Exportadores (ADEX), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y la Municipalidad de Provincial de Chanchamayo
¿En qué medida la asociatividad influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018?	Determinar que la calidad del producto influye en las exportaciones de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.	La calidad del producto influye en la exportación de café especial de Chanchamayo – Junín, Perú en el periodo 2014-2018.	<ul style="list-style-type: none">Variedad de producciónAcceso a MercadosVolumen de exportaciónPrecio de exportaciónProductos certificados	Muestra:
				Probabilística
				Técnicas de recolección:
				<ul style="list-style-type: none">EncuestaEntrevista
				Instrumentos:
				<ul style="list-style-type: none">CuestionarioGuía de entrevistas
				Método de análisis de datos:
				<ul style="list-style-type: none">SPSS Statistics 21Atlas Ti