

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA, AGRONEGOCIOS
Y BIOTECNOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN
AGRONEGOCIOS**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**

**INTELIGENCIA COMERCIAL PARA MEJORAR EL
PROCESO DE SELECCIÓN AL MERCADO
INTERNACIONAL DE CAFÉ (*Coffea arabica*) EN
APASVAHU, AMAZONAS – 2021**

Autor: Bach. Jose Luis Del Aguila Quispe

Asesor: Dr. Alex Lenin Guivin Guadalupe

Registro:

CHACHAPOYAS – PERÚ

2022

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Del Aguila Quispe Jose Luis
DNI N°: 75859073
Correo electrónico: 7585907332@untrm.edu.pe
Facultad: Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología
Escuela Profesional: Ingeniería en Agronegocios

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
DNI N°: _____
Correo electrónico: _____
Facultad: _____
Escuela Profesional: _____

2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

Inteligencia Comercial para mejorar el proceso de selección al mercado Internacional de café (Coffea arabica) en APASVAHU, Amazonas - 2021

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Quispe Guadalupe Alex Lenin
DNI, Pasaporte, C.E N°: 40777134
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>): <https://orcid.org/0000-0001-8246-9440>

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: _____
DNI, Pasaporte, C.E N°: _____
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>): _____

4. Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Immunología)

Ciencias sociales - Economía, Negocios - Negocios, Administración
https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

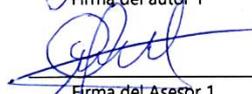
6. Autorización de publicación

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 13 de Octubre de 2022


Firma del autor 1

Firma del autor 2


Firma del Asesor 1

Firma del Asesor 2

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi señor padre Clemente Del Aguila Servan, por haber estado siempre para mí, con sus consejos, con su apoyo incondicional de manera moral y económica, hasta llegar a ser un profesional.

A mi abuela quien me cuidó y fue como una segunda madre, Clodomira Servan Calampa, siempre le estaré agradecido por demostrarme el significado de los valores.

También a mis amigos y demás familiares que me apoyaron para continuar en los momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza – UNTRM, por haberme dado la oportunidad de estudiar la carrera de Ingeniería en Agronegocios, así como a los profesionales que llevan a cabo la labor de formar a los profesionales, quienes brindan sus conocimientos, experiencias, y sus apoyos para conseguirlo día con día.

Agradezco infinitamente a mi asesor de tesis el Dr. Alex Lenin Guivin Guadalupe, por haber aceptado el reto de guiarme en esta etapa, así también por brindarme sus conocimientos, su capacidad y su paciencia en el desarrollo de esta tesis.

Y también agradecer a la Asociación de Productores Agropecuarios Sostenibles del Valle de Huayabamba – APASVAHU, por haberme brindado la oportunidad de realizar esta investigación, y por haberme brindado la información que necesite, para el desarrollo de este estudio.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI
RECTOR**

**Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

**M.Sc. NILTON LUIS MURGA VALDERRAMA
DECANO (E) DE FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA,
AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada INTELIGENCIA COMERCIAL PARA MEJORAR EL PROCESO DE SELECCIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL DE CAFÉ (Coffea arabica) EN APASVAHU, AMAZONAS - 2021 ; del egresado Bach. Jose Luis Del Aguila Quispe de la Facultad de Ingeniería zootecnista, Agronegocios y Biotecnología Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 03 de Julio de 2022


Firma y nombre completo del Asesor

Alex Lenin Guivin Guadalupe



JURADO EVALUADOR DE TESIS



MG. ROBERT MERARDO DE LA CRUZ ALVARADO
PRESIDENTE



MG. JONATHAN ALBERTO CAMPOS TRIGOSO
SECRETARIO



MG. LENIN YOÉL DELGADO SANTILLÁN
VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-O

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Inteligencia Comercial para mejorar el proceso de selección al mercado internacional de Café (Coffea arabica) en APASVAHU, Amazonas - 2021

presentada por el estudiante ()/egresado (X) Jose Luis Del Aguila Quispe
de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios.

con correo electrónico institucional 7585907332@untrm.edu.pe.

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- a) La citada Tesis tiene 18 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- b) La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 19 de Mayo del 2022


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 22 de Julio del año 2022, siendo las 09:00 horas, el aspirante: Jose Luis del Aguila Queispe, defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Inteligencia Comunitaria para mejorar el proceso de selección al mercado internacional del Café (Coffea arabica) en APASVAPU, Amazonas - 2021, teniendo como asesor a Dr. Alex Lenin Guivin Goadales, para obtener el Título Profesional de Ingeniería en Agronegocios, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Robert Morado De La Cruz Alvarado

Secretario: Jonathan Alberto Campos Paigasa

Vocal: Lenin Yvel Delgado Santillán



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado ()

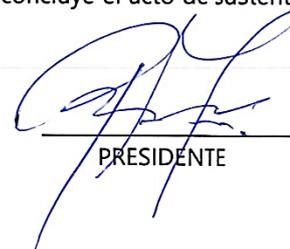
Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 10:00 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....

ÍNDICE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	v
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS	vi
JURADO EVALUADOR DE TESIS	vii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TESIS	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	ix
ÍNDICE	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
ABSTRACT	xx
I. INTRODUCCIÓN	21
II. MATERIAL Y MÉTODOS	24
2.1. Objetivos	24
2.1.1. Objetivo general.....	24
2.1.2. Objetivos específicos	24
2.2. Métodos	24
2.2.1. Tipo de investigación.....	24
2.2.2. Diseño de investigación	25
2.3. Población	25
2.4. Muestra	25
2.5. Variables y operacionalidad	26
2.5.1. Variables	26

2.5.2. Operacionalidad de variables.....	27
2.6. Técnicas e instrumentos	28
2.6.1. Técnicas	28
2.6.2. Instrumentos utilizados	28
2.7. Análisis de datos.....	29
2.7.1. Validez.....	29
2.7.2. Confiabilidad	29
III. RESULTADOS	30
3.1. Diagnóstico situacional de APASVAHU.....	30
3.1.1. Aspectos generales.....	30
3.1.2. Análisis FODA	32
3.2. Descripción del producto	34
3.2.1. Partida arancelaria.....	36
3.2.2. Ficha del producto a exportar	37
3.3. Oferta exportable.....	39
3.3.1. Producción en APASVAHU.....	39
3.3.1.1. Oferta exportable de APASVAHU	40
3.3.1.2. Proceso de acopio de café en la asociación APAS VAHU	41
3.3.2. Producción local, nacional e internacional	42
3.3.2.1. Producción local	43
3.3.2.2. Producción nacional	44
3.3.2.3. Producción internacional	48
3.3.3. Cualidades de un café de exportación.....	50
3.3.4. Equipos y máquinas de APASVAHU para acopio de café.....	54
3.4. Análisis de la competitividad en las exportaciones de café	58
3.4.1. Competidores en el mercado local.....	59
3.4.2. Exportaciones peruanas de café verde al mundo	60

3.4.3.	Principales mercados de destino del café verde peruano.....	64
3.4.4.	Principales empresas exportadoras de café verde peruano.....	70
3.4.5.	Principales exportadores mundiales del café verde	76
3.5.	Análisis de mercados potenciales con el uso de herramientas de inteligencia comercial.....	80
3.5.1.	Principales importadores mundiales del café verde.....	81
3.6.	Barreras no arancelarias.....	84
3.6.1.	Certificados de la APASVAHU	85
3.7.	Identificación y selección del mercado potencial	87
3.8.	Variables de macro segmentación	88
3.8.1.	Pre-selección de países potenciales y análisis	89
3.9.	Mercado potencial Alemania	93
3.9.1.	Tendencias generales del mercado y consumidor.....	93
3.9.2.	Principales países proveedores mundiales del café verde del mercado de destino	95
3.9.3.	Acceso al mercado	99
3.9.3.1.	Barreras arancelarias	99
3.9.3.2.	Barreras no arancelarias	99
3.9.4.	Packing (empaque y etiquetado).....	108
3.9.4.1.	Tipo de empaque	108
3.9.4.2.	Requisitos de etiquetado, protección y utilización	109
3.9.5.	Distribución y transporte	110
3.9.6.	Canales de comercialización.....	111
3.9.7.	Precio	113
3.9.8.	Simulación de costos de exportación.....	116
3.9.9.	Promoción.....	123
3.9.9.1.	Directa (ferias nacionales e internacionales).....	123
3.9.9.2.	Indirecta (e-commerce, market place, etc.)	124

3.9.10. Clientes potenciales	125
IV. DISCUSIÓN	128
V. CONCLUSIONES	130
VI. RECOMENDACIONES	131
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	132
ANEXOS.....	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalidad de variables 1: Inteligencia comercial.	27
Tabla 2. Operacionalidad de variables 2: Selección de mercado.....	27
Tabla 3. Análisis FODA	33
Tabla 4. Partida arancelaria en Perú	36
Tabla 5. Ficha técnica comercial del café (APASVAHU)	37
Tabla 6. Distribución de frecuencias y porcentajes según las respuestas sobre si conocen el volumen de producción de la asociación APASVAHU	39
Tabla 7. Datos de la producción de café en la asociación APASVAHU.....	41
Tabla 8. Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas obtenidas sobre conocimiento de la producción nacional e internacional.....	42
Tabla 9. Datos de producción local provincial	44
Tabla 10. Producción nacional de las 5 principales regiones productoras de café 2016-2020 (Toneladas)	46
Tabla 11. Principales productores mundiales del café verde en peso neto (miles de Kg) 2016-2020	49
Tabla 12. Distribución de frecuencias y porcentajes según las respuestas sobre si conoce las cualidades organolépticas del café	50
Tabla 13. Estándares de rendimiento de una muestra café procesado en planta	52
Tabla 14. Rendimiento de una muestra de 350 gramos de café de la asociación APASVAHU en la planta NOR CAFE S.A.C.....	52
Tabla 15. Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas acerca de si la asociación cuenta con maquinarias y equipos para proceso postcosecha del café acopiado	54
Tabla 16. Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas sobre si sería importante analizar a los competidores	58
Tabla 17. Principales países que venden el café en grano verde al Perú (valor en miles de USD)	60
Tabla 18. Resumen de las exportaciones peruanas de café 2016-2020	61
Tabla 19. Principales mercados a los que Perú exporta café en grano verde (valor FOB USD)	64
Tabla 20. Principales mercados a los que Perú exporta café en grano verde (Kilogramos)	66

Tabla 21. Precio promedio USD/Kg de los principales mercados de las exportaciones peruanas	68
Tabla 22. Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en valor FOB (USD) 2016-2020	70
Tabla 23. Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en peso neto (Kg) 2016-2020	72
Tabla 24. Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en precio promedio (USD/Kg) 2016-2020	74
Tabla 25. Principales exportadores mundiales del café verde en peso neto (Toneladas) 2016-2020	77
Tabla 26. Principales exportadores mundiales de café verde, en valor FOB en miles de USD 2016 - 2020	79
Tabla 27. Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas sobre si conocía los países importadores.....	80
Tabla 28. Principales importadores de café verde a nivel mundial, en valor FOB en miles de USD.....	81
Tabla 29. Principales países importadores de café verde a nivel mundial, en valor FOB en miles de USD	82
Tabla 30. Principales países importadores de café verde a nivel mundial en cantidades (Toneladas)	82
Tabla 31. Principales importadores de café verde a nivel mundial, precio promedio USD/Kg	84
Tabla 32. Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas acerca de si conoce de certificaciones que tiene la asociación	84
Tabla 33. Certificaciones de APASVAHU.....	86
Tabla 34. Variables de macro segmentación y su peso ponderado.....	89
Tabla 35. Valor de calificación para resultados	89
Tabla 36. Pre selección de países.....	90
Tabla 37. Matriz comparativa de países potenciales preseleccionados	91
Tabla 38. Resultados de la macro segmentación a través de la ponderación	92
Tabla 39. Principales países proveedores de café en grano verde para Alemania, en Toneladas (2016-2020)	96
Tabla 40. Principales países proveedores de café en grano verde para Alemania, en miles de USD (2016-2020).....	97

Tabla 41. Precio promedio por kilogramo de café en grano verde de los 10 principales países para Alemania, (2016-2020)	98
Tabla 42. Certificados más utilizados para ingresar al mercado alemán	106
Tabla 43. Datos de líneas navieras para transporte de Café Organico, desde Perú hacia Alemania	111
Tabla 44. Precios mínimos y primas de comercio justo Fairtrade	115
Tabla 45. Datos de los principales proveedores de Alemania para el producto 090111 importado en 2020, en miles USD y Toneladas	116
Tabla 46. Inversión inicial, activos tangibles.....	117
Tabla 47. Capital de trabajo	117
Tabla 48. Capital total de trabajo	118
Tabla 49. Depreciación y amortización	118
Tabla 50. Otros gastos administrativos	118
Tabla 51. Mano de obra directa	119
Tabla 52. Mano de obra indirecta	119
Tabla 53. Préstamo financiero	119
Tabla 54. Gastos de venta	120
Tabla 55. Materia prima.....	120
Tabla 56. Ventas de 8 contenedores de APASVAHU, año 2021	120
Tabla 57. Costos fijos y variables	121
Tabla 58. Punto de equilibrio.....	122
Tabla 59. Ferias en Perú, 2022.....	124
Tabla 60. Ferias en Alemania 2022	124
Tabla 61. Potenciales clientes del café en grano verde para el mercado de Alemania	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación APAS VAHU.....	31
Figura 2. Organigrama de APASVAHU	32
Figura 3. Café en grano verde.....	35
Figura 4. Volumen de producción de las últimas campañas de la Asociación APASVAHU.....	40
Figura 5. Proceso de acopio de la asociación APASVAHU	42
Figura 6. La asociación investigó la producción nacional e internacional	43
Figura 7. Producción estacional del café peruano	47
Figura 8. Factor estacional de la producción de café peruano.....	47
Figura 9. Principales productores mundiales del café verde en peso neto (miles de Kg) 2016-2020	50
Figura 10. Conocimiento sobre las cualidades organolépticas del café	51
Figura 11. Reporte de proceso de un lote de café para exportación de la asociación APASVAHU.....	53
Figura 12. Clasificación de cafés especiales.....	53
Figura 13. Reporte de análisis sensorial de un lote de café para exportación de la asociación APASVAHU.....	54
Figura 14. La asociación tiene maquinaria y equipo para el proceso postcosecha.....	55
Figura 15. Pluma.....	55
Figura 16. Balanza granulométrica.....	56
Figura 17. Piladora de café pergamino	56
Figura 18. Medidor de humedad.....	56
Figura 19. Jarras hervidoras.....	57
Figura 20. Pírex	57
Figura 21. Cronómetro.....	57
Figura 22. Depósito y cuchara de catación	57
Figura 23. Balanza	58
Figura 24. Tostadora de café en grano verde.....	58
Figura 25. Máquina para moler café tostado	58
Figura 26. Análisis de los principales competidores	59
Figura 27. Exportaciones agrarias por sub partidas arancelarias (2020).....	60
Figura 28. Por valor FOB	62

Figura 29. Por peso neto	62
Figura 30. Por precio promedio (USD/KG)	62
Figura 31. Principales mercados de las exportaciones peruanas de café en grano verde (Valor FOB USD)	65
Figura 32. Principales mercados de las exportaciones peruanas de café en grano verde (Kilogramos)	67
Figura 33. Precio promedio USD/Kg de los principales mercados de las exportaciones peruanas	68
Figura 34. Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en valor FOB (USD) 2016-2020	71
Figura 35. Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en peso neto (Kg) 2016-2020	73
Figura 36. Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en precio promedio (USD/Kg) 2016-2020	75
Figura 37. Principales exportadores mundiales del café verde en peso neto (Toneladas) 2016-2020	78
Figura 38. Principales exportadores mundiales de café verde, en valor FOB en miles de USD 2016 – 2020	79
Figura 39. ¿Conoce a los países importadores de café?	80
Figura 40. Principales países importadores de café verde a nivel mundial, en cantidades (Toneladas)	83
Figura 41. ¿Tiene certificación su asociación?	85
Figura 42. Arancel aplicado al producto café para Alemania	99
Figura 43. Requisitos reglamentarios para la importación del producto 0901110000	100
Figura 44. Requisitos fitosanitarios para exportar café en grano verde	108
Figura 45. Sacos de yute y bolsas GrainPro	109
Figura 46. Información a colocar en los sacos de yute (datos reales de APASVAHU)	110
Figura 47. Canal de distribución corto	112
Figura 48. Canal de distribución mediana	113
Figura 49. Precios del café a nivel mundial,(USD x QQ) 2016 -2021	114
Figura 50. Precio y prima del café Fairtrade	115
Figura 51. Punto de equilibrio	123
Figura 52. Café 100% peruano Gran Verde de empresa Dallmayr	125

RESUMEN

Las herramientas de inteligencia comercial actualmente son de vital importancia para poder tomar decisiones en el sector estratégico comercial, el cual aporta en temas de mejoramiento de desarrollo económico para empresas en diversas líneas de negocios. Hoy en día, la ventaja estratégica viene dada por el nivel de conocimiento sobre los mercados y sus tendencias. Es por ello que estas herramientas se están volviendo uno de los instrumentos más significativos para el crecimiento empresarial y su sostenibilidad. Esta investigación es de carácter descriptivo - propositiva, no experimental, teniendo como población a los socios caficultores de la asociación APASVAHU, a quienes se le aplicaron encuestas, para hacer un diagnóstico productivo y comercial del producto café, luego se pasó a realizar la revisión documental y con el uso de las herramientas de inteligencia comercial se obtuvieron datos de los principales importadores de Perú y a nivel mundial, quienes son Estados Unidos y países de la Unión Europea. Se hizo el análisis de los principales exportadores, productores, importadores de café a nivel mundial, nacional y local, de los últimos 5 años. Haciendo uso de la metodología Screening se preseleccionaron y evaluaron diversas variables de los países preseleccionados se decide elegir a Alemania como potencial cliente, el cual cuenta con buenas condiciones comerciales, y es un mercado que, al ser más exigente, promete tener mejores precios para los productos.

Palabras clave: café, exportación, importación, inteligencia comercial.

ABSTRACT

Commercial intelligence tools are currently of vital importance to be able to make decisions in the strategic commercial sector, which contributes to improving economic development for companies in various lines of business. Today, the strategic advantage is given by the level of knowledge about the markets and their trends. That is why these tools are becoming one of the most significant instruments for business growth and sustainability. This research is descriptive - purposeful, not experimental, having as a population the coffee growing partners of the APASVAHU association, to whom surveys are applied, to make a productive and commercial diagnosis of the coffee product, then the documentary review was carried out. And with the use of commercial intelligence tools, data was obtained from the main importers in Peru and worldwide, who are the United States and countries of the European Union. The analysis of the main exporters, producers, importers of coffee at the global, national and local level, of the last 5 years was made. Using the Screening methodology, various variables of the preselected countries were preselected and evaluated. Germany was chosen as a potential client, which has good commercial conditions, and is a market that, being more demanding, promises to have better prices for products.

Keywords: coffee, export, import, commercial intelligence.

I. INTRODUCCIÓN

Anteriormente los mercados a los que aspiraban las empresas ya inmersas en los mercados internacionales, han sido aquellos que pertenecían a las economías desarrolladas. La atracción de estos mercados, estaba dada por su tamaño y su constante crecimiento, caracterizados en función de variables macroeconómicas como lo son el PBI, y su incremento de los indicadores. La OMC indica que las metodologías de selección de mercados externos se desarrollaron considerando las condiciones y parámetros que registran los países más desarrollados, como lo es Estados Unidos, Japón y la Unión Europea.

“La inteligencia comercial asume un papel importante al realizar una recopilación de datos, por su parte el interesado del estudio almacenara y procesara esta información con herramientas que crea convenientes, obteniendo un margen de error reducido. Esta herramienta es fundamental para hacer planes de negocio al exterior de un país, ya que el desarrollo óptimo de estos planes implica contar con información precisa, en el momento preciso, así también, conocer cómo aprovecharla, donde y como aplicarla, para elevar el potencial de un negocio”. (Guevara, 2019).

Para querer y poder exportar, se tiene que contar con el conocimiento de documentación, de barreras arancelarias y no arancelarias, cumplir con normas del país destino, cumplir con normas nacionales, tipos de envases, embalajes, rutas, fletes el cual dependerá del incoterm a seleccionar, simular los costes y encontrar el punto de equilibrio y evaluar si se está en las capacidades de poder llegar a cumplirlo y sobrepasar ese mínimo, ya que muchas empresas podrían fracasar en el intento, sin tomar los puntos antes mencionados y más.

“Aplicar la inteligencia comercial como una herramienta en el sistema de recojo de información, para exportación de productos, ayudara a proporcionar datos acerca de quiénes son los principales competidores a nivel nacional e internacional, determinar el mercado meta, y cuál es y será su tendencia, para que posteriormente sean evaluados; generando como resultado, cuadros estadísticos que faciliten la decisión de establecer estrategias que posicionen el producto de una organización y poner en un nivel óptimo su competitividad”. (Chávez & Olivos, 2016).

“La metodología para seleccionar el nicho de mercado, fue a través de las herramientas de inteligencia comercial, analizando los principales indicadores de comercio utilizados,

ya que estos son indispensables para poder realizar una adecuada selección de mercados, y de esa manera poder seleccionar el país que mayores resultados positivos otorgue a un plan de exportación”. (Alcántara, 2019).

“A través de las herramientas de inteligencia comercial se puede obtener información sistematizada de datos estadísticos actualizados, como lo es el valor y volumen de las importaciones nacionales y mundiales, exportaciones nacionales y mundiales; costos unitarios promedio, precios unitarios promedio; barreras arancelarias y no arancelarias, niveles de participación por país, partidas arancelarias, y más; haciendo que el conocimiento de las exportaciones mundiales de un producto mediante la inteligencia comercial sea relevante y clasificada, la cual será fundamental en la toma de decisión para exportar un producto al mercado internacional”. (Rojas Y. , 2019).

“Demostró que la inteligencia comercial incide significativamente en un 81.9% en la comercialización de palta en la empresa Agrokasa. La accesibilidad de información que recopilan en la organización, a través de las herramientas de inteligencia comercial influye directamente en un 81.9% en la venta del producto que vende la empresa a los mercados nacionales e internacionales. Toda información sirve para la toma de decisiones de los directivos y socios involucrados, y de la misma manera poder establecer estrategias en cuanto al producto de la empresa Agrokasa”. (Aldave, 2018)

Anteriormente los mercados a los que aspiraban las empresas ya inmersas en los mercados internacionales, han sido aquellos que pertenecían a las economías desarrolladas. La atracción de estos mercados, estaba dada por su tamaño y su constante crecimiento, caracterizados en función de variables macroeconómicas como lo son el PBI, y su incremento de los indicadores. La OMC indica que las metodologías de selección de mercados externos se desarrollaron considerando las condiciones y parámetros que registran los países más desarrollados, como lo es Estados Unidos, Japón y la Unión Europea.

El café viene siendo uno de los principales productos consumidos a nivel mundial, siendo los países con mayor cantidad de volumen importado para el año 2020, Estados Unidos y la Unión Europea (Alemania). Perú para el año 2020 se encontró como el noveno exportador de café a nivel mundial en volumen, disminuyendo con referencia al año 2019, y octavo lugar en valor USD subiendo el valor de lo exportado, llegando a tener un precio promedio de USD 3.01 dólares por kilogramo, para el año 2020, bajando un esto debido

a las dificultades encontradas para comercializar debido a la pandemia Covid-19. Los países como Brasil, Vietnam, y Colombia, son los mayores productores de café, con la diferencia que Perú tiene granos de calidad certificados.

La presente investigación se enfoca en una nueva cultura empresarial, una nueva forma de crecer y ser más sostenibles, pero para ello las empresas deben de estar actualizadas, deberán de manejar información de su ámbito de negocios a través del uso de las herramientas de inteligencia comercial. Para el tema de exportación, importación, actualmente ya tiene una fuerte relación con la inteligencia comercial, existen numerosas fuentes de consulta de datos, las cuales proveen a los gerentes comerciales y trabajadores de una empresa a indagar, analizar y tomar decisiones. Esta investigación tuvo por finalidad proponer al país potencial, y analizarlo con el uso de las herramientas de inteligencia comercial. Esta inicia con la aplicación de cuestionarios a los productores de la Asociación de Productores Agropecuarios Sostenibles del Valle de Huayabamba – APASVAHU, el cual permitió hacer un diagnóstico, el cual indico que la asociación se encuentra muy bien equipada, con todo lo básico y más, pero en cuanto a inteligencia comercial, tienen una escasez de conocimiento, se dio a conocer que cuentan con buen volumen y calidad, pero no tienen aún la capacidad de buscar analizar y evaluar un país potencial para comercializar sus productos.

La gerencia de la asociación APASVAHU, cuenta con los conocimientos básicos en temas de ventas y procesos que se deben de llevar a cabo dentro de una organización, pero a su vez no cuenta con un personal responsable para llevar al día los documentos y trámites de exportación.

El año 2021 logró comercializar 8 contenedores de café en grano verde, a través de establecer una alianza comercial con la empresa llamada “Café Monteverde E.I.R.L.”, el cual se encuentra ubicada en la provincia de Rodríguez de Mendoza, pero desean exportar independientemente, aunque el temor de incursionar en este ámbito comercial es alto, esperan lograrlo, ya que de su parte tienen la documentación necesaria para incursionar en la búsqueda de un cliente directo en el país seleccionado Alemania.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo general

Determinar cómo es que la inteligencia comercial puede mejorar el proceso de selección al mercado internacional de café (*Coffea arabica*) en la asociación (APASVAHU) – Amazonas - 2021.

2.1.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el nivel de aplicación de inteligencia comercial en la asociación (APASVAHU).
- Identificar oportunidades de negocios con mejores precios en los mercados internacionales.
- Determinar las barreras comerciales de exportación para los mercados meta.

2.2. Métodos

2.2.1. Tipo de investigación

Para el desarrollo de este estudio se utilizó una investigación de tipo descriptiva propositiva.

Descriptiva, porque se describió la situación actual que tiene la asociación con respecto a la inteligencia comercial y selección de mercados, teniendo como meta cuestionar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población, para este trabajo se describirá la situación actual de la asociación. Efectuando situaciones en donde se tienen que describir a los componentes principales de las variables del objeto de estudio.

Propositiva, porque se elaboró una propuesta para mejorar la selección de un mercado meta a base de las herramientas de inteligencia comercial, planteando resolver problemas o intervenir en cómo se vienen dando los hechos, por lo cual las técnicas estadísticas evaluarán el éxito de la

solución en cuanto al proceso, el resultado y el impacto. (Monjarás, y otros, 2019).

2.2.2. Diseño de investigación

El diseño utilizado en el presente trabajo es de tipo no-experimental, y según Consultores (2021), ya que no se construyó ninguna situación, sino que se optó por observar las situaciones ya existentes, las cuales no han sido originadas por el investigador. Aquí ya existían las variables independientes, ya se originaron, pero no pudieron ser manipuladas, de las cuales no se tiene un control directo, solo quedo analizarlas.

M → O → P

Donde:

M = Muestra de estudio

O = Observación

P = Propuesta

2.3. Población

Para realizar la investigación, la población fue constituida por todos los socios pertenecientes a la asociación (APASVAHU) del distrito de Omia, los cuales suman un total de 178 personas en total.

2.4. Muestra

El tipo de muestra utilizada para el desarrollo de la investigación fue la probabilística aleatoria simple, en donde el total de los socios de la asociación APASVAHU, tienen la misma probabilidad de ser escogidos.

La muestra fue conformada según la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = Muestra

N = Total de la población = 178 personas

$p = 0.5$ (porcentaje de que el evento ocurra 50%)

$q = 0.5$ (porcentaje de que el evento no ocurra 50%)

$Z =$ Nivel de confianza al 95% = 1.96

$e = 0.05$ (error permitido del 5%)

$$n = \frac{178 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (178 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 121.855$$

Por lo tanto, se encuestaron a 122 personas pertenecientes a la asociación (APASVAHU).

2.5. Variables y operacionalidad

2.5.1. Variables

Variable independiente:

Inteligencia comercial

- Herramienta de inteligencia comercial
- Gestión comercial
- competitividad

Variable dependiente:

Selección de mercado

- Mercados potenciales
- Barreras comerciales
- Distribución
- Oferta exportable

2.5.2. Operacionalidad de variables

Tabla 1

Operacionalidad de variables 1: Inteligencia comercial.

Variables	Dimensión	Indicadores	Instrumento	
Inteligencia Comercial	Herramienta de Inteligencia Comercial	Trade Map, Siicex, Sunat, PromPerú, Investing, etc.	Análisis documentario, gráficos y tablas estadísticas.	
	Gestión comercial	Diagnóstico de capacidad comercial.	Encuestas.	
	Competitividad		Estudio de los principales competidores.	Análisis documentario, gráficos y tablas estadísticas.
			Estudio de los precios Internacionales del café.	Análisis documentario, gráficos y tablas estadísticas.

Tabla 2

Operacionalidad de variables 2: Selección de mercado

Variables	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Selección de Mercado	Mercados potenciales	- Principales importadores con mejor precio - Tendencia	Análisis documentario, gráficos y tablas estadísticas.
	Barreras comerciales	- Aranceles - Requerimientos - Certificados de origen - Requisitos	Análisis documentario, gráficos y tablas estadísticas.

Distribución	<ul style="list-style-type: none"> - Precio de destino - Costos de transporte internacional - Tiempo de tránsito 	Análisis documentario, gráficos y tablas estadísticas.
Oferta exportable	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad productiva - Producción local - Producción nacional 	Análisis documentario, gráficos y tablas estadísticas.

2.6. Técnicas e instrumentos

2.6.1. Técnicas

Para la recolección de datos de la presente investigación se utilizaron encuestas, análisis documentales y páginas web, las cuales ayudaron en la recopilación de información significativa referente a las variables de estudio.

2.6.2. Instrumentos utilizados

Para desarrollar la presente investigación se hicieron uso de los siguientes instrumentos:

- Documentos de la organización: número de socios, certificados, cantidad de comercialización, etc.
- Información primaria: recolectados a través del cuestionario a los productores y gerente.
- Información secundaria: Trade Map, Promperu, Investing, Sunat, DRA, Adex y demás instituciones que se encuentren involucradas y enfocadas en relación al cultivo y comercialización de café.

También se utilizaron los siguientes equipos:

- Celular Samsung Galaxy S9 SM-G960 (para fotografías)
- Computadora portátil HP Pavilion-14
- Impresora Epson L380
- USB Kingston 16 GB

2.7. Análisis de datos

2.7.1. Validez

Se hizo uso del cuestionario, y su validez se dio a través del análisis e interpretación de tres expertos en la materia de estudio, en donde estos análisis se tomaron a base de la importancia de un contenido claro, coherente y pertinente. Los datos fueron procesados con el programa spss y el programa Excel.

2.7.2. Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad de la encuesta aplicada se hizo uso del coeficiente de Alfa de Cronbach, en donde se obtuvo una confiabilidad de 0.9523, el cual con ese valor demuestra que el instrumento es confiable.

Para el cálculo del Alfa de Cronbach se tiene:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S^2}{ST^2} \right]$$

Donde:

- Número de Ítems $k = 25$
- Sumatoria de varianza de los Ítems $\sum S^2 = 28.69$
- Varianza de la suma de los Ítems $ST^2 = 334.55$
- Coeficiente de Alfa de Cronbach α

$$\alpha = \left[\frac{25}{25-1} \right] \left[1 - \frac{28.69}{334.55} \right] = \mathbf{0.9523}$$

III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico situacional de APASVAHU

3.1.1. Aspectos generales

APASVAHU, fue constituida el 07 de agosto del año 2004, con denominación Asociación de Productores y Artesanos de la Seda del Valle de Huayabamba; nace con la finalidad de promover el cultivo de la morera, crianza del gusano de seda y transformación de textil artesanal, con fines de desarrollar e introducir tecnología innovadora que permita obtener productos competitivos y lograr su comercialización en mercados regionales, nacionales e internacionales.

Para el 04 de mayo del año 2015, tras una larga trayectoria, se cambió el nombre del encabezado de la asociación, como: “**Asociación de Productores Agropecuarios Sostenibles del Valle de Huayabamba**” permaneciendo con el mismo nombre hasta la fecha. Así mismo la asociación cuenta con un perfil instruccional confiable, para ello cuenta con dos certificados: Orgánico y Fairtrade (comercio justo).

APASVAHU tiene como filosofía generar y potenciar diversas iniciativas emprendedoras de los pequeños productores de café, que practican la agricultura orgánica; facilitándoles a elevar la producción y competitividad sostenible.

La asociación APASVAHU, se encuentra ubicada en el distrito de Omia, provincia de Rodríguez de Mendoza, con su almacén, laboratorio y oficinas, la cual se encuentra a una altitud de 1355.46 m.s.n.m., con las siguientes coordenadas de latitud -6.467392 y longitud -77.397326.

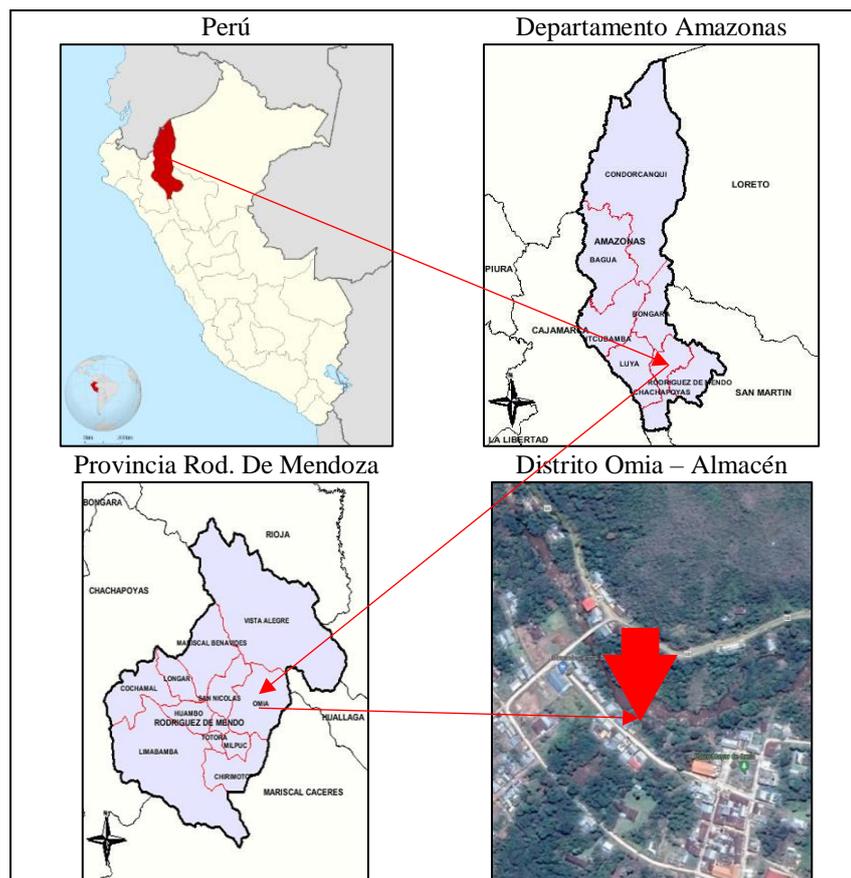
Actualmente suma un total de 178 socios activos, estos se encuentran distribuidos en los distritos de Nuevo Chirimoto, La Unión, Lejía, Javrulot, Huambo, Longar, Omia, y Zarumilla, los cuales tienen más de 25 años de experiencia en el cultivo de café, año tras año van sumando nuevos socios, con la finalidad dar a conocer su café y posicionarse en el mercado internacional, siendo sostenibles en el tiempo, cuidando del medio ambiente.

El precio de este producto café, que es consumido a nivel mundial, está dado por la Bolsa de New York, la cual aparece en la plataforma Investing, este precio variara según los acontecimientos políticos, religiosos, climáticos, etc., que se den a nivel mundial, por lo cual se está a la merced de este. El estado peruano busca que los pequeños productores mejoren su nivel de producción mediante aperturas de programas y concursos, como lo son los Servicios de Extensión Agrarias Rurales (SEAR), Agroideas, Avanza Rural, Procompite.

Para el desarrollo de esta investigación se hizo uso de los datos actuales con los que contaba la asociación y los datos obtenidos de las encuestas aplicadas, como lo son, número de socios, cantidad de producción, conocimiento de análisis de países productores, países exportadores, países importadores, comercio nacional, gastos, inversiones, simulación de costos, etc.; así también se hicieron uso de plataformas de inteligencia comercial para la recopilación de información internacional.

Figura 1

Mapa de ubicación APAS VAHU



Misión

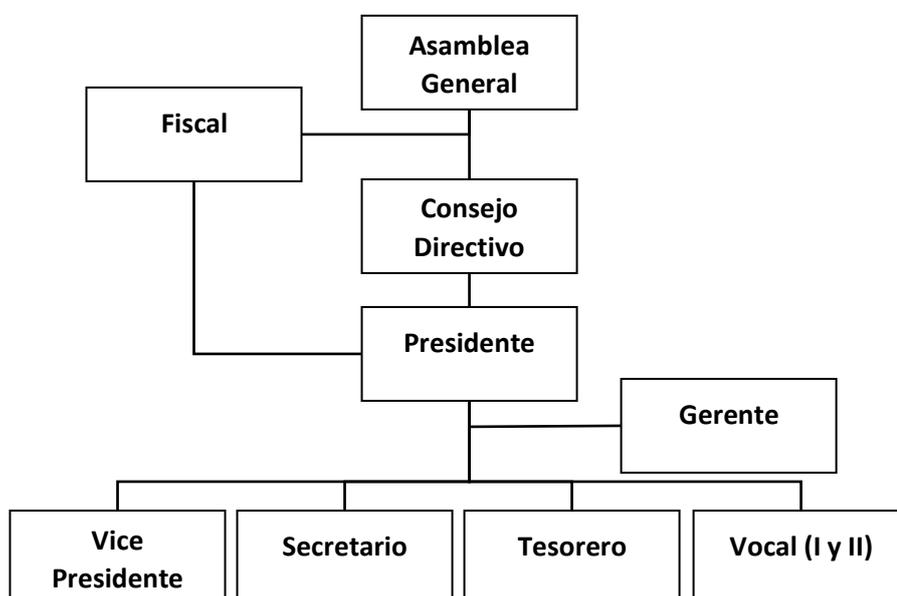
Satisfacer las necesidades de nuestros asociados y clientes; además fortalecer la unidad de los productores, mediante mecanismos de producción, comercialización, gestión de apoyos gubernamentales y otros servicios integrales que favorezcan la actividad agrícola orgánica; comprometidos con la calidad y la eficiencia de los procesos y buscando el desarrollo de nuestra gente a nivel nacional e internacional.

Visión

Somos una Asociación de productores agropecuarios con liderazgo en el desarrollo humano, con socios cultos y saludables con gran capacidad de producción en cafés orgánicos diferenciados.

Figura 2

Organigrama de APASVAHU



Nota. *Fuente: Asociación APASVAHU

3.1.2. Análisis FODA

A continuación, se muestra el análisis FODA, en donde se indica las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas de la asociación APASVAHU.

Tabla 3*Análisis FODA*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">- Los socios de la asociación cuentan con un promedio de 2.5 hectáreas de café en producción, los cuales posibilitan tener un volumen de producción elevado.- Cuentan con certificación de producto orgánico y comercio justo.- Tiene alianza estratégica con organización que apoya en comercialización de su producto.- Cuenta con maquinaria y equipos para el proceso de clasificación de café.	<ul style="list-style-type: none">- Perú cuenta con acuerdos comerciales a diversos países, que benefician al café, pudiendo ingresar sin pagar impuesto, y en algunos con tasas reducidas.- Preferencia por organizaciones con productos certificados.- Mayor interés por parte del consumidor por los productos orgánicos, naturales, los que no dañan al medio ambiente.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- No cuenta con medios de difusión masivos para dar publicidad a su producto ofrecido.- Presencia de competidores.- No contar con maquinarias industrializadas automatizadas para proceso de café en volumen alto.- Socios desconocen muchos temas del ámbito comercial.- No tener un área o personal dedicado al tema comercial.- No tener un socio comercial extranjero que asegure la exportación de su producto.	<ul style="list-style-type: none">- Competencia cercana como Brasil y Colombia tienen elevado nivel de producción.- Organizaciones y marcas ya posicionadas fuertemente en los mercados internacionales- Barreras no arancelarias.- Elevado costo de materia prima según la bolsa de New York.

3.2. Descripción del producto

El café verde es quizá, la versión menos conocida del mundo del café. Es el tipo de café que no ha sido tostado, es por ello que se le atribuye el nombre de “café en grano verde”. Para poder comercializar este tipo de café en el mercado de los consumidores finales, aún debe de pasar por un proceso de tueste, en este proceso el grano se oscurece, donde se origina ese aroma intenso y el sabor ligeramente amargo que la identifica.

Hasta no hace mucho tiempo, el café verde no tenía popularidad, ya que había desconocimiento sobre este tema. Hoy en día ya se sabe que es un grano, que aun esta sin tostar.

Este café verde tiene sus beneficios, siendo el más resaltante, el aporte a la pérdida de peso, ya que contiene ácido clorogénico, el cual evita que las grasas se concentren y así también ayuda a que el apetito se sacie y ayuda a neutralizar ciertos componentes cancerígenos. Tiene también propiedades que estimulan a la mejora de la memoria y ayuda a combatir la fatiga (malestar del cuerpo). (Nestle, 2020).

Entre las principales materias primas que se comercializan en el mundo, el café ocupa el segundo lugar, después del petróleo. Y entre las bebidas más consumidas, ocupa el tercer lugar, donde el agua es el primero y el té el segundo. Muy aparte de ser consumida como solamente café, este producto es utilizado para las industrias de bebidas carbonatadas y energizantes, como insumo de cafeína; así también, en diversas industrias, como lo son la farmacéutica y la cosmética.

En el comercio internacional, el café es un producto que tiene una significativa importancia en los niveles económicos y sociales para los países que lo producen y para quienes lo consumen. En el Perú, este producto tiene relevancia a nivel social, generando trabajo para 223,000 (doscientas veinte tres mil) familias que se dedican a su producción, siendo en su mayoría, los pequeños productores de pueblos que se encuentran alejados de las ciudades céntricas.

Existen dos especies, “*coffea arabica*” (Café Arabica), en donde están incluidas las variedades como: Caturra, Blue Mountain, Bourbon, Geisha, Típica, y otros,

estos cafés son catalogados como los de alta calidad y más finos, representando el 65% del café exportado a nivel mundial; y “*coffea canephora*” (Café Robusta), son conocidos como cafés rústicos, tienen fácil producción, y por ellos sus precios son menores en el mercado, estos ocupan el 35% del café exportado a nivel mundial.

Figura 3

Café en grano verde



Perú se dedica a producir únicamente la especie de café Arabica, y dentro de sus variedades, la Típica ocupa más del 70% de la producción total, la caturra tiene una participación de cerca el 20%, y el 10% entre otras variedades.

La especie de café Arabica, dentro de las variedades que maneja, se divide en tres tipos, los cuales son: café tipo convencionales o llamados también “granos volúmenes” que representan más del 50% de la producción; café tipo certificados u orgánicos que representan el 25%; y los cafés tipo especial o gourmet representando el 20% de la producción, este último es considerado el de la más alta y mejor calidad, siendo calificados con igual o mayor a los 80 puntos de taza, según la escala que establece la Asociación de Cafés de Especialidad (SCA). Perú produce un café de calidad, no solo nacional, sino que también internacional, siendo reconocido numerosas veces en concursos de calidad y campeonatos de baristas a nivel mundial, destacando siempre en su sabor suave, ligeramente dulce, con buen cuerpo y un aroma delicado.

Para comercializar el café, se envasan en sacos de yute, los cuales pesan de 45 a 69 kilogramos, pero para estudios estadísticos se utiliza el peso de 60 kilogramos por saco.

A nivel internacional, el Perú ocupa puestos importantes en la producción de exportación de los cafés de calidad; en el café con sello de comercio justo, lidera con más de 1 millón de quintales por año, en donde 80% es de tipo orgánico, gracias al cooperativismo que existe actualmente dentro de las 10 regiones que se dedican a la producción de café, los cuales cuentan con capacidad de procesamiento, almacenes bien acondicionados, laboratorios para tener un mejor control de calidad, y haciendo pruebas para ir adaptando nuevas variedades que actualmente solo se encuentran en el país.

3.2.1. Partida arancelaria

Descripción Arancelaria: Demás café sin descafeinar, sin tostar.

Descripción comercial: Café en grano verde

Tabla 4

Partida arancelaria en Perú

N°	Estructura	Código	Descripción
1°	Sección	II	Productos del reino vegetal.
2°	Capítulo	09	Café, té, yerba mate y especias.
3°	Partida del S. A.	0901	Café sin tostar.
4°	Sub partida del S. A.	0901.11	Sin descafeinar.
5°	Sub partida NANDINA	0901.11.90	-----
6°	Sub partida Nacional	0901.11.90.00	Los demás.

Nota. *Fuente: Sunat

3.2.2. Ficha del producto a exportar

Tabla 5

Ficha técnica comercial del café (APASVAHU)

Nombre comercial	Café en grano oro verde
Nombre del producto	Café Nombre Científico: Coffea Arabica
Descripción física del producto	<ul style="list-style-type: none">- Humedad: 12%- Olor: a limpio y fresco.- Color: parejo y uniforme.- Defectos: de 5-8% de defectos.- Tamaño de grano: mínimo 30% por encima de malla 15 o 14 y máximo 5% por debajo de malla 13 o 12.- Rendimiento: 70-75%.
Procedencia	País: Perú Región: Amazonas Provincia: Rodríguez de Mendoza Distrito: Omia
Importancia del producto	El cultivo es uno de los principales productos y como cultivo permanente, es el que involucra la mayor cantidad de tierras productivas, generando mayor empleo agrícola y es el que genera capital importante para la economía regional de la selva alta peruana y de desarrollo alternativo por sus características ecológicas, económicas, sociales y políticas.
Características del proceso productivo	El proceso productivo se inicia con la elección de la variedad del café, exigencia del suelo apropiado, siembra del cultivo, sombreado del café, fertilización orgánica del café, podas y cuidados, cosecha, procesos de post cosecha; como el despulpado, fermentado, lavado y clasificado, secado, café pergamino, café pilado o café oro o grano verde.

Propiedades nutricionales	Grasas, Proteínas, Agua, Cafeína, Vitaminas (A, B, C, D, E), Calcio, Hierro, Magnesio, Manganese, Fosforo, Potasio. (Fuente: FAO)
Formas de consumo o consumidores potenciales	A partir de las semillas del café, la industrialización final del café oro es en café tostado, molido, cafeinado, descafeinado, mezclado con azúcar o como café soluble. También puede utilizarse como insumo en la industria. Sus consumidores potenciales los países de Estados Unidos y Europa.
Certificaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación orgánica, otorgada por OCIA International Organic Certification. - Certificaciones de Comercio Justo, otorgadas por: FloCert, Fairtrade (Organización Internacional de Comercio Justo).
Características comerciales del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Empaque: sacos de yute. - Peso: 69 Kg/saco. - Almacenamiento: 18-25 °C - 60-75% H.R. - Olor: característico libre de olores extraños ajenos al producto. - Limpieza: grano limpio sin restos de mucilago, tierra, partes de cáscara de material u otro material extraño. - Estado de desarrollo: grano de café oro bien desarrollado sin deformaciones, no presenta granos planos y humedad máxima de 12%. - Cafés orgánicos. - Evaluación en taza de 80-83 puntos
Período de producción	Desde abril hasta noviembre.

Área en producción	450 hectáreas en producción orgánica 1400 a 1900 m.s.n.m. Variedades: caturra, catuai, catimor.
Oferta exportable 2022	24 contenedores, equivale a 6600 sacos de 69 kg
Tiempo de vida del producto	Hasta 06 meses, almacenado en las condiciones indicadas.

3.3. Oferta exportable

3.3.1. Producción en APASVAHU

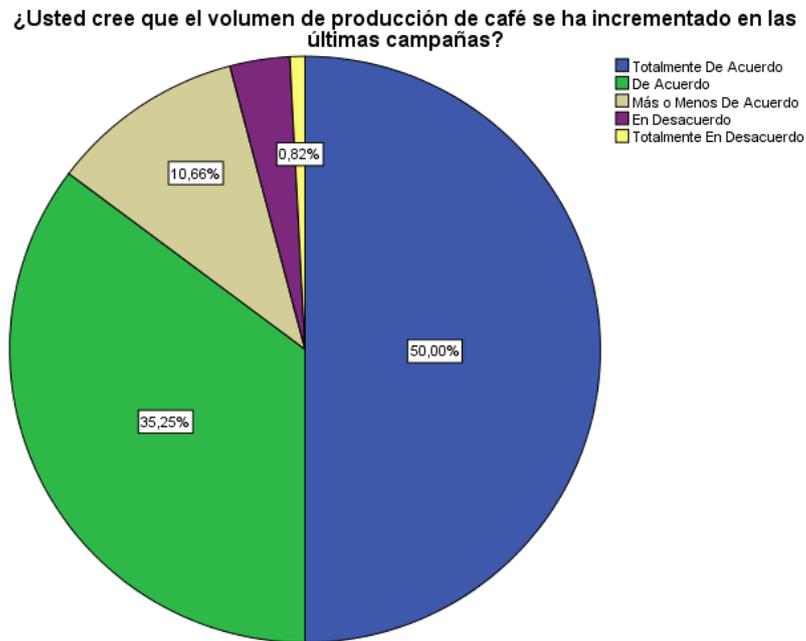
Tabla 6

Distribución de frecuencias y porcentajes según las respuestas sobre si conocen el volumen de producción de la asociación APASVAHU

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	61	50.00
De acuerdo	43	35.25
Más o menos de acuerdo	13	10.66
En desacuerdo	4	3.28
Totalmente en desacuerdo	1	0.82
Total	122	100.00

Figura 4

Volumen de producción de las últimas campañas de la Asociación APASVAHU



Como se puede evidenciar en la tabla 6 y figura 4, el 50% de los socios contestó que está totalmente de acuerdo con que hubo incremento de producción, y 35.25% está de acuerdo con que el volumen de producción de café de los socios de la asociación se ha incrementado en estos últimos años.

3.3.1.1.Oferta exportable de APASVAHU

La Asociación APASVAHU no tuvo una variación del número de socios favorable, pero para el año 2021 lograron tener a un total de 178 socios caficultores, que se encuentran comprometidos con su organización, llegando a tener en promedio 2.4 hectáreas de café en producción por productor, su rendimiento fue positivo a partir del año 2019, llegando a producir 1304 kilogramos por hectáreas, el mayor valor en estos últimos 4 años analizados. Cuentan con una oferta exportable de más de 400 Toneladas al año.

Tabla 7*Datos de la producción de café en la asociación APASVAHU*

Descripción / Años	2018	2019	2020	2021
Nro. de socios	169	161	163	178
Área total de café en producción (Ha)	374.5	352.3	363.3	429
Área promedio de café en producción (Ha) por socio	2.2	2.2	2.2	2.4
Rendimiento (Kg/Ha) de café pergamino	1234.9	1183.6	1259	1304
Volumen total anual de café pergamino (Toneladas)	462.5	416.9	457.3	559.4
Volumen total anual de café en grano verde (Toneladas)	342.2	308.5	338.4	414.0

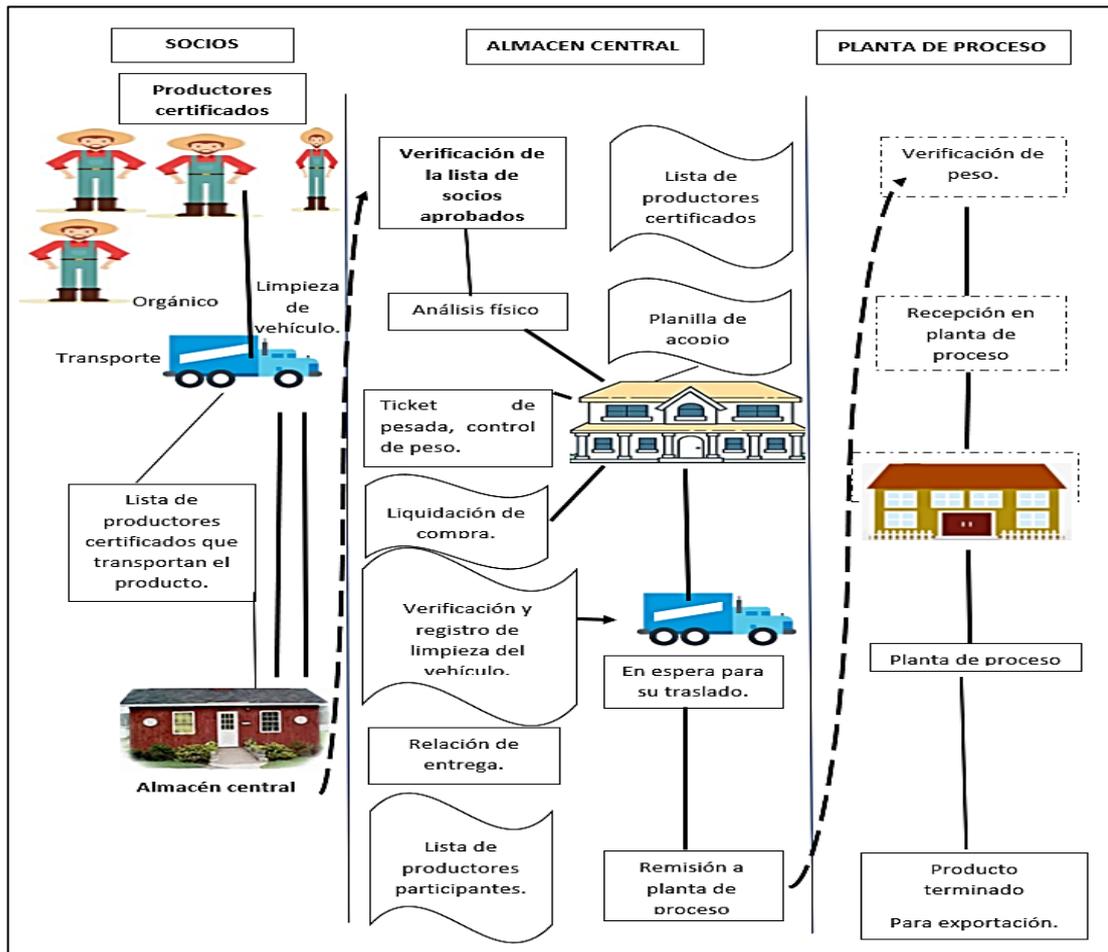
Nota. *Fuente: L.P.A. de la Asociación APASVAHU

3.3.1.2. Proceso de acopio de café en la asociación APAS VAHU

En la figura 5 se presenta el flujo de café desde el productor hacia el almacén central de la asociación APASVAHU para posteriormente enviarlo a la planta de procesos ubicada en la ciudad de Chiclayo, en donde se procesa el café pergamino, separando la cáscara y coco del café en grano verde, para envasarlo dejando el producto terminado, listo para su exportación.

Figura 5

Proceso de acopio de la asociación APASVAHU



Nota. *Fuente: APASVAHU

3.3.2. Producción local, nacional e internacional

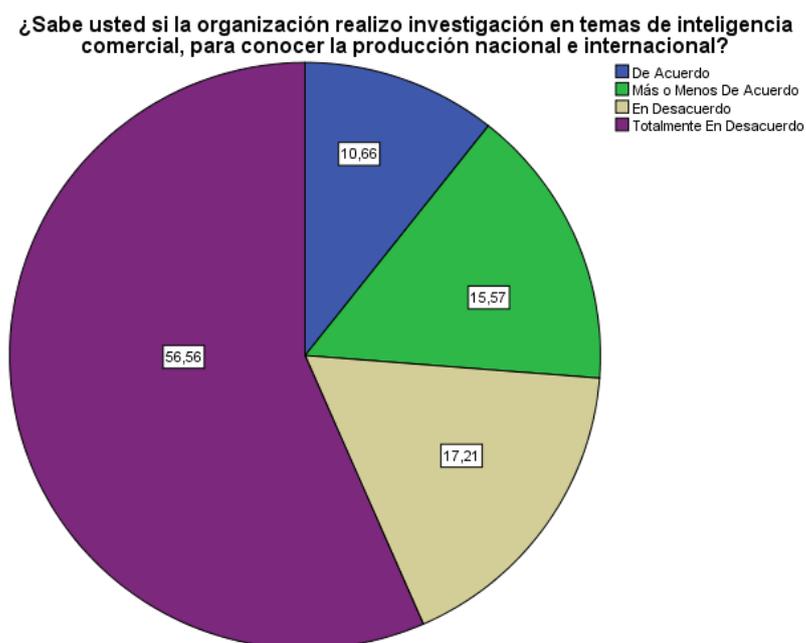
Tabla 8

Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas obtenidas sobre conocimiento de la producción nacional e internacional.

	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	13	10.66
Más o Menos De Acuerdo	19	15.57
En Desacuerdo	21	17.21
Totalmente En Desacuerdo	69	56.56
Total	122	100.00

Figura 6

La asociación investigó la producción nacional e internacional



Como se evidencia en la tabla 8 y figura 6, el 56.56% de los socios encuestados respondió estar en total desacuerdo, mientras que un 17.21% de los socios respondió estar en desacuerdo sobre si la organización ha realizado investigación en inteligencia comercial para conocer la producción nacional e internacional. Mostrando interés en saber la dicha información.

3.3.2.1. Producción local

La provincia Rodríguez de Mendoza está compuesta por 12 distritos, donde 9,147 hectáreas están destinadas a la producción de café, con una producción total de 5,403 Toneladas de café pergamino.

El distrito de Omia produce alrededor del 36.9% de la producción total de café en la provincia, siendo este distrito el mayor productor entre los distritos de la provincia.

Tabla 9*Datos de producción local provincial*

Distritos	Superficie de café en producción (ha)	Producción de café en Toneladas	% participación	Variedades
Omía	3,482.0	1,996.0	36.9%	En todos los distritos se cultivan las variedades de: Catimor, Catuai, y típica.
Chirimoto	1,850.0	1,088.0	20.1%	
Limabamba	930.0	549.0	10.2%	
Huambo	852.0	515.0	9.5%	
Mariscal Benavides	429.0	258.0	4.8%	
San Nicolás	341.0	207.0	3.8%	
Longar	331.0	202.0	3.7%	
Milpuc	275.0	171.0	3.2%	
Cochamal	206.0	129.0	2.4%	
Vista Alegre	167.0	108.0	2.0%	
Santa Rosa	148.0	92.0	1.7%	
Totora	136.0	88.0	1.6%	
Total	9,147.0	5,403.0	100.0%	

Nota. *Fuente: Agencia Agraria Rodríguez de Mendoza

3.3.2.2. Producción nacional

El café es producto que fue introducido por colonos europeos hace más de dos siglos, actualmente viene siendo uno de los primeros productos que Perú exporta, generando fuentes de trabajo en más de 223 mil familias productoras.

El principal destino de las exportaciones peruanas, viene siendo el mercado de los Estados Unidos, Europa y a países asiáticos. Perú cuenta con alrededor de 360 mil hectáreas de café en producción, abarcando un total 210 distritos rurales, los cuales se encuentran ubicados en 10 departamentos, pero únicamente las regiones de Amazonas, San Martín y Junín, representan el 79.3% de la producción total del país, ya que actualmente las organizaciones hacen un trabajo coordinado con entidades del estado para poder capacitar y asistir correctamente, mejorando sustancialmente la producción de café.

Quien iría a pensar que el café peruano inicia en el mercado como un sustituto del café proveniente de Colombia, y actualmente es un café de

muy buena calidad, donde ya ocupa lugares importantes en ventas y cafeterías de reconocida índole.

En el Perú la mayoría de las familias que se dedican a la producción de café, son considerados como pequeños productores, ya que en promedio cuentan con un tamaño de parcela de entre tres y cinco hectáreas aproximadamente. Es una de las actividades que le da sustento alrededor de 2 millones de productores peruanos, pero para obtener un mejor precio, asistencias técnicas, capacitaciones, y demás beneficios, hace que estos productores se incluyan e inscriban en asociaciones y cooperativas.

El promedio de la densidad de plantas de café por hectárea, es muy variado según las regiones que se dedican a su producción, pero aproximadamente oscilan en 2000 plántones por hectárea. La cosecha es 100% manual, así también como su proceso de pos cosecha que es a mano, y secado al sol, a través de mantas y secadores solares.

Cooperativas y asociaciones peruanas, han logrado beneficios para sus miembros caficultores, como los son: comercialización directa al extranjero, otorgar financiamiento a productores, subvencionar costos de producción, acceder a economías de escala de cafés especiales, ya que el café peruano cuenta con características sensoriales que le hacen merecedor de un mayor precio que su competencia.

En el año 2012 se propagó la enfermedad de la Roya amarilla. El Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (Senasa) informó que, durante el año 2013, 290 437 hectáreas habían sido afectadas y que alrededor de 80 mil hectáreas eran irrecuperables. Originando que la producción de café se redujera por tres años consecutivos, 2012, 2013 y 2014. El punto más bajo del ciclo se registró en el cuarto trimestre del 2014, con una reducción de la producción de 14,7% con respecto a su tendencia de largo plazo. (Dirección General de Políticas Agraria/Dirección de Estudios Económicos, 2020).

El factor de los precios bajos que sufrieron los caficultores peruanos, alrededor de los años 2018, 2019 y 2020, hicieron que los productores no puedan cubrir sus costos de producción, el cual fue motivo para que

abandonen sus plantaciones, no le den mantenimiento, o reemplazar ese cultivo por otro que les sea más rentable. Esta crisis repercutió en una disminución de las áreas dedicadas al cultivo de café, llegando a un total 360 mil hectáreas en el año 2019, reduciendo 72.4 mil hectáreas en tan solo un año, ya que en el año 2018 contaba con 432.4 mil hectáreas de cultivo de café.

Para el año 2020, pese a encontrarse en el apogeo de la pandemia del COVID-19, la producción nacional de café creció en un 2,3%, centrándose principalmente en la región San Martín, el cual creció en un 18,7%, aportando 4,41% a la producción nacional

Actualmente los departamentos que producen café, están agrupados en tres macrorregiones: **selva sur** que produce el 9%, **selva norte** con 30,9%, y **selva norte/oriente** con 59,5%, la cual tiene una mayor participación.

Tabla 10

Producción nacional de las 5 principales regiones productoras de café 2016-2020 (Toneladas)

Exportador	2016	2017	2018	2019	2020	Participación año 2020 (%)
San Martín	92722	91197	91423	85439	101453	27%
Junín	44956	75100	89837	80430	78685	21%
Cajamarca	50576	62863	63893	71794	71793	19%
Amazonas	39336	43946	43946	42843	42875	12%
Cuzco	24300	30754	30754	28264	23301	6%
Total	280978	337330	39622	363320	371611	100%

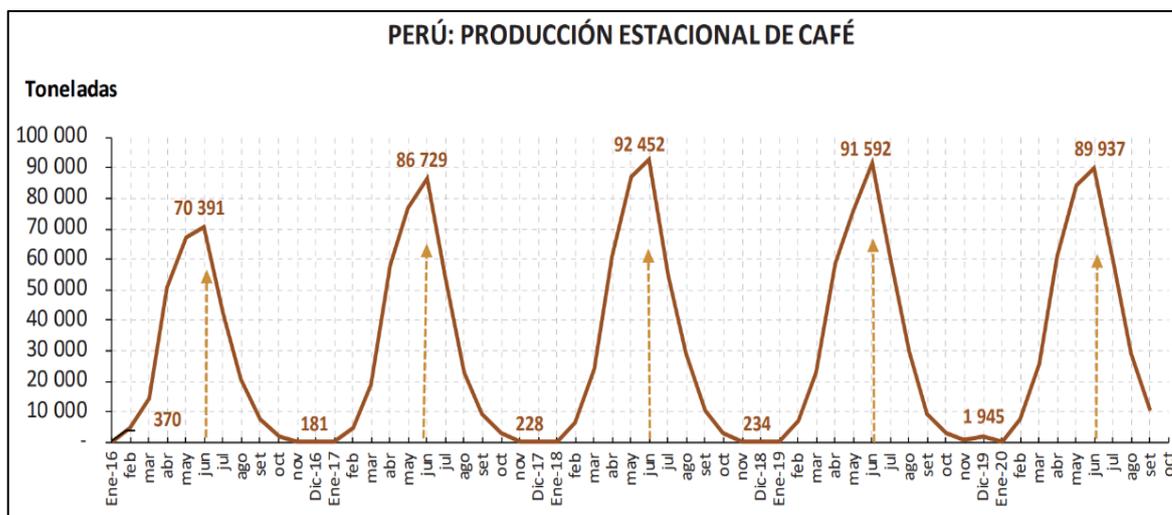
Nota. *Fuente: Minagri (DGPA-DEEIA)

Estas 5 regiones llegan a representar el 86% de la producción total nacional, de café Arábico peruano, siendo San Martín el de Mayor participación para el año 2020 con un 27%, seguidamente esta Junín con 21%, Cajamarca con 19%, Amazonas con 12%, y Cuzco con 6%. La región que tuvo incremento de producción con respecto al año anterior (2019) fue San Martín, llegando a crecer un 18,7%, otra región que logro crecer con respecto al año 2019 fue Pasco con un 14,9%, esta región representa un 3,6% de la producción total nacional.

Comportamiento estacional de la producción de café en el Perú

Figura 7

Producción estacional del café peruano

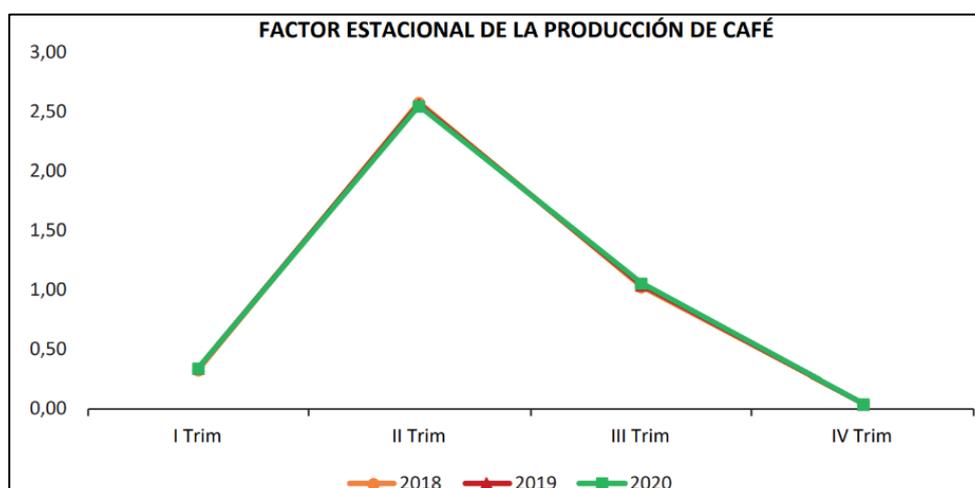


Nota. *Fuente: Minagri

El café es un producto claramente estacional como lo muestra la Figura 7 y 8, todos los años repite esos niveles elevados de producción en el segundo trimestre, iniciando desde mayo, junio y julio, en estos meses se necesita un mayor número de peones para la recolección de estos cerezos. A partir de setiembre hasta febrero la producción llega a sus niveles más bajos.

Figura 8

Factor estacional de la producción de café peruano



Nota. *Fuente: Minagri

3.3.2.3. Producción internacional

Para la elaboración de la tabla 11 se buscó información en (United States Department of Agriculture, 2020), se tomó una muestra de los 10 principales países productores de café a nivel mundial, liderándolo Brasil con una producción de 4,074,000 miles de kilogramos, equivalentes a un 38.56% de la producción total del año 2020, y una tasa de crecimiento de 12.23% con respecto al año 2019, el segundo productor más grande es Vietnam con una participación de 17.15% del total mundial del año 2020. Quien tiene un porcentaje de variación mayor al de los demás es Honduras con 13.43%. Perú tiene una participación de 2.53% del total mundial, equivalentes a 267,000 miles de kilogramos, con una tasa de variación negativa de -2.20%, siendo quizás efectos de la pandemia quien origino estos resultados.

Tabla 11

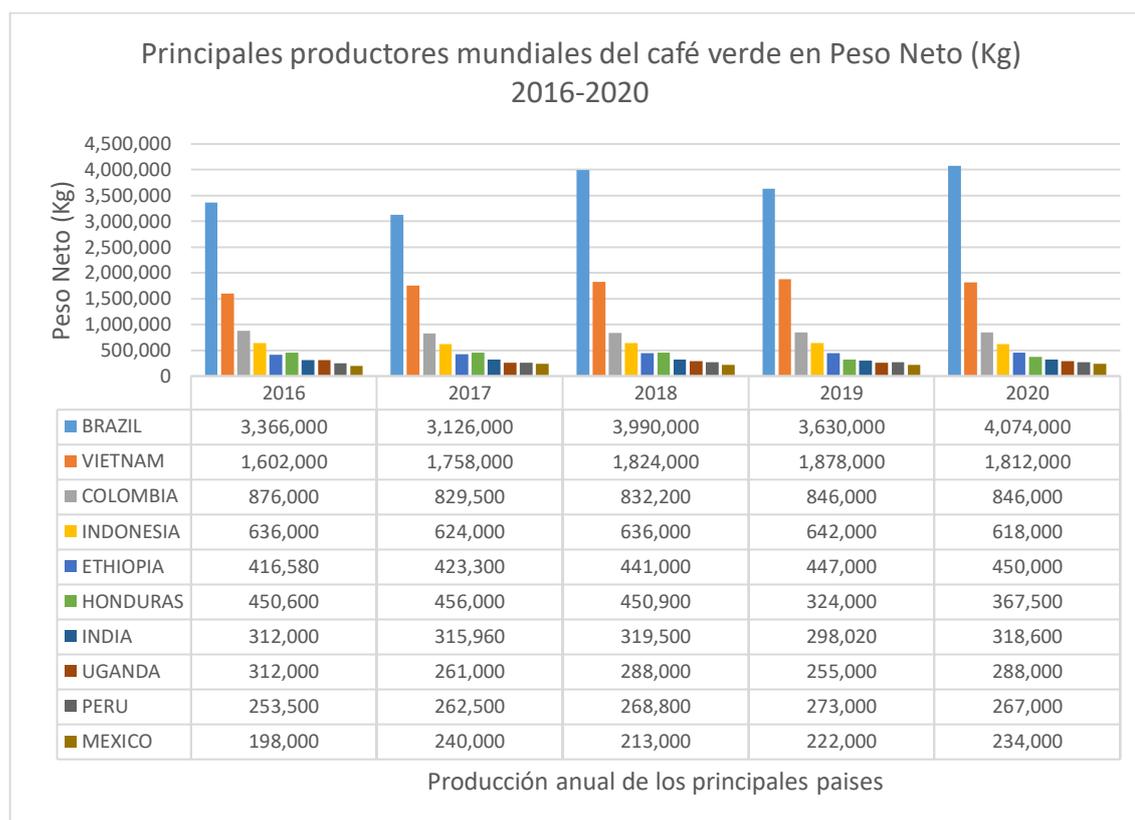
Principales productores mundiales del café verde en peso neto (miles de Kg) 2016-2020

N°	Países	2016	2017	2018	2019	2020	Total/País	Part. % 2020	% de variación 2019/2020
1	Brasil	3,366,000	3,126,000	3,990,000	3,630,000	4,074,000	18,186,000	38.56%	12.23%
2	Vietnam	1,602,000	1,758,000	1,824,000	1,878,000	1,812,000	8,874,000	17.15%	-3.51%
3	Colombia	876,000	829,500	832,200	846,000	846,000	4,229,700	8.01%	0.00%
4	Indonesia	636,000	624,000	636,000	642,000	618,000	3,156,000	5.85%	-3.74%
5	Etiopía	416,580	423,300	441,000	447,000	450,000	2,177,880	4.26%	0.67%
6	Honduras	450,600	456,000	450,900	324,000	367,500	2,049,000	3.48%	13.43%
7	India	312,000	315,960	319,500	298,020	318,600	1,564,080	3.02%	6.91%
8	Uganda	312,000	261,000	288,000	255,000	288,000	1,404,000	2.73%	12.94%
9	Perú	253,500	262,500	268,800	273,000	267,000	1,324,800	2.53%	-2.20%
10	México	198,000	240,000	213,000	222,000	234,000	1,107,000	2.21%	5.41%
Total		9,702,240	9,590,700	10,605,840	10,109,880	10,565,100	50,573,760	100%	4.50%

Nota. *Fuente: Foreign Agricultural Service/USDA

Figura 9

Principales productores mundiales del café verde en peso neto (miles de Kg) 2016-2020



Nota. *Fuente: Foreign Agricultural Service/USDA

3.3.3. Cualidades de un café de exportación

Tabla 12

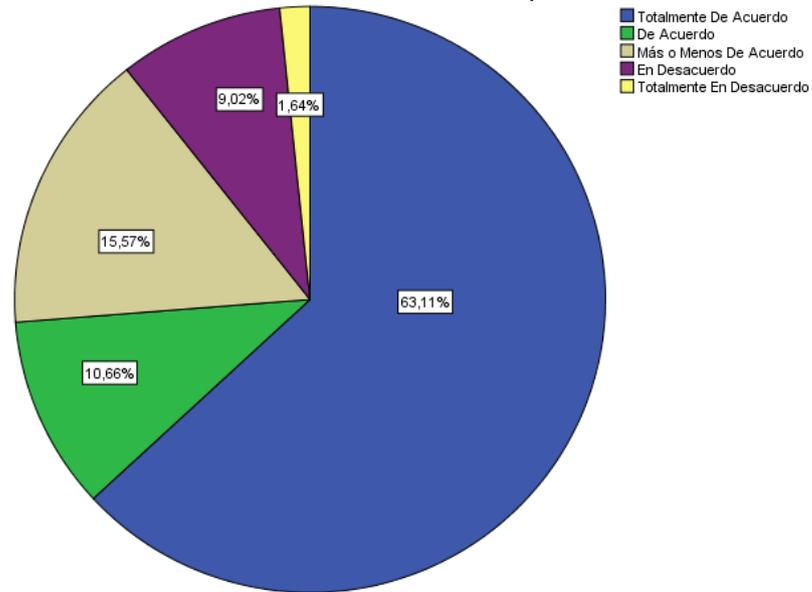
Distribución de frecuencias y porcentajes según las respuestas sobre si conoce las cualidades organolépticas del café

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	77	63.11
De Acuerdo	13	10.66
Más o Menos De Acuerdo	19	15.57
En Desacuerdo	11	9.02
Totalmente En Desacuerdo	2	1.64
Total	122	100.00

Figura 10

Conocimiento sobre las cualidades organolépticas del café

¿Usted considera, que las cualidades organolépticas que posee su café, lo hace ser más diferenciado con sus competidores?



Se evidencia en la tabla 12 y figura 10, que el 63.11% de los encuestados respondió estar totalmente de acuerdo, y el 10.66% respondió estar de acuerdo con que las cualidades organolépticas influyen en que su café sea diferenciado con el resto de café que se comercializa de diversas organizaciones., es por ello que se indicara cuáles son esas cualidades que diferencian al café.

La Specialty Coffee Association (SCA), define una serie de requisitos para quienes se dedican a la compra y venta de cafés especiales, estableciendo estándares para aspectos técnicos del producto. Para definir el rendimiento de un café, se debe analizar una muestra de 350 gramos de café pergamino, donde aproximadamente el 80.2% debe ser exportable y el resto cáscara y descarte.

Tabla 13*Estándares de rendimiento de una muestra café procesado en planta*

Descripción / Ítems	Gramos	Porcentaje
Muestra café pergamino	350.00	100.00%
Rend. Exportable	280.70	80.20%
Descarte	18.80	5.37%
Cáscara	50.50	14.43%

Nota. *Fuente: SCA Coffee Standards**Tabla 14***Rendimiento de una muestra de 350 gramos de café de la asociación APASVAHU en la planta NOR CAFE S.A.C.*

Muestra De Café De 350.00 Gramos		
Descripción / Ítems	Gramos	Porcentaje
Rend. Exportable	258.50	73.86%
Segunda	22.50	6.43%
Descarte	2.00	0.57%
Coco	2.00	0.57%
Cáscara	65.00	18.57%
Total	350.00	100.00%

Nota. *Fuente: Reporte de proceso de la planta NOR CAFÉ S.A.C. de un contenedor de la Asociación APASVAHU

En la anterior tabla podemos observar los datos de una muestra de café de la asociación APASVAHU procesada en planta, en donde, con una muestra de 350 gramos de café pergamino, se tiene 73.86% de café exportable, siendo 18.57% (cáscara), 6.43% (café segunda) y 1.14% (café coco y descarte).

Para explicar la siguiente figura hay que tener entendido lo siguiente:

- 1 quintal de café pergamino, equivale a 55.2 kilogramos.
- 1 quintal de café oro en grano verde, equivale a 46 kilogramos.

Una vez entendido lo anterior pasamos a explicar la figura 11. De un lote de 25,962.00 kilogramos de café pergamino los cuales equivalen a 470 quintales, transportados en 353 sacos de aproximadamente 73.5 Kg por saco. Después de procesado ese lote se tendría 19,857.00 Kg que son 431

quintales de café en oro grano verde, en 287 sacos de 69 kg cada uno como se muestra en la siguiente figura 11.

Figura 11

Reporte de proceso de un lote de café para exportación de la asociación APASVAHU

DATOS GENERALES DEL COMPROBANTE					
Cliente: ASOC. DE PRODUCTORES AGROP. SOSTENIBLES DEL VALLE DE HUAYABAMBA					
T.Café / Cert. / Sellos: ORGANICO/IMO CERT/...			Fecha: 07/09/2021		
Preparación: 15		Nº Malla: MALLA 14			
Ref. Contrato: R464#1			Marca: 30/668/8052		
Anotaciones: -					
I. MATERIA PRIMA A MAQUINA					
Guía Ing / Guía Rem.	Producto	T. Café/Certificadora/Sellos	Sacos	Kilos	QQ
GI00001173 / 001-00005	PERGAMINO	ORGANICO / BY OCIA / ...	353	25,962.00	470.33
TOTAL:			353	25,962.00	470.33
II. RESULTADOS					
Producto	T. Café/Certificadora/Sellos	Sacos	Kilos Netos	kilos%	QQ
EXPORTABLE I	ORGANICO / IMO CERT / ...	287	19,857.00	76.48	431.67
ESCOJO	ORGANICO / IMO CERT / ...	6	414.00	1.59	9.00
SEGUNDA	ORGANICO / IMO CERT / ...	8	572.00	2.20	12.43
MENUDO	ORGANICO / IMO CERT / ...	0	53.00	0.20	1.15
COCO	ORGANICO / IMO CERT / ...	1	78.00	0.30	1.70
CASCARA	ORGANICO / IMO CERT / ...	72	4,988.00	19.21	108.43
TOTAL:			25,962.00	100	564.38

Nota. *Fuente: Reporte de proceso de la planta NOR CAFÉ S.A.C. de un contenedor de café de la Asociación APASVAHU

Figura 12

Clasificación de cafés especiales

PUNTAJE	CALIFICACIÓN	ESPECIALIDAD SI/NO
90-100	Sobresaliente	Café Especial
85-89.99	Excelente	Café Especial
80-84.99	Muy bien	Café Especial
>80,0	Por debajo de la calidad de especialidad	Café no especial

Notas. *Fuente: Specialty Coffee Company

La figura 12 muestra cómo se clasifica el café de especialidad, el cual debe de tener una puntuación superior a 80 puntos y llegar hasta máximo a 100 puntos.

Ya teniendo conocimiento sobre cuál es el puntaje mínimo que debe de tener un café catado por un especialista en el ámbito, procedemos a visualizar la siguiente figura, la cual muestra cómo se desarrolla los puntajes de un lote de café procesado en planta, el cual es el análisis sensorial, en donde se obtiene un puntaje de 83.50, el cual ingresa en la categoría de café especial.

Figura 13

Reporte de análisis sensorial de un lote de café para exportación de la asociación APASVAHU

2. ANALISIS SENSORIAL										
Aroma	Sabor	Resabio	Acidez	Cuerpo	Uniform...	Balance	TLimpia	Dulzor	Catador	Total
7.75	7.50	7.50	7.75	7.75	10.00	7.50	10.00	10.00	7.75	83.50
Anotaciones:		DULZURA MEDIA, ACIDEZ MEDIA ALTA, CHOCOLATE CLARO Y CITRICO, FRUTOS PINTONES, PANELA, JUGOSO, MANZANA VERDE, CUERPO UNIFORME, CAFE LIMPIO.								

Nota. *Fuente: Reporte de proceso de la planta NOR CAFÉ S.A.C. de un contenedor de la Asociación APASVAHU

3.3.4. Equipos y máquinas de APASVAHU para acopio de café

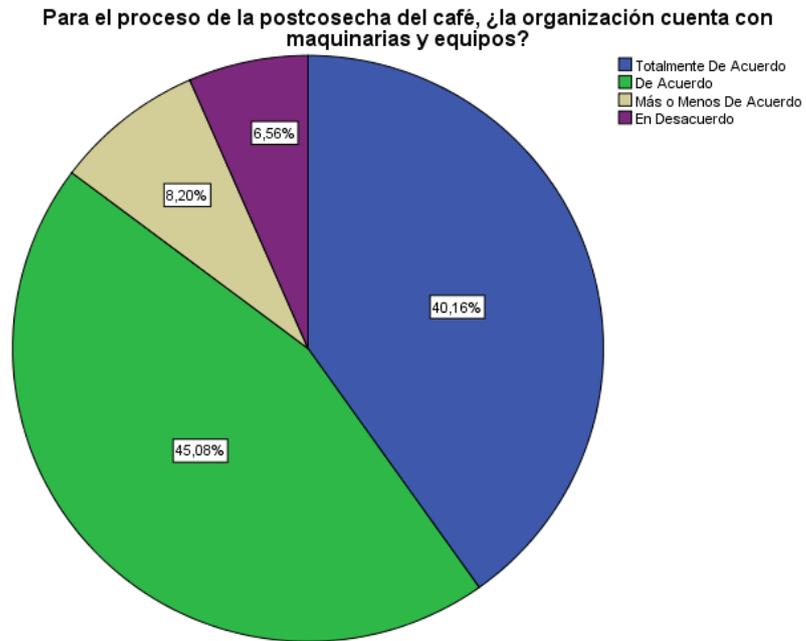
Tabla 15

Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas acerca de si la asociación cuenta con maquinarias y equipos para proceso postcosecha del café acopiado

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	49	40.16
De Acuerdo	55	45.08
Más o Menos De Acuerdo	10	8.20
En Desacuerdo	8	6.56
Total	122	100.00

Figura 14

La asociación tiene maquinaria y equipo para el proceso postcosecha



Como se puede evidenciar en la tabla 15 y figura 14, El 40.16% de los socios respondió totalmente de acuerdo y el 45.08% respondió estar de acuerdo con que la asociación cuenta con maquinarias y equipos para el proceso de postcosecha el cual tiene que ver con el acopio del café.

La asociación cuenta con los equipos y máquinas que se presentan a continuación.

- **Equipos:**

Figura 15

Pluma



Figura 16

Balanza granulométrica



Figura 17

Piladora de café pergamino



Figura 18

Medidor de humedad



Figura 19

Jarras hervidoras



Figura 20

Pírex



Figura 21

Cronómetro



Figura 22

Depósito y cuchara de catación



- **Maquinas:**

Figura 23

Balanza



Figura 24

Tostadora de café en grano verde

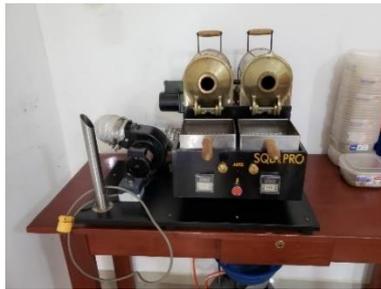


Figura 25

Máquina para moler café tostado



3.4. Análisis de la competitividad en las exportaciones de café

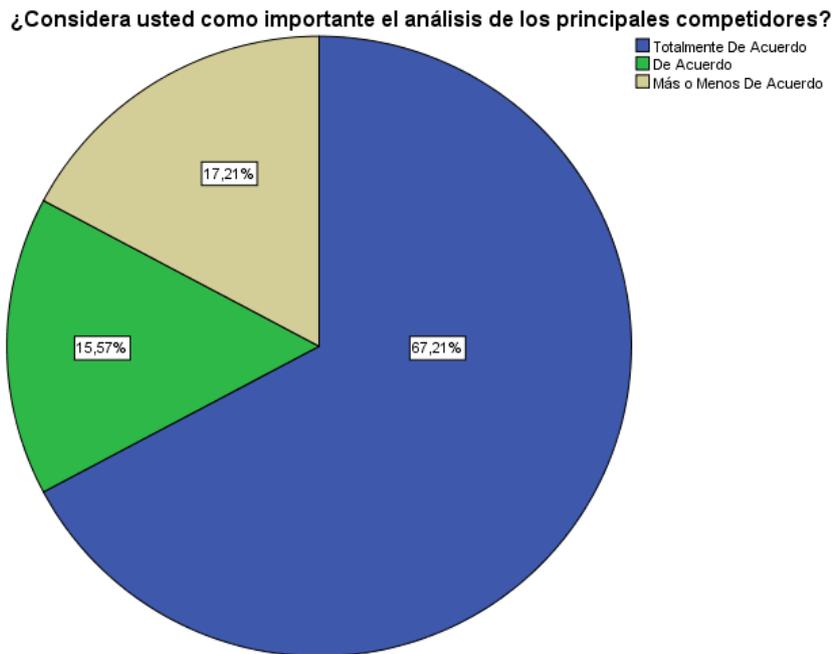
Tabla 16

Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas sobre si sería importante analizar a los competidores

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	82	67.21
De Acuerdo	19	15.57
Más o Menos De Acuerdo	21	17.21
Total	122	100.00

Figura 26

Análisis de los principales competidores



Presentando la tabla 16 y figura 26, se da a evidenciar que el 15.57% de los encuestados respondió estar de acuerdo, mientras que el 67.21% está totalmente de acuerdo en que es importante el análisis de los principales competidores.

3.4.1. Competidores en el mercado local

Perú es considerado como un productor y exportador de café a nivel mundial, pero es el que tiene un consumo per cápita demasiado bajo, ya que no existe ese desarrollo del consumo de café, lo cual se retribuye a que las importaciones de café que tiene Perú, son muy bajas y así también muy inestable.

Como se puede ver en la siguiente Tabla 17, durante los periodos del 2017 al 2020, los exportadores de granos de café verde hacia Perú fueron: Brasil, India, y Ecuador, sus precios son relativamente bajos, pero con una calidad muy por debajo del café peruano tipo Arábico.

Tabla 17

Principales países que venden el café en grano verde al Perú (valor en miles de USD)

N°	Exportador	2016	2017	2018	2019	2020	Total
1	Brasil	0	0	0	0	151	151
2	India	15	68	0	58	0	141
3	Ecuador	7	116	0	0	0	123
4	Costa Rica	36	46	22	18	0	122
5	Panamá	0	0	0	14	10	24
6	Honduras	0	7	12	0	3	22
	Mundo	58	237	34	90	164	583

Nota. *Fuente: ITC Trade Map y Sunat

En el mercado local solo se vende el café Robusta y también la Arabica pero convencional, estos únicamente son utilizados por Altomayo, Kirma, Nescafé, y Colcafé, entre otros, que lo comercializan mediante retail o consumo minorista, como café tostado, café molido, y café instantáneo.

3.4.2. Exportaciones peruanas de café verde al mundo

Figura 27

Exportaciones agrarias por sub partidas arancelarias (2020)

Subpartida Nacional	Descripción	Peso Neto (t)	Valor FOB (Miles USD)	Precio FOB (USD/t)	Part. %	Part. Acumulada %
TOTAL			7 791 064		100,0	
0806100000	Uvas frescas	438 180	1 045 994	2 387	13,4	13,4
0810400000	Arandanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos	162 210	1 002 975	6 183	12,9	26,3
0804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	411 034	759 126	1 847	9,7	36,0
9011190000	Café sin tostar, sin descafeinar, los demás	212 561	637 759	3 000	8,2	44,2
0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	125 430	377 114	3 007	4,8	49,1
0804502000	Mangos y mangostanes, frescos o secos	239 566	280 572	1 171	3,6	52,7
0805299000	Los demás cítricos	146 574	180 092	1 229	2,3	55,0
0803901100	Bananas incluidos los plátanos tipo "cavendish valery" frescos	210 988	147 699	700	1,9	56,9
2309909000	Preparaciones utilizadas para la alimentación de los animales, demás	137 335	133 271	970	1,7	58,6
1801001900	Los demás cacao en grano, entero o partido, crudo	47 609	127 585	2 680	1,6	60,2
1008509000	Los demás quinua, excepto para siembra	51 050	124 418	2 437	1,6	61,8
0811909100	Mango congelado c/Azúcar (mangifera indica l)	72 171	117 540	1 629	1,5	63,3

Nota. *Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Elaborado: MIDAGRI-DGESEP/DEA

En el Anuario Estadístico “Comercio exterior agrario 2020”, se puede observar que según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, en su reporte de las exportaciones agrarias por sub partidas arancelarias 2020, la partida arancelaria del café suma un total exportado de 212,561 Toneladas, con un valor FOB de más de 637,759 (miles USD), ocupando el cuarto puesto de las exportaciones en el 2020, todo esto a un valor unitario de 3,000 (USD/T). Se observa también que esta partida tiene una participación del 8.2% de las exportaciones peruanas agrarias para el año 2020.

En la siguiente tabla 18, se puede observar las exportaciones peruanas de café en grano verde, durante los años 2016 al 2020, mostrando que el volumen tiene un desarrollo creciente y decreciente, que va con una caída a partir del año 2019, mientras que el valor promedio por kilogramo (USD/KG), muestra como los precios internacionales. El único año dentro de estos cinco años donde el valor FOB alcanzó su máximo valor fue en el año 2016, para el año 2018 el precio internacional sufre la mayor baja en el lapso de los 5 años, llegando a 2.6 dólares por kilogramo de café en grano verde, y en el 2020 se observa una reducción del volumen exportado, que podrían estar explicados por la pandemia mundial COVID-19.

Estos precios son los cotizados por la bolsa de New York, el cual se encarga de cotizar café Arabica.

Tabla 18

Resumen de las exportaciones peruanas de café 2016-2020

Indicadores	2016	2017	2018	2019	2020
Valor FOB (USD)	756,333,000	708,822,000	667,336,000	619,656,000	639,890,000
Peso Neto (kg)	239,331,000	245,735,000	256,272,000	226,540,000	213,215,000
Valor promedio x kg (USD/Kg)	3.16	2.88	2.60	2.74	3.00

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Gráficos del resumen de las exportaciones de Perú al mundo 2016-2020

Figura 28

Por valor FOB

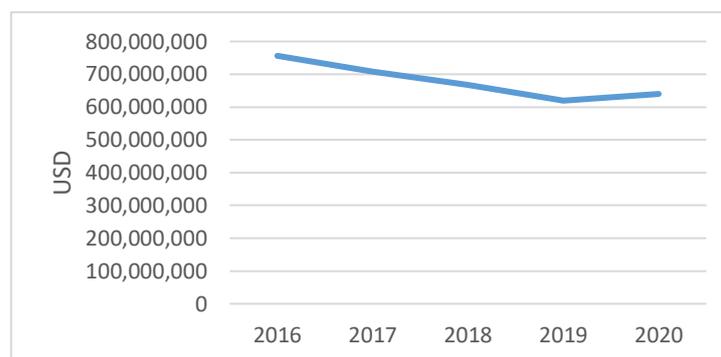


Figura 29

Por peso neto

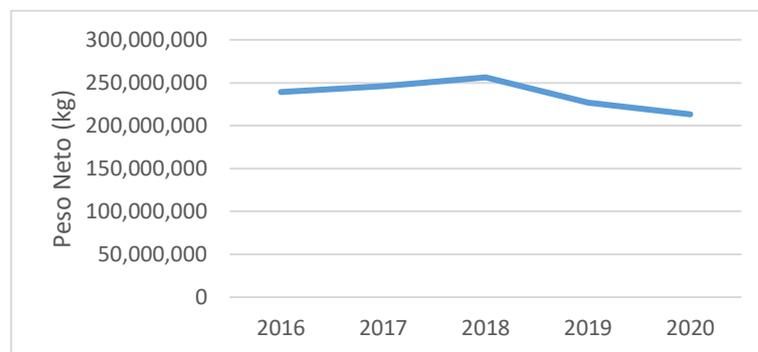
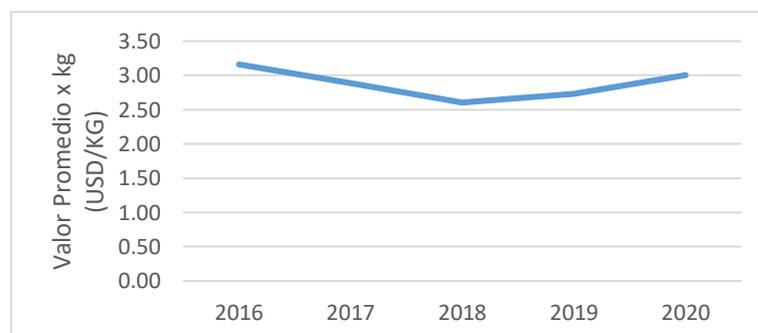


Figura 30

Por precio promedio (USD/KG)



Nota. *Fuente: ITC Trade Map

En el lapso de los años 2016 al 2020, el desarrollo de las exportaciones de café en grano verde de Perú al mundo, en temas de valor FOB, según la plataforma del Trade Map (2021) el año 2016 alcanza el valor más alto, pero hasta el año 2019 hubo un crecimiento negativo, en el año 2020, aun estando en pandemia del Covid-19, se pudo crecer en valor FOB un 3.0% con respecto a su año anterior. En el valor del peso neto pasa en cierta parte lo contrario al valor FOB, siendo que desde al año 2016 si hay un crecimiento positivo hasta el 2018, para después crecer negativamente.

Analizando esos dos valores importantes, se pudo obtener el valor (USD) promedio por kilogramo de café en grano verde, el precio más alto obtenido en el lapso de estos últimos 5 años es el 2016, con un precio de 3.16 dólares por kilogramo, para que luego este valor llegue a 2.60 dólares en el año 2018 siendo el valor más bajo que pudo tener un kilogramo de café verde en estos cinco años, para el año 2020 alcanzó un valor de 3.0 dólares por kilogramo de café verde, siendo sorprendente como es que no afectó negativamente la pandemia a las ventas de este producto, teniendo un mayor precio a partir del año 2018. Aunque no se ha podido llegar aun al precio promedio del año 2016, el año 2020 está muy cerca de ese valor, se espera que para el año 2021 se logre igualar y superar el valor de 3.16 dólares por kilogramo de café en grano verde, pero esto aún dependerá de cómo afecten las restricciones que se den en cada país por efecto de la pandemia.

3.4.3. Principales mercados de destino del café verde peruano

Tabla 19

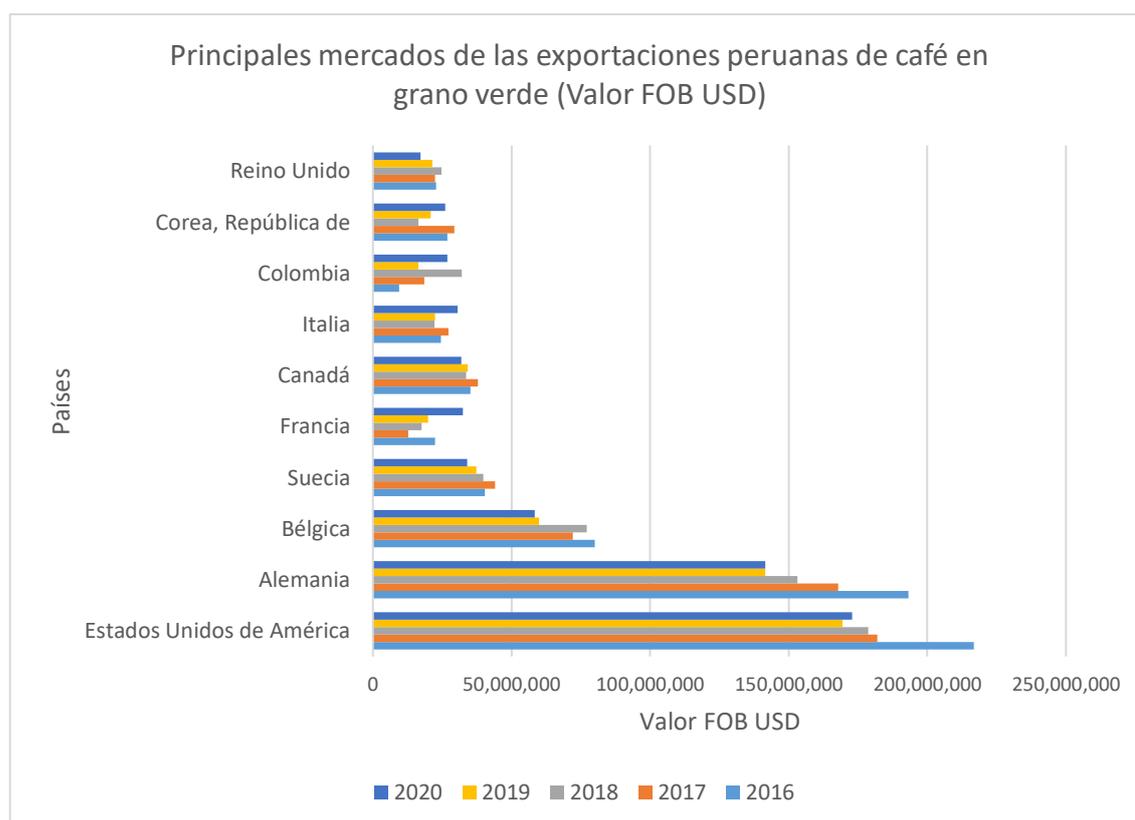
Principales mercados a los que Perú exporta café en grano verde (valor FOB USD)

N°	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación 2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Estados Unidos de América	216,800,000	182,040,000	178,760,000	169,337,000	172,836,000	27.01%	3,499,000	2%
2	Alemania	193,111,000	167,837,000	153,095,000	141,538,000	141,541,000	22.12%	3,000	0%
3	Bélgica	79,953,000	72,072,000	77,170,000	60,012,000	58,358,000	9.12%	-1,654,000	-3%
4	Suecia	40,430,000	44,142,000	39,825,000	37,336,000	33,941,000	5.30%	-3,395,000	-9%
5	Francia	22,468,000	12,735,000	17,572,000	19,938,000	32,425,000	5.07%	12,487,000	63%
6	Canadá	35,233,000	37,922,000	33,604,000	34,123,000	31,909,000	4.99%	-2,214,000	-6%
7	Italia	24,505,000	27,340,000	22,139,000	22,477,000	30,537,000	4.77%	8,060,000	36%
8	Colombia	9,365,000	18,538,000	32,115,000	16,474,000	26,947,000	4.21%	10,473,000	64%
9	Corea del Sur	26,781,000	29,330,000	16,390,000	20,914,000	26,110,000	4.08%	5,196,000	25%
10	Reino Unido	22,805,000	22,329,000	24,820,000	21,509,000	17,176,000	2.68%	-4,333,000	-20%
Total		756,334,000	708,822,000	667,334,000	619,655,000	639,893,000	100%	20,238,000	3%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Figura 31

Principales mercados de las exportaciones peruanas de café en grano verde (Valor FOB USD)



Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Como se observa, el país de Estados Unidos de América, y países de Europa, conforman los principales mercados de las exportaciones peruanas para el café en grano verde en valor FOB (USD), estos diez países en conjunto tienen una participación del 89.35%, donde EE. UU. lidera esta tabla con 27.01%, seguido de Alemania con 22.12%, y Bélgica con 9.12%. En el año 2020, inclusive estando en tiempos de la pandemia, algunos países tuvieron un incremento positivo con respecto al año anterior (2019) en valor FOB, como lo son Colombia con +64%, seguido de Francia con +63%, e Italia con +36%, pero aparte de ellos, hubo contracciones que sufrieron algunos países como lo son Reino Unido con -20%, seguido de Suecia con -9%, y Canadá con -6%, pudiendo ser una consecuencia de marcada por la pandemia.

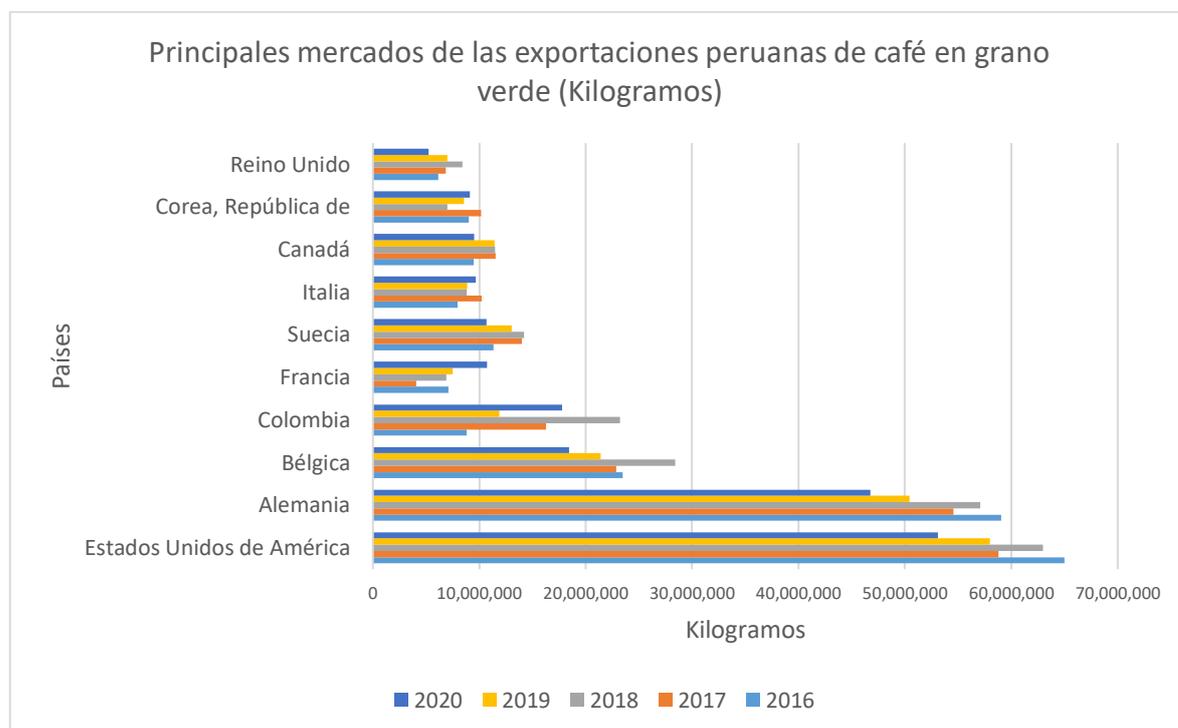
Tabla 20*Principales mercados a los que Perú exporta café en grano verde (Kilogramos)*

N°	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación 2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Estados Unidos de América	65,014,000	58,784,000	62,971,000	57,995,000	53,113,000	25%	-4,882,000	-8%
2	Alemania	59,062,000	54,543,000	57,064,000	50,424,000	46,749,000	22%	-3,675,000	-7%
3	Bélgica	23,488,000	22,847,000	28,410,000	21,419,000	18,445,000	9%	-2,974,000	-14%
4	Colombia	8,834,000	16,253,000	23,232,000	11,877,000	17,780,000	8%	5,903,000	50%
5	Francia	7,084,000	4,065,000	6,900,000	7,501,000	10,746,000	5%	3,245,000	43%
6	Suecia	11,349,000	14,004,000	14,201,000	13,070,000	10,700,000	5%	-2,370,000	-18%
7	Italia	7,957,000	10,241,000	8,824,000	8,861,000	9,680,000	5%	819,000	9%
8	Canadá	9,463,000	11,535,000	11,504,000	11,449,000	9,502,000	4%	-1,947,000	-17%
9	Corea del Sur	9,030,000	10,153,000	7,005,000	8,546,000	9,095,000	4%	549,000	6%
10	Reino Unido	6,165,000	6,862,000	8,422,000	6,977,000	5,218,000	2%	-1,759,000	-25%
Total		239,330,000	245,736,000	256,273,000	226,543,000	213,215,000	100%	-13,328,000	-6%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Figura 32

Principales mercados de las exportaciones peruanas de café en grano verde (Kilogramos)



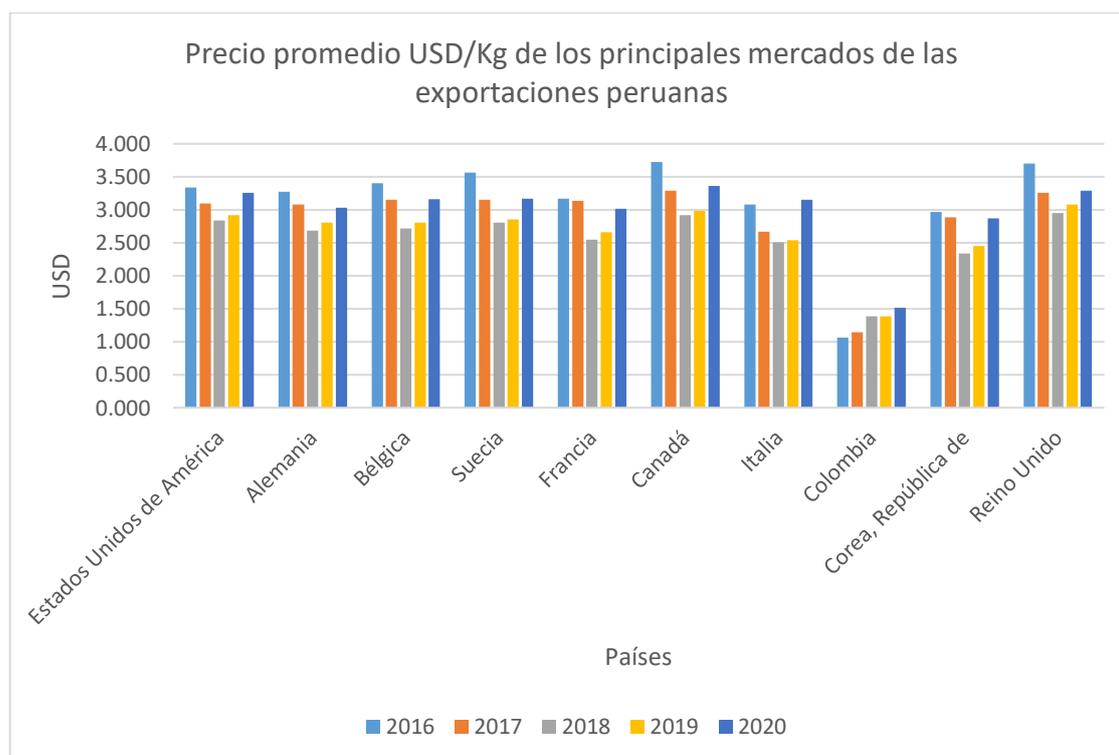
Nota. *Fuente: ITC Trade Map

La tabla 20 muestra el volumen de las exportaciones peruanas de café verde de los diez principales mercados, donde EE.UU. y países de Europa se ubican como los principales importadores del café peruano, con el 89% del total exportado, EE.UU. se ubica en primer lugar con una participación del 25%, seguido de Alemania con 22%, y Bélgica con 9%.

En el año 2020 el volumen tubo una reducción con respecto al 2019, de -6% equivalentes a 13,328,000 kilogramos de café que no fue vendido, ocasionados por la pandemia, pero países como Colombia Francia, Italia, y Corea del Sur tuvieron crecimientos de 50%, 43%, 9%, y 6% respectivamente, indicando que incrementaron el volumen sus compras de café de Perú.

Tabla 21*Precio promedio USD/Kg de los principales mercados de las exportaciones peruanas*

N°	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
	Estados Unidos de América	3.335	3.097	2.839	2.920	3.254	0.334	11.4%
2	Alemania	3.270	3.077	2.683	2.807	3.028	0.221	7.9%
3	Bélgica	3.404	3.155	2.716	2.802	3.164	0.362	12.9%
4	Suecia	3.562	3.152	2.804	2.857	3.172	0.315	11.0%
5	Francia	3.172	3.133	2.547	2.658	3.017	0.359	13.5%
6	Canadá	3.723	3.288	2.921	2.980	3.358	0.378	12.7%
7	Italia	3.080	2.670	2.509	2.537	3.155	0.618	24.4%
8	Colombia	1.060	1.141	1.382	1.387	1.516	0.129	9.3%
9	Corea del Sur	2.966	2.889	2.340	2.447	2.871	0.424	17.3%
10	Reino Unido	3.699	3.254	2.947	3.083	3.292	0.209	6.8%
	Total promedio	3.160	2.884	2.604	2.735	3.001	0.266	9.7%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map**Figura 33***Precio promedio USD/Kg de los principales mercados de las exportaciones peruanas**Nota.* *Fuente: ITC Trade Map

Analizando la tabla 21, siendo EE. UU. el mayor importador de café peruano en el 2020 en valor FOB y cantidad, tiene un precio promedio de 3.254 USD/Kg. Sin embargo, es superado por países como Canadá, el cual tiene un precio promedio de 3.358 USD/Kg, y Reino Unido con 3.294 USD/Kg, durante el año 2020.

Los 10 principales mercados de las exportaciones peruanas, registraron un incremento en el precio promedio USD/kg, siendo Italia el de mayor incremento con respecto al año 2019, ya que para el año 2020 incremento en 24.4%, seguido de Corea del sur con 17.3%, y Francia con 13.5%.

3.4.4. Principales empresas exportadoras de café verde peruano

Tabla 22

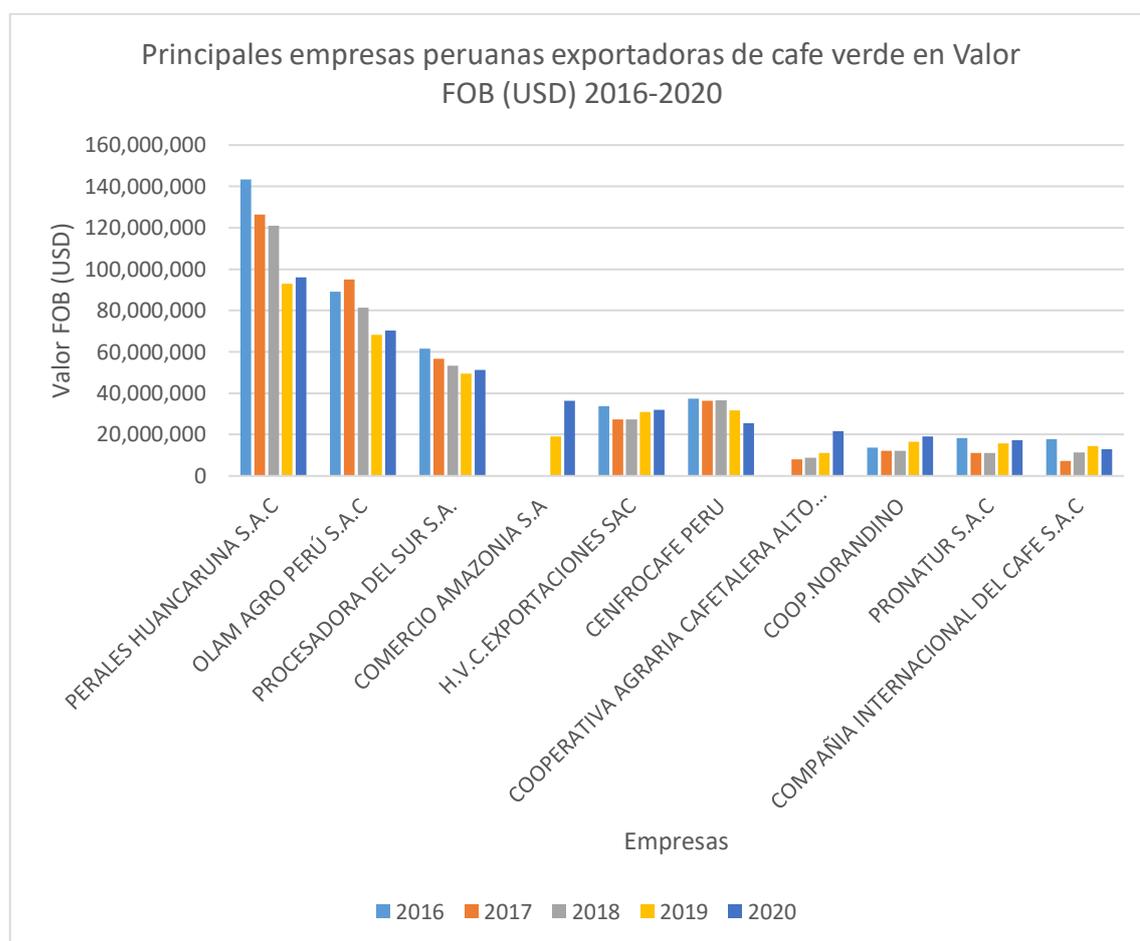
Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en valor FOB (USD) 2016-2020

N°	RUC	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	Part. % 2020	% de variación 2019/2020
1	20131495006	PERALES HUANCARUNA S.A.C	143,450,100	126,323,300	121,100,100	92,948,250	95,983,950	15%	3.27%
2	20512896252	OLAM AGRO PERÚ S.A.C	89,196,740	94,970,420	81,406,740	68,162,050	70,388,230	11%	3.27%
3	20109195848	PROCESADORA DEL SUR S.A.	61,506,720	56,705,760	53,386,720	49,572,400	51,191,440	8%	3.27%
4	20603964153	COMERCIO AMAZONIA S. A	0	0	0	19,134,439	36,281,933	6%	89.62%
5	20508634090	H.V.C. EXPORTACIONES S.A.C	33,816,700	27,441,100	27,366,700	30,982,750	31,994,650	5%	3.27%
6	20438297775	COOP. CENFROCAFE PERÚ	37,253,360	36,352,880	36,693,360	31,786,200	25,595,720	4%	-19.48%
7	20542215501	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA ALTO MAYO	430,356	8,099,948	8,689,356	11,068,270	21,756,362	3%	96.57%
8	20525416543	COOP. NORANDINO	13,690,020	12,264,660	12,020,020	16,589,650	19,196,790	3%	15.72%
9	20395379233	PRONATUR S.A.C	18,421,018	11,138,194	11,018,018	15,730,685	17,277,111	3%	9.83%
10	20107974467	COMPAÑÍA INTERNACIONAL DEL CAFE S.A.C	17,879,214	7,176,440	11,346,680	14,393,100	12,797,860	2%	-11.08%
Total			756,334,000	708,822,000	667,334,000	619,655,000	639,893,000	100%	3.27%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map y Sunat

Figura 34

Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en valor FOB (USD) 2016-2020



Nota. *Fuente: ITC Trade Map y Sunat

La tabla anterior 22, muestra como las 10 principales empresas exportadoras, tienen el 58% del valor total exportado el año 2020, Perales Huancaruna S.A.C. ocupa el primer lugar con una participación del 15%, seguido de Olam Agro Perú con 11% de participación, y Procesadora del Sur S.A. con 8%. Únicamente Coop. Cenfrocafé Perú, y Compañía Internacional del Café, registraron un crecimiento negativo en sus exportaciones, comparando con el año 2019, luego las demás ocho principales empresas registraron un crecimiento positivo en sus exportaciones.

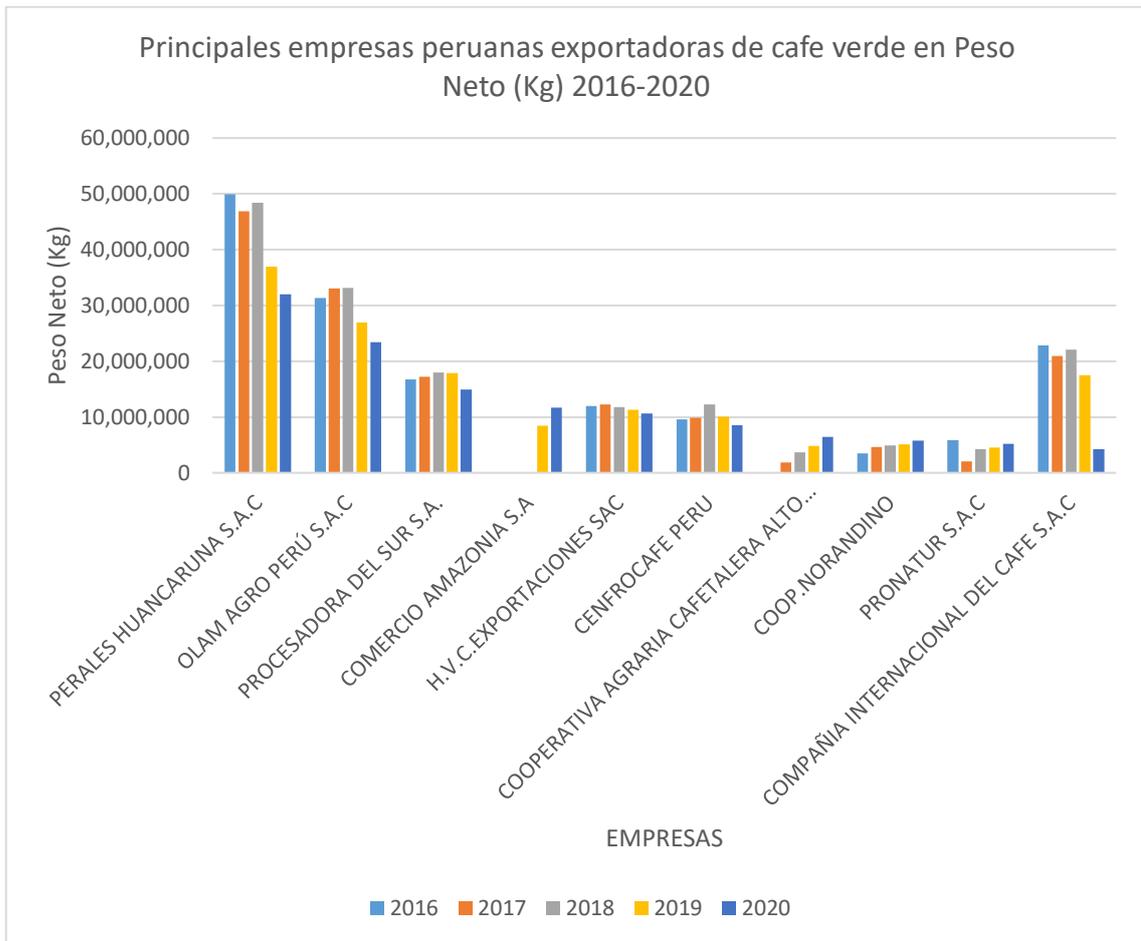
Tabla 23*Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en peso neto (Kg) 2016-2020*

No	RUC	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	Part. % 2020	% de variación 2019/2020
1	20131495006	PERALES HUANCARUNA S.A.C	49,899,500	46,860,400	48,440,950	36,981,450	31,982,250	15%	-13.52%
2	20512896252	OLAM AGRO PERÚ S.A.C	31,326,300	33,030,960	33,190,030	26,919,730	23,453,650	11%	-12.88%
3	20109195848	PROCESADORA DEL SUR S.A.	16,753,100	17,201,520	17,939,110	17,858,010	14,925,050	7%	-16.42%
4	20603964153	COMERCIO AMAZONIA S. A	0	0	0	8,459,865	11,726,825	6%	38.62%
5	20508634090	H.V.C. EXPORTACIONES S.A.C	11,966,500	12,286,800	11,813,650	11,327,150	10,660,750	5%	-5.88%
6	20438297775	COOP. CENFROCAFE PERÚ	9,573,200	9,829,440	12,250,920	10,061,720	8,528,600	4%	-15.24%
7	20542215501	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA ALTO MAYO	92,808	1,872,080	3,688,190	4,796,290	6,396,450	3%	33.36%
8	20525416543	COOP. NORANDINO	3,461,910	4,634,872	4,919,371	5,116,661	5,756,805	3%	12.51%
9	20395379233	PRONATUR S.A.C	5,863,585	2,020,532	4,278,689	4,550,304	5,223,768	2%	14.80%
10	20107974467	COMPAÑÍA INTERNACIONAL DEL CAFE S.A.C	22,847,035	20,914,720	22,125,460	17,530,860	4,264,300	2%	-75.68%
Total			239,330,000	245,736,000	256,273,000	226,543,000	213,215,000	100%	-5.88%

*Nota. *Fuente: ITC Trade Map y Sunat*

Figura 35

Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en peso neto (Kg) 2016-2020



Nota. *Fuente: ITC Trade Map y Sunat

Del año 2019 al año 2020, empresas como Perales Huancaruna S.A.C, Olam Agro Perú, Procesadora del Sur S.A., y demás, tuvieron un decrecimiento en el volumen de sus exportaciones, pero empresas como Comercio Amazonia S.A., Cooperativa Agraria Cafetalera Alto Mayo, Coop. Norandino, y Pronatur S.A.C elevaron el volumen de sus exportaciones.

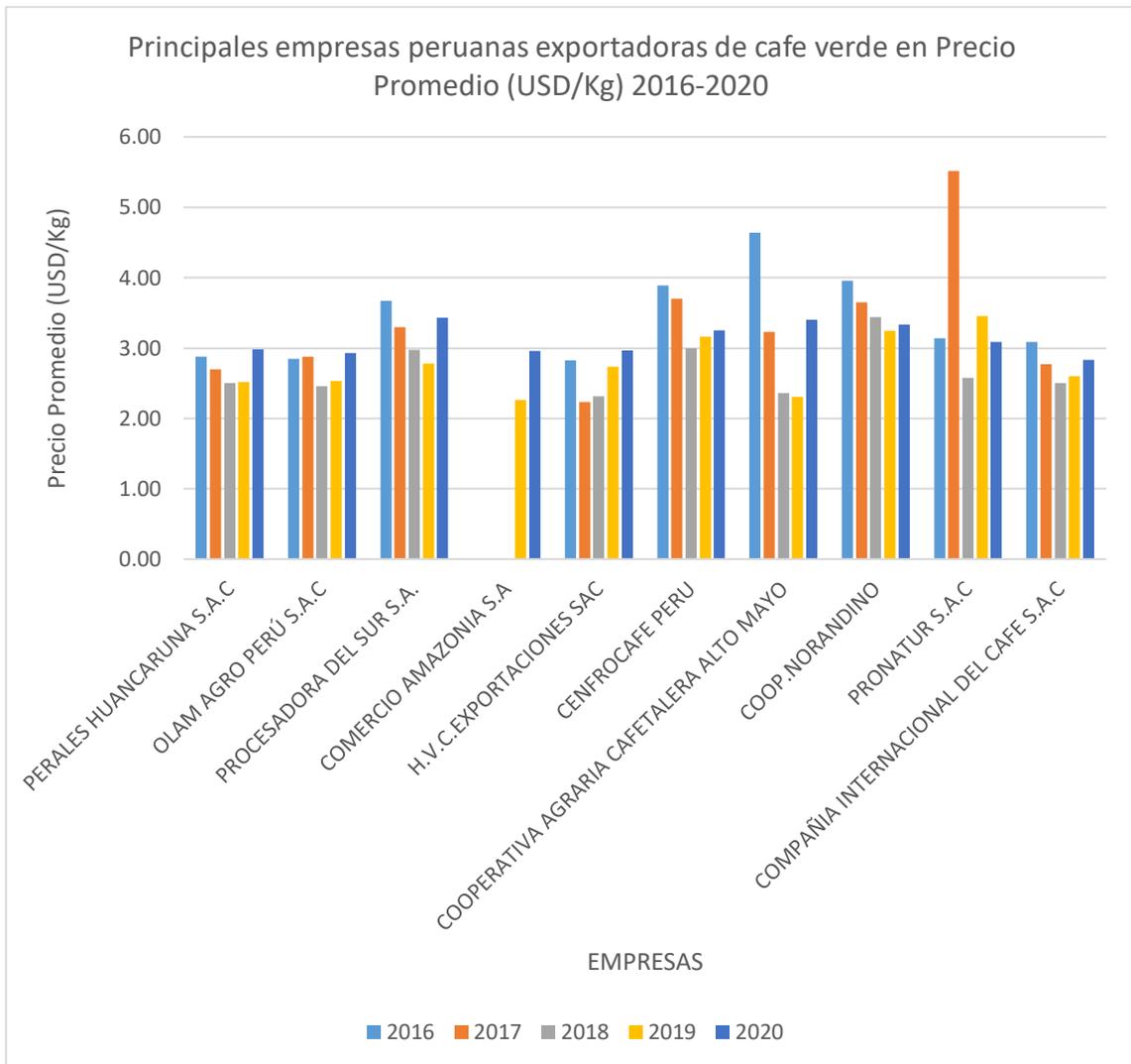
Tabla 24*Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en precio promedio (USD/Kg) 2016-2020*

No	RUC	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio	% de variación 2019/2020
1	20131495006	PERALES HUANCARUNA S.A.C	2.87	2.70	2.50	2.51	2.98	2.71	18.57%
2	20512896252	OLAM AGRO PERÚ S.A.C	2.85	2.88	2.45	2.53	2.93	2.73	15.72%
3	20109195848	PROCESADORA DEL SUR S.A.	3.67	3.30	2.98	2.78	3.43	3.23	23.56%
4	20603964153	COMERCIO AMAZONIA S. A	0	0	0	2.26	2.96	1.04	30.87%
5	20508634090	H.V.C. EXPORTACIONES S.A.C	2.83	2.23	2.32	2.74	2.97	2.62	8.58%
6	20438297775	COOP. CENFROCAFE PERÚ	3.89	3.70	3.00	3.16	3.25	3.40	2.88%
7	20542215501	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA ALTO MAYO	4.64	3.23	2.36	2.31	3.40	3.19	47.39%
8	20525416543	COOP. NORANDINO	3.95	3.65	3.44	3.24	3.33	3.52	2.85%
9	20395379233	PRONATUR S.A.C	3.14	5.51	2.58	3.46	3.09	3.56	-10.62%
10	20107974467	COMPAÑÍA INTERNACIONAL DEL CAFE S.A.C	3.09	2.77	2.50	2.60	2.83	2.76	8.85%
Total Promedio			3.16	2.88	2.60	2.74	3.00	2.88	9.72%

*Nota. *Fuente: ITC Trade Map y Sunat*

Figura 36

Principales empresas peruanas exportadoras de café verde en precio promedio (USD/Kg) 2016-2020



Nota. *Fuente: ITC Trade Map y Sunat

Analizando la Tabla 24, el cual muestra a los 10 principales exportadores de café verde del Perú al mundo, en el año 2020 todos a excepción de Pronatur S.A.C, tuvieron un incremento de su precio promedio a comparación del año 2019, el porcentaje más alto de variación lo obtiene la Cooperativa Agraria Cafetalera Alto Mayo Con 47.39%, y Comercio Amazonia S.A. con 30.87%.

3.4.5. Principales exportadores mundiales del café verde

A continuación, se presenta a los 10 principales exportadores de café en grano verde a nivel mundial en cantidad (Toneladas), los 5 mayores exportadores representan el 61.69% del total mundial, siendo Brasil el mayor representante con una participación del 37% del total, seguido de Vietnam con un 16% y Colombia con 9% para el año 2020. Seis de los diez países presentan un porcentaje de variación negativa: Vietnam -13%, Colombia -8%, Honduras -11%, Etiopía -11%, Perú -6%, y India -12%; los demás países tienen un crecimiento positivo.

Perú el noveno exportador a nivel mundial con una participación del 3% del total del año 2020, la cantidad exportada disminuyó en 13,325 Toneladas con respecto al año 2019, ya que Perú es uno de los países que fue golpeado por la pandemia mundial, como muchos otros, que fueron afectados en sus negociaciones.

Tabla 25*Principales exportadores mundiales del café verde en peso neto (Toneladas) 2016-2020*

No	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación 2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Brasil	1,823,881	1,647,811	1,826,997	2,214,595	2,372,599	32%	158,004	7%
2	Vietnam	1,679,153	1,434,453	856,761	1,388,466	1,208,071	16%	-180,395	-13%
3	Colombia	732,967	710,440	710,836	750,843	693,071	9%	-57,772	-8%
4	Indonesia	412,370	464,161	277,607	355,766	375,556	5%	19,790	6%
5	Honduras	309,923	435,337	429,741	411,802	365,130	5%	-46,672	-11%
6	Uganda	210,584	286,998	252,166	276,836	329,372	4%	52,536	19%
7	Bélgica	185,315	210,503	212,455	216,800	242,588	3%	25,788	12%
8	Etiopía	195,324	247,082	235,254	259,638	231,340	3%	-28,298	-11%
9	Perú	239,331	245,735	256,272	226,540	213,215	3%	-13,325	-6%
10	India	250,388	262,612	229,839	232,565	205,694	3%	-26,871	-12%
Total		7,305,977	7,192,962	6,629,565	7,717,551	7,526,316	100%	-191,235	-2%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Figura 37

Principales exportadores mundiales del café verde en peso neto (Toneladas) 2016-2020



Nota. *Fuente: ITC Trade Map

En términos de valor de miles de USD el mayor exponente de los 10 principales exportadores a nivel mundial sigue siendo Brasil con una participación del 27.38%, seguido de Colombia y Vietnam con 13.47% y 10.39% respectivamente, Perú se encuentra ocupando el octavo puesto con un porcentaje de participación del 3.52% en el periodo 2019 – 2020, si vemos la tabla anterior Perú obtuvo un decrecimiento en las cantidades de Toneladas exportadas pero en esta tabla muestra un crecimiento en valor de miles de USD, lo cual quiere decir que Perú obtuvo un mejor precio por la venta de sus cafés en grano verde.

Países como Vietnam, Indonesia, y Guatemala, registraron un crecimiento de -12%, -7%, y -2%, los demás países tuvieron un crecimiento anual positivo, siendo Honduras y Bélgica los mayores, con 14% y 11%.

Tabla 26

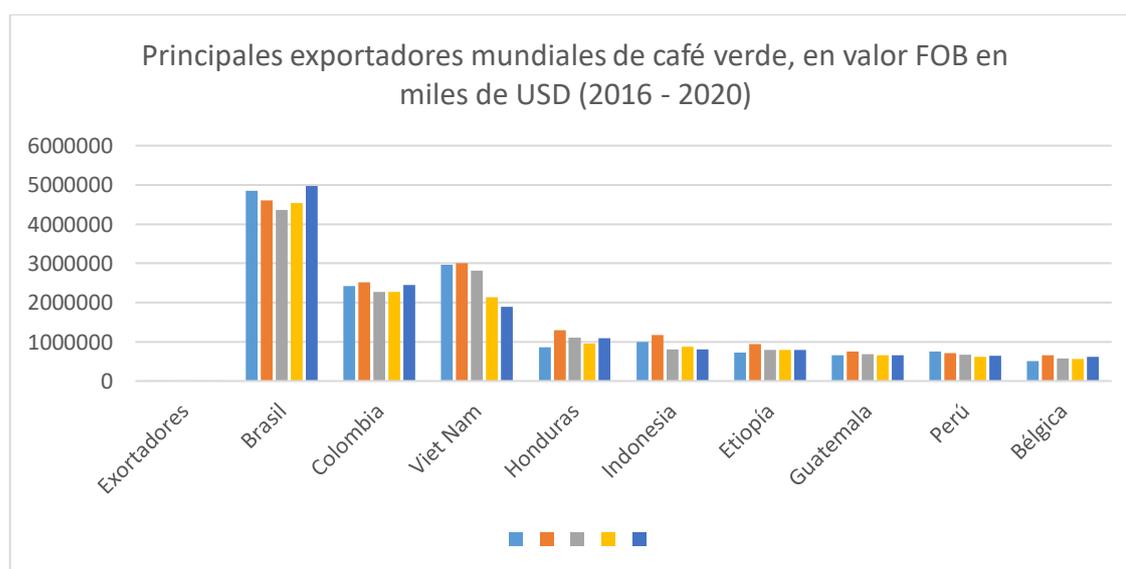
Principales exportadores mundiales de café verde, en valor FOB en miles de USD 2016 - 2020

No	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación 2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Brasil	4,842,977	4,600,238	4,359,508	4,543,771	4,973,689	27.38%	429,918	9%
2	Colombia	2,417,692	2,513,780	2,267,511	2,272,874	2,446,598	13.47%	173,724	8%
3	Vietnam	2,967,118	3,007,675	2,811,711	2,135,113	1,886,972	10.39%	-248,141	-12%
4	Honduras	858,424	1,290,077	1,111,140	954,728	1,088,233	5.99%	133,505	14%
5	Indonesia	1,000,620	1,175,547	808,735	872,355	809,164	4.45%	-63,191	-7%
6	Etiopía	724,824	936,893	793,384	793,627	793,548	4.37%	-79	0%
7	Guatemala	650,224	747,968	679,971	662,546	650,458	3.58%	-12,088	-2%
8	Perú	756,333	708,822	667,336	619,656	639,890	3.52%	20,234	3%
9	Bélgica	513,670	658,304	575,514	558,692	621,246	3.42%	62,554	11%
10	Alemania	512,106	583,783	552,646	495,388	546,918	3.01%	51,530	10%
Total		19,019,483	20,379,193	18,520,242	17,548,206	18,164,228	100.00%	616,022	4%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Figura 38

Principales exportadores mundiales de café verde, en valor FOB en miles de USD 2016 - 2020



Nota. *Fuente: ITC Trade Map

3.5. Análisis de mercados potenciales con el uso de herramientas de inteligencia comercial

Tabla 27

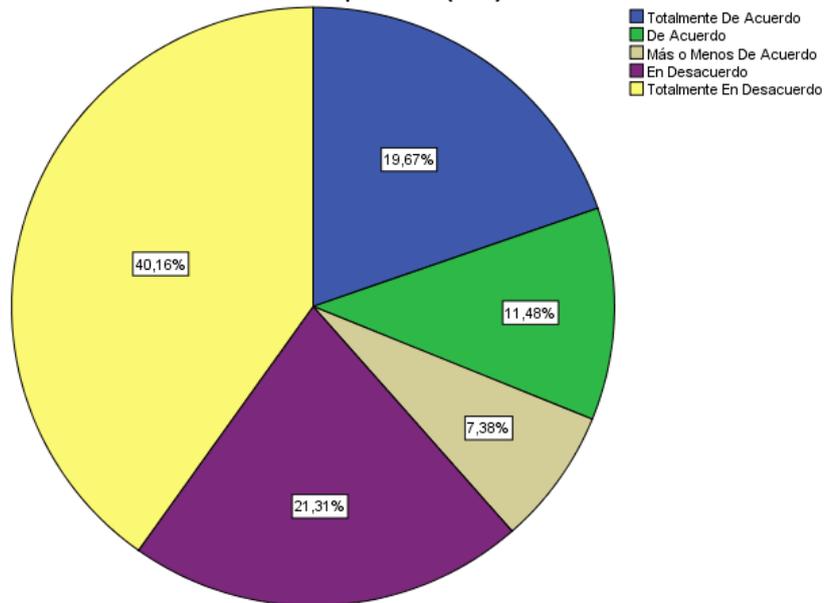
Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas sobre si conocía los países importadores

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	24	19.67
De Acuerdo	14	11.48
Más o Menos De Acuerdo	9	7.38
En Desacuerdo	26	21.31
Totalmente En Desacuerdo	49	40.16
Total	122	100.00

Figura 39

¿Conoce a los países importadores de café?

¿Tiene conocimiento, sobre quiénes son los principales países importadores de su producto (café)?



Los resultados de la tabla 27 y figura 39, evidencia que el 21.31% de los socios respondió estar en desacuerdo, y el 40.16% está en total desacuerdo mostrando un desconocimiento mayoritario acerca de quiénes son los principales países importadores de café.

3.5.1. Principales importadores mundiales del café verde

Las tablas a analizar a continuación provienen de la fuente de ITC Trade Map, obteniendo datos de las importaciones a partir del año 2016 hasta 2020.

Estados Unidos es el mayor importador a nivel mundial durante los cinco años analizados (2016 – 2020), cuenta con una participación del 22.35% de las importaciones totales mundiales en el 2020, seguido de Alemania con una participación del 14.53%, pero se da a notar como la pandemia afecto a Estados Unidos, obteniendo un decrecimiento del -3.97% equivalentes a 174,123 miles de USD para el año 2020 con relación al año anterior, así también Italia sufre una decaída de -9.33% siendo esta la mayor caída registrada de los 10 principales exportadores del 2019 al 2020. Suiza es el país que más incremento sus valores FOB, con un crecimiento del 13.22% equivalentes a 77,356 miles de USD.

Tabla 28

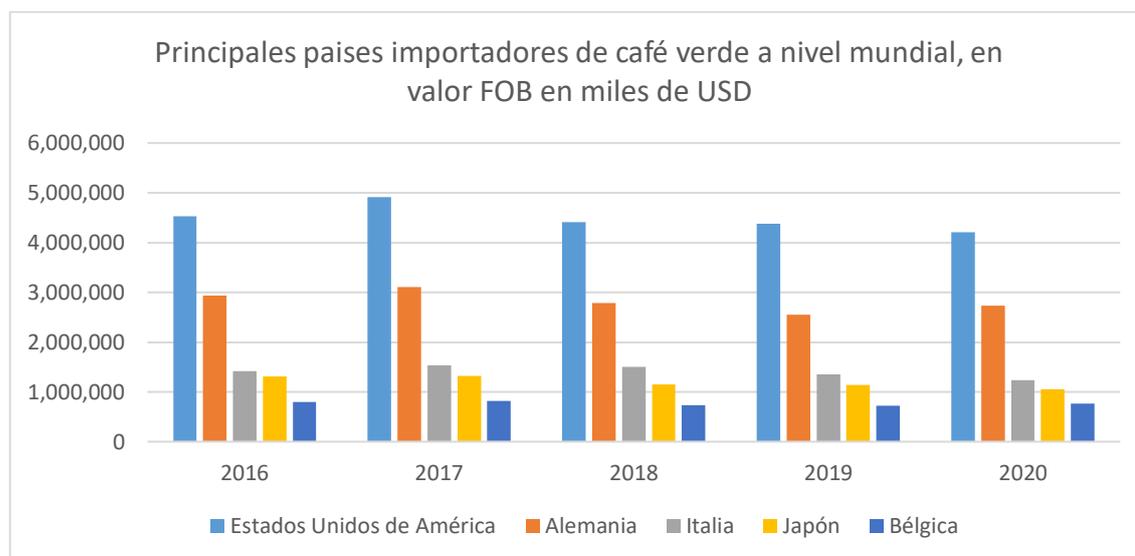
Principales importadores de café verde a nivel mundial, en valor FOB en miles de USD

No	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación 2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Estados Unidos de América	4,531,993	4,909,235	4,414,278	4,384,263	4,210,140	22.35%	-174,123	-3.97%
2	Alemania	2,937,066	3,110,873	2,791,865	2,549,476	2,736,605	14.53%	187,129	7.34%
3	Italia	1,420,745	1,539,098	1,498,370	1,358,783	1,232,058	6.54%	-126,725	-9.33%
4	Japón	1,310,003	1,318,155	1,146,582	1,139,563	1,052,939	5.59%	-86,624	-7.60%
5	Bélgica	802,426	824,449	730,474	725,361	763,014	4.05%	37,653	5.19%
6	Suiza	530,641	585,585	597,141	585,202	662,558	3.52%	77,356	13.22%
7	Francia	534,789	590,274	602,048	559,055	620,741	3.30%	61,686	11.03%
8	Canadá	622,946	707,744	624,270	606,752	606,722	3.22%	-30	0.00%
9	España	618,240	679,899	596,685	555,298	575,962	3.06%	20,664	3.72%
10	Países Bajos	461,037	549,793	549,747	482,937	468,925	2.49%	-14,012	-2.90%
Total		19,631,985	21,247,929	19,878,895	18,849,337	18,836,781	100%	-12,556	-0.07%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Tabla 29

Principales países importadores de café verde a nivel mundial, en valor FOB en miles de USD



Estos cinco países importadores a nivel mundial: Estados Unidos, Alemania, Italia, Japón y Bélgica, suman una participación de 53.06% del total de las importaciones a nivel mundial del año 2020.

Tabla 30

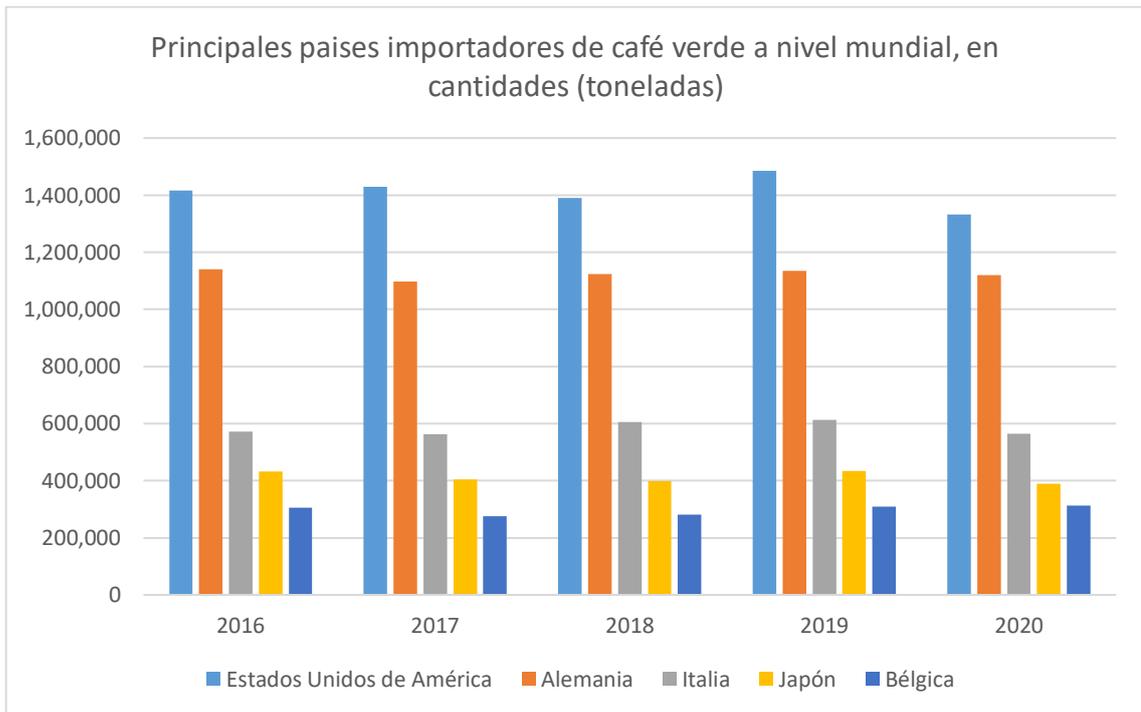
Principales países importadores de café verde a nivel mundial en cantidades (Toneladas)

No	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación 2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Estados Unidos de América	1,417,105	1,430,249	1,390,214	1,485,787	1,332,605	19%	-153,182	-10.31%
2	Alemania	1,140,533	1,097,660	1,122,835	1,134,312	1,119,085	16%	-15,227	-1.34%
3	Italia	572,005	563,185	605,497	613,527	564,994	8%	-48,533	-7.91%
4	Japón	432,592	403,954	399,042	434,379	389,583	5%	-44,796	-10.31%
5	Bélgica	305,196	275,516	280,938	308,394	313,528	4%	5,134	1.66%
6	España	262,857	250,156	261,461	272,936	287,191	4%	14,255	5.22%
7	Francia	207,982	201,824	224,267	226,856	229,288	3%	2,432	1.07%
8	Rusia, Federación de	150,911	165,340	168,475	185,572	198,269	3%	12,697	6.84%
9	Canadá	180,968	199,543	196,854	205,606	186,447	3%	-19,159	-9.32%
10	Suiza	139,250	146,480	158,542	165,390	180,828	3%	15,438	9.33%
Total		7,109,233	6,926,636	7,288,035	7,465,044	7,194,617	100%	-270,427	-3.62%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Figura 40

Principales países importadores de café verde a nivel mundial, en cantidades (Toneladas)



Ahora tomando en cuenta las cantidades por Toneladas importadas de los principales importadores, tenemos que Estados Unidos se sigue manteniendo primero en la lista con un 19% de participación del total importado para el año 2020, seguido de Alemania con un 16%. Se puede observar que los 4 principales países importadores tuvieron una disminución anual, siendo así: Estados Unidos (-10.31%), Alemania (-1.34%), Italia (-7.91%), y Japón (-10.31%), y el país que obtuvo un mayor crecimiento anual fue Suiza con un crecimiento de 9.33% para el 2020 con respecto al año anterior.

En valor de miles de USD y Toneladas hubo caídas mundiales, para los valores en miles USD cayó 3.92% en el año 2020 con base al 2019, y en cantidades de Toneladas cayó 0.07% equivalente a 12,556 Toneladas.

El precio promedio (USD/kilogramo) importado lo observamos en la tabla 16, donde el promedio más alto lo obtuvo Suiza con 3.664 USD/Kg, siendo el más alto en el 2020, y el más bajo lo tiene España con 2.006 USD/Kg en 2020. Canadá es quien tuvo una variación positiva de 10.3% en el 2020

con respecto al año anterior, y Rusia cayó en un -3.6% del año 2019 al 2020.

Tabla 31

Principales importadores de café verde a nivel mundial, precio promedio USD/Kg

No	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Estados Unidos de América	3.198	3.432	3.175	2.951	3.159	0.209	7.1%
2	Alemania	2.575	2.834	2.486	2.248	2.445	0.198	8.8%
3	Italia	2.484	2.733	2.475	2.215	2.181	-0.034	-1.5%
4	Japón	3.028	3.263	2.873	2.623	2.703	0.079	3.0%
5	Bélgica	2.629	2.992	2.600	2.352	2.434	0.082	3.5%
6	España	2.352	2.718	2.282	2.035	2.006	-0.029	-1.4%
7	Francia	2.571	2.925	2.685	2.464	2.707	0.243	9.9%
8	Rusia, Federación de	2.433	2.719	2.298	2.177	2.099	-0.078	-3.6%
9	Canadá	3.442	3.547	3.171	2.951	3.254	0.303	10.3%
10	Suiza	3.811	3.998	3.766	3.538	3.664	0.126	3.6%
Total promedio		2.761	3.068	2.728	2.525	2.618	0.093	3.7%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

3.6. Barreras no arancelarias

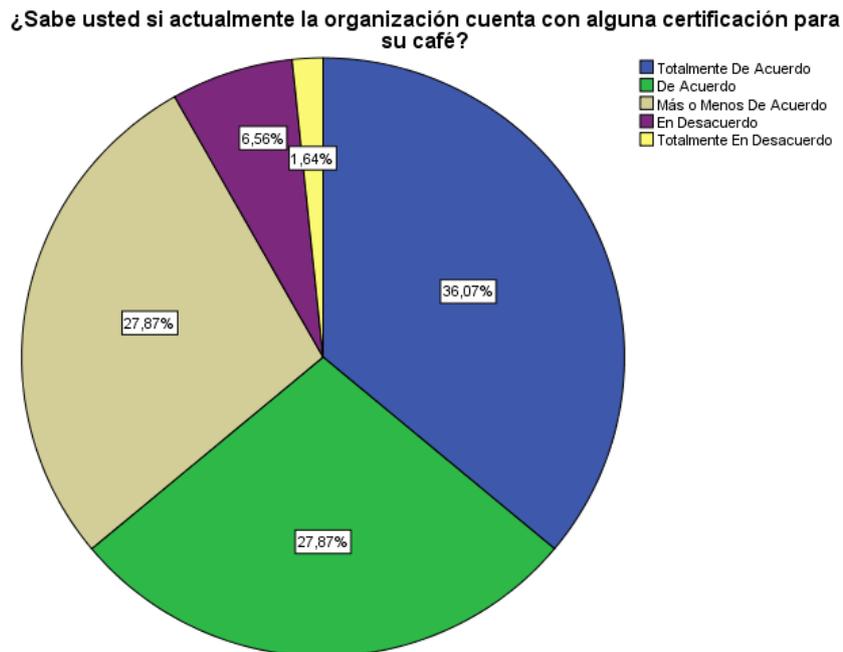
Tabla 32

Distribución de frecuencias y porcentajes de las respuestas acerca de si conoce de certificaciones que tiene la asociación

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	44	36.07
De Acuerdo	34	27.87
Más o Menos De Acuerdo	34	27.87
En Desacuerdo	8	6.56
Totalmente En Desacuerdo	2	1.64
Total	122	100.00

Figura 41

¿Tiene certificación su asociación?



La tabla 32 y figura 41 evidencian que el 36.07% de los socios contesto estar totalmente de acuerdo, 27.87% está de acuerdo con que la asociación cuenta con certificados que impulsan a las exportaciones, el cual es un requisito imprescindible para comercializar su producto fuera del ámbito nacional.

3.6.1. Certificados de la APASVAHU

Para la comercialización de productos al exterior se es necesario contar con certificaciones, las cuales son exigidas por el país importador y a su vez generan un valor adicional, el cual lo hace más diferenciado. Estos certificados son catalogados como barreras no arancelarias, ya que son sellos y documentos, que de no tenerlos se es restringido el ingreso de ese producto al país de destino.

A continuación, se muestran las certificaciones con las que cuenta actualmente vigentes la asociación APASVAHU.

Tabla 33*Certificaciones de APASVAHU*

Nombre	Logotipo	Descripción General
Programa Nacional Orgánico del USDA - NOP		<p>El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) administra estándares públicos y voluntarios para productos orgánicos. Administrado por el Programa Nacional Orgánico del USDA, estos estándares regulan la producción, el manejo, el etiquetado, el comercio y la aplicación de todos los productos orgánicos del USDA. El desarrollo y las enmiendas a estos estándares, comúnmente conocidos como elaboración de reglas, involucran aportes de la Junta Nacional de Estándares Orgánicos.</p>
Agricultura Orgánica - Unión Europea		<p>Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo establece los principios de la producción ecológica y establece las normas relativas a producción ecológica, la certificación relacionada y el uso de indicaciones referentes a la producción ecológica en el etiquetado y la publicidad.</p>
Fairtrade International - Organizaciones de Pequeños Productores		<p>El Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores se aplica a las organizaciones de pequeños agricultores que suministran productos Fairtrade. Proporciona un marco para que los pequeños productores construyan organizaciones resilientes e inclusivas, mejoren su desempeño agrícola y generen más beneficios para sus miembros y sus comunidades.</p>

Coordinadora
Latinoamericana y
del Caribe de
Pequeños
Productores y
Trabajadores de
Comercio Justo
(CLAC)



(CLAC Fairtrade, 2019). La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), es la red latinoamericana de productores co-dueña del sistema Fairtrade International. CLAC es la red que representa a todas las organizaciones certificadas “Fairtrade” de América Latina y el Caribe, así como otras organizaciones de comercio justo. La misión de CLAC la de representar y promover los intereses, el empoderamiento y el desarrollo de sus miembros y sus comunidades.

Símbolo de Pequeños
Productores (SPP)



El Símbolo de Pequeños Productores es un sistema de certificación y registro de productos de Organizaciones de Pequeños Productores. Es una iniciativa creada por CLAC en 2006 (Red Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo) y actualmente es propiedad de SPP Global.

Certificado bajo el
estándar voluntario
de sostenibilidad
C.A.F.E Practices



El propósito del programa C.A.F.E. Practices es garantizar que el café que Starbucks compra es un café que ha sido cultivado y beneficiado de forma sostenible, para lo cual se verifican diversos aspectos económicos, sociales y ambientales relacionados con la producción de café y se valora su conformidad con una serie de “criterios” de evaluación.

Nota. *Fuente: ITC Standars Map App

3.7. Identificación y selección del mercado potencial

Metodología Screening:

La metodología de selección de mercados externos, hace énfasis en realizar una evaluación de las oportunidades de los mercados internacionales para la selección de un mercado objetivo, las empresas típicamente han adoptado un planteamiento

gradual y secuencial, enfocándose inicialmente en información a nivel macro, para luego seleccionar un número limitado de países o únicamente un país a ser examinado(s) con mayor profundidad. (Papadopolous & Denis, 1988), (Kumar, Stam & Joachimsthler, 1944), (Rhaman S., 2000).

Esta metodología, explica la naturaleza y el contenido del proceso para la toma de decisiones durante la selección de mercados internacionales. La selección de mercados internacionales se estructura y formaliza, una vez el tomador de decisiones ejecuta las siguientes actividades:

- **Identificación de las variables de selección**, con los cuales serán evaluadas las alternativas. Según tipos de variables generados por indicadores específicos de cada país, como las características de nivel macroeconómico, político y cultural.
- **Ponderación de variables**, se le asignara un valor o peso ponderado a cada una (Ver tabla 34), equivalentes a la importancia que tengan para los objetivos de la empresa.
- **Generación de alternativas**, se identificarán a los posibles países potenciales para destino de los productos de la empresa.
- **Calificación de cada alternativa con cada variable**, es evaluación del tomador de decisiones de las posibles consecuencias de seleccionar cada una de las alternativas con cada una de las variables identificadas.
- **Cálculo de la decisión óptima.**

Esta metodología tiene muchos puntos de semejanza con un proceso racional de toma de decisiones, prescribiendo cómo se deben tomar las decisiones en lugar de como se toman las decisiones en la realidad. (Montero, 2013)

3.8. Variables de macro segmentación

Para obtener una correcta selección de mercados potenciales se empleó la metodología screening, en donde se consideró a los 5 principales importadores de café más representativos, en donde se utilizó los calificativos que se muestran a continuación:

Tabla 34*Variables de macro segmentación y su peso ponderado*

Variables	Peso Ponderado
PBI Per Cápita (USD)	0.20
Acceso de mercado - Tlc	0.15
Intensidad de importación - Demanda (T)	0.15
Sostenibilidad y mayor precio de las importaciones	0.15
Intensidad de las exportaciones peruanas (T)- Mercado Destino	0.15
Costo de Flete de un contenedor de 20 pies	0.08
Tiempos de Transporte (Días)	0.02
Riesgo País	0.05
Facilidad de hacer negocios	0.05
Total	1.00

Nota. *Fuente: Método Screening**Tabla 35***Valor de calificación para resultados*

Calificación	Valor
Malo	1
Regular	2
Bueno	3
Muy bueno	4
Excelente	5

Nota. *Fuente: Método Screening**3.8.1. Pre-selección de países potenciales y análisis**

Para este punto, se consideró a los 5 principales importadores de café, según volumen de importación, los cuales han sido analizados en cada una de las variables, como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 36*Pre selección de países*

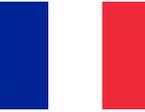
País	Razones para considerar el país en la macro segmentación
Estados Unidos de América	 <p>Primer país importador a nivel mundial (19% de participación, 2020). Primer destino de las exportaciones peruanas de café y tercero con mayor valor unitario de las exportaciones de café peruano.</p>
Alemania	 <p>Segundo país importador a nivel mundial (16% de participación, 2020). Segundo destino de las exportaciones peruanas de café y registra un destacable valor unitario de importación (3.028 dólares por kg., 2020).</p>
Bélgica	 <p>Quinto país importador a nivel mundial (4% de participación, 2020). Tercer destino de las exportaciones peruanas de café, con un valor unitario de importación (3.164 dólares por kg., 2020).</p>
Suecia	 <p>Cuarto destino de las exportaciones peruanas de café y cuarto con mayor valor unitario de las exportaciones de café peruano. Registra un valor unitario de importación (2.979 dólares por kg., 2020).</p>
Francia	 <p>Sexto país importador a nivel mundial (3% de participación, 2020). Quinto destino de las exportaciones peruanas de café y es el tercer país con un mayor porcentaje de variación del valor unitario para el año 2020 con respecto al 2019, obteniendo el valor (3.017 dólares por kg.).</p>

Tabla 37*Matriz comparativa de países potenciales preseleccionados*

Variable / Países	Estados Unidos de América	Alemania	Bélgica	Suecia	Francia	Fuente
PBI Per Cápita (USD)	63,358	46,216	44,688	52,129	40,299	Banco Mundial
Acceso de mercado - TLC	TLC - 2021	TLC - 2021	TLC - 2021	TLC - 2021	TLC - 2021	Mincetur - Acuerdos Comerciales
Intensidad de importación - Demanda (T)	1,332,605	1,119,085	313,528	109,763	229,288	ITC Trade Map
Sostenibilidad y mayor precio de las importaciones	3.254	3.028	3.164	3.172	3.017	ITC Trade Map
Intensidad de las exportaciones peruanas (T)- Mercado Destino	53,113	46,749	18,445	10,700	10,746	ITC Trade Map Y Sunat
Costo de Flete de un contenedor de 20 pies	1,838 USD	1,140 USD	1,100 USD	1,500 USD	1,500 USD	Siicex
Tiempos de Transporte (Días)	16	22	21	31	32	Siicex
Riesgo País	A2 - Bajo	A2 - Bajo	A2 - Bajo	A2 - Bajo	A2 - Bajo	Coface For Trade
Facilidad de hacer negocios	6 A1	22 A1	46 A1	10 A1	33 A1	Doing Bussines 2020

Tabla 38*Resultados de la macro segmentación a través de la ponderación*

Variables	Estados Unidos de América		Alemania		Bélgica		Suecia		Francia		Peso Ponderado
	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	
PBI Per Cápita (USD)	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	0.20
Acceso de mercado - TLC	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75	0.15
Intensidad de importación - Demanda (T)	5	0.75	5	0.75	3	0.45	2	0.30	2	0.30	0.15
Sostenibilidad y mayor precio de las importaciones	4	0.60	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	0.15
Intensidad de las exportaciones peruanas (T)- Mercado Destino	5	0.75	5	0.75	3	0.45	3	0.45	3	0.45	0.15
Costo de Flete de un contenedor de 20 pies	3	0.24	4	0.32	4	0.32	3	0.24	3	0.24	0.08
Tiempos de Transporte (Días)	4	0.08	3	0.06	3	0.06	2	0.04	2	0.04	0.02
Riesgo País	4	0.20	4	0.20	4	0.20	4	0.20	4	0.20	0.05
Facilidad de hacer negocios	4	0.20	3	0.15	3	0.15	4	0.20	3	0.15	0.05
Puntaje Total		4.37		4.23		3.63		3.43		3.38	1

Luego del análisis de la macro segmentación de los 5 principales países importadores preseleccionados, se determina que los Estados Unidos es nuestro mercado objetivo, obteniendo un puntaje mayor, sin embargo, se decide seleccionar a Alemania, perteneciente a la Unión Europea, quien obtuvo el segundo lugar según los puntajes. Actualmente las exportaciones peruanas apuntan principalmente a los Estados Unidos por ser un mercado con mayor facilidad de acceso, y con unos requisitos menores, Alemania es un mercado que, si bien no es nuevo, es un mercado que aún muchos no se animan a ingresar, por ser un mercado más exigente.

Para acceder al mercado de los Estados Unidos se necesitan los certificados de Café Orgánico y de Fairtrade, los cuales las organizaciones lo consiguen sin mucha dificultad, adicional a ello el nivel de competitividad en dicho país es muy elevado; sin embargo, para acceder al mercado de Alemania se necesitan los certificados mencionados, pero adicional a esos, necesitan certificarse con las exigencias de La Unión Europea (Agricultura Orgánica), donde muchos no se animan a invertir un poco más, para incursionar en un nuevo mercado, el cual les traerá mayores beneficios económicos y de posicionamiento.

En esta oportunidad se opta por seleccionar al segundo mercado objetivo, siendo este Alemania un mercado con potencial en crecimiento, uno de los principales mercados importadores de los proveedores del mundo y de Perú, con un poco más de 1 millón de quintales en oro grano verde en el año 2020, participando de un 22% de las exportaciones peruanas.

Para la partida arancelaria 090111, Perú ocupa el 6to lugar de las importaciones alemanas según cantidad, y según valor unitario ocupa el 5to lugar, con 3.411 USD/Kg, según la plataforma del ITC Trade Map.

3.9.Mercado potencial Alemania

3.9.1. Tendencias generales del mercado y consumidor

Alemania viene recuperándose económicamente después de la pandemia del Covid-19. Una vez el gobierno federal asumiera de que ya se había alcanzado el pico más alto de la ola de Omicron, decide disminuir sus

restricciones a partir del 20 de marzo del 2022, según lo acordado por el gobierno federal y estatal. (Die Bundesregierung, 2022)

Alemania es uno de los principales países exportadores de café en el mundo, ya que este país reexporta aproximadamente un 49% del total de café importado, el cual es una oportunidad de que nuestro café se haga conocido en gran parte del mercado europeo. Uno de los principales exportadores mundiales, para el 2020 exportó 197 mil Toneladas de café en verde y 236 mil Toneladas de café tostado, la primera por un valor de USD 546 millones de dólares, y el café tostado con un valor de USD 1.558 millones de dólares, siendo así el 11vo país exportador de café en grano verde, y el 2do país exportador de café tostado a nivel mundial. Hablando en temas de importación, este país logró importar una cantidad de 1'119,085 Toneladas de café oro en grano verde, con un valor de USD 2'736,605 miles de dólares, comparándolo con el año 2019, obtuvo un crecimiento de 8.8% en valor y en cantidad registro una baja del 1.34%.

Las exportaciones peruanas al mercado alemán asumen a un volumen total de 44 mil Toneladas de café oro en grano verde (3.95% del total importado por Alemania), con un valor de USD 150 millones de dólares (6% del total importado por Alemania), para el año 2020, y con relación al año anterior 2019, el volumen se redujo en 15.04% y el valor también se redujo en 4.99%. Pero, aun así, Perú se encuentra como el octavo país exportador a nivel mundial de café en grano verde.

El pago promedio de Alemania para el café peruano fue de USD 3.4 por kilogramo, 11.8% más que en el año 2019, y mucho más alto que a sus demás proveedores (USD 2.6 por kilogramo promedio).

El mercado alemán es uno de los mercados más competitivos, que están en la búsqueda de ofrecer siempre a sus consumidores, productos con una calidad muy diferenciada y a precios asequibles. Así también, es un mercado exigente, que busca tener un conocimiento sobre la trazabilidad del producto durante toda la cadena de suministro: producción, procesamiento, distribución y comercialización, que pasara hasta llegar al mercado alemán, quien es el consumidor final.

Uno de los objetivos clave de las agencias gubernamentales involucradas en la sanidad y protección del consumidor, es la de garantizar la inocuidad de los productos. Este país valora la protección que se tenga con el medio ambiente, la biodiversidad y el desarrollo sostenible, es ahí donde sale a resaltar los certificados orgánicos, los cuales hacen cumplir estos requisitos tan fundamentales.

Es uno de los mercados de productos orgánicos más importantes de toda la región europea, los cuales siempre buscan tener la más alta calidad, los cuales deben de tener una buena presentación y empaquetado, apreciando la innovación que incurran en la buena salud y bienestar.

Según datos de la Asociación Alemana del Café (Deutscher Kaffeeverband), el consumo de café per cápita en Alemania para el año 2020 fue de 168 Litros, debido a que uno de cada aproximadamente 3 hogares, tiene una máquina de café automática. Según la fuente, crecieron los tipos de preparación teniendo café en sobres, en capsulas, café filtro clásico, café soluble, bebidas a base de café, leche y azúcar. Pero el consumo de café fuera de casa ha disminuido en un 23%, los cuales se consumían en restaurantes, en el trabajo, y fuera de los hogares, 30,300 Toneladas de café tostado menos que el año 2019, pero por el lado bueno, esta disminución de consumo se compensa con el enorme crecimiento que tuvo el café de consumo en sus hogares.

3.9.2. Principales países proveedores mundiales del café verde del mercado de destino

Para el año 2020, el principal proveedor para Alemania de café en grano verde por cantidad es Brasil, 126 mil Toneladas con una participación del 34% y un crecimiento del 15.65%, con respecto al año anterior. Perú ocupa el puesto 5, con una participación del 6%, 150 mil Toneladas, con un decrecimiento en las exportaciones a Alemania del 4.9%, con respecto al año 2019.

Tabla 39*Principales países proveedores de café en grano verde para Alemania, en Toneladas (2016-2020)*

No	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación	Flujo	% de variación
							2020	2019/2020	2019/2020
1	Brasil	899,836	861,012	843,344	808,352	934,846	34%	126,494	15.65%
2	Viet Nam	522,626	515,209	510,361	398,456	384,784	14%	-13,672	-3.43%
3	Honduras	247,879	317,084	297,676	258,161	308,859	11%	50,698	19.64%
4	Colombia	198,107	182,577	199,568	190,400	205,261	8%	14,861	7.81%
5	Perú	171,469	159,689	171,929	158,726	150,812	6%	-7,914	-4.99%
6	Etiopía	120,728	132,463	137,178	126,963	133,333	5%	6,370	5.02%
7	Uganda	58,934	86,781	100,639	74,132	81,173	3%	7,041	9.50%
8	India	66,744	86,476	80,125	79,873	80,097	3%	224	0.28%
9	Indonesia	67,347	116,490	47,824	55,126	47,970	2%	-7,156	-12.98%
10	México	17,700	14,818	21,187	27,065	44,628	2%	17,563	64.89%
Total		2,715,412	2,803,302	2,791,865	2,549,476	2,736,605	100%	187,129	7.34%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

Tabla 40*Principales países proveedores de café en grano verde para Alemania, en miles de USD (2016-2020)*

No	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	% de Participación 2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Brasil	368,273	323,621	348,414	382,727	407,319	36.40%	24,592	6.43%
2	Viet Nam	289,995	236,303	276,860	247,292	238,754	21.33%	-8,538	-3.45%
3	Honduras	95,130	107,296	102,253	103,862	105,622	9.44%	1,760	1.69%
4	Colombia	67,728	53,405	62,176	62,868	57,564	5.14%	-5,304	-8.44%
5	Etiopía	39,509	42,710	48,044	46,600	45,621	4.08%	-979	-2.10%
6	Perú	56,155	50,112	58,856	52,036	44,211	3.95%	-7,825	-15.04%
7	Uganda	27,511	37,925	48,857	39,599	40,584	3.63%	985	2.49%
8	India	29,125	35,282	32,514	34,743	32,091	2.87%	-2,652	-7.63%
9	Indonesia	29,537	48,911	14,423	20,214	19,046	1.70%	-1,168	-5.78%
10	Nicaragua	6,585	10,108	15,330	12,639	13,667	1.22%	1,028	8.13%
Total		1,119,347	1,040,851	1,122,835	1,134,316	1,119,089	100%	-15,227	-1.34%

*Nota. *Fuente: ITC Trade Map*

Perú logra exportar a Alemania USD 44 millones de dólares para el año 2020, con una participación del 3.9%, y una variación negativa con respecto al año 2019, de -15%, equivalentes a 7 millones menos. Brasil y Viet Nam, son los principales proveedores de café en grano verde para Alemania, con una participación conjunta de 57.5%.

Observando el precio promedio de los productos por unidad (kilogramo), se obtiene que Perú se encuentra en los 3 primeros puestos, con un precio promedio para el año 2020, de USD 3.4 dólares por kilogramo de café en grano verde, muy por encima de Brasil, que tiene USD 2.2 dólares por kg, y por encima del precio promedio de los 10 principales exportadores de café a Alemania, el cual es USD 2.4 dólares por kg para el año 2020.

Tabla 41

Precio promedio por kilogramo de café en grano verde de los 10 principales países para Alemania, (2016-2020)

No	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	Flujo 2019/2020	% de variación 2019/2020
1	Colombia	2.925	3.419	3.210	3.029	3.566	0.537	17.7%
2	México	3.283	3.873	2.953	2.679	3.418	0.739	27.6%
3	Perú	3.053	3.187	2.921	3.050	3.411	0.361	11.8%
4	Honduras	2.606	2.955	2.911	2.486	2.924	0.439	17.6%
5	Etiopía	3.056	3.101	2.855	2.725	2.923	0.198	7.3%
6	Indonesia	2.280	2.382	3.316	2.727	2.519	-0.208	-7.6%
7	India	2.292	2.451	2.464	2.299	2.496	0.197	8.6%
8	Brasil	2.443	2.661	2.421	2.112	2.295	0.183	8.7%
9	Uganda	2.142	2.288	2.060	1.872	2.000	0.128	6.8%
10	Viet Nam	1.802	2.180	1.843	1.611	1.612	0.000	0.0%
Total, Promedio		2.426	2.693	2.486	2.248	2.445	0.198	8.8%

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

3.9.3. Acceso al mercado

3.9.3.1. Barreras arancelarias

Figura 42

Arancel aplicado al producto café para Alemania

Partida Arancelaria en Alemania	Descripción	Régimen	Ad Valorem
0901110000	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscaras y cáscaras de café que contengan café en cualquier proporción : Café, sin tostar : Sin descafeinar	Arancel Aplicado Sin NMF	0% País de Origen: Perú

Nota. *Fuente: ITC (Market Access Map) Regulatory requirements

Alemania aplica un arancel “0” (cero), al café en grano verde certificado, la cual se encuentra en el Régimen de Nación más favorecida (NMF) de la Organización Mundial de Comercio (OMC), este acuerdo es multilateral, el cual todos los miembros de la OMC tienen el mismo trato. Siempre y cuando el producto sea obtenido totalmente de Perú, y cuando se presente el certificado de origen (tramitado a través de la plataforma VUCE T. 207-1510 / 713-4646), el cual acredita cumplir con los criterios de origen pactados en el Tratado de Libre Comercio (TLC). La ITC indica que no existe ningún remedio comercial al café en grano verde proveniente de Perú hacia Alemania.

3.9.3.2. Barreras no arancelarias

a) Requisitos Reglamentarios:

El producto con partida arancelaria 0901110000 – “Coffee, whether or not roasted or decaffeinated; coffee husks and husks containing coffee in any proportion: Coffee, not roasted: Not decaffeinated”, el cual será exportado desde Perú hasta Alemania, cuenta con 42 medidas para importación

aplicados a este producto, estos se dividen en 3 tipos de requisitos: del producto, de mercado, de preembarque e inspección.

Figura 43

Requisitos reglamentarios para la importación del producto 0901110000

Requisitos del producto	Regulaciones	Vigencia desde
Límites de tolerancia de residuos o contaminación por determinadas sustancias (no microbiológicas)	A210	
Estas medidas establecen límites máximos de residuos o límites de tolerancia en alimentos y piensos de sustancias, tales como fertilizantes, plaguicidas, determinados productos químicos y metales, que se utilizan en la producción, pero no son ingredientes. La medida incluye un nivel máximo permisible para contaminantes no microbiológicos. Las medidas relativas a los contaminantes microbiológicos se incluyen en la categoría A4.	Control de contaminantes en alimentos Control de contaminantes en alimentos Control de residuos de plaguicidas en productos vegetales y animales destinados al consumo humano	01/01/2018 01/01/2018 01/01/2017
Restricciones geográficas a la admisibilidad	A120	
Prohibición de importar ciertos productos provenientes de determinados países o regiones al faltar datos que prueben que se dan las condiciones de seguridad suficientes para evitar peligros sanitarios y fitosanitarios. La restricción se impone automáticamente hasta que el país demuestra que ha aplicado medidas sanitarias y fitosanitarias satisfactorias y que se consideran aceptables para ofrecer un determinado nivel de protección contra los peligros. Los países admisibles se incluyen en una “lista positiva”. Se prohíben las importaciones de los demás países. En la lista	Control de residuos de plaguicidas en productos vegetales y animales destinados al consumo humano	01/01/2017

pueden figurar establecimientos de producción autorizados del país admisible.		
Criterios microbiológicos para productos finales	A410	
Relación de microorganismos, y/o sus tóxicos/metabolitos, que suscitan preocupación, la razón de ello, así como los métodos analíticos para su detección y recuento en el producto final. En las normas sobre los límites microbiológicos deben tomarse en consideración el riesgo asociado a los microorganismos y las condiciones de manipulación y consumo previstas. Además, se deben tener en cuenta la probabilidad de que los microorganismos se distribuyan de forma desigual en los productos y la adquisición inherente a los procedimientos analíticos.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
Prácticas de higiene en la producción relacionadas con las condiciones sanitarias y fitosanitarias	A420	
Requisitos relativos a la limpieza y el cumplimiento de las condiciones sanitarias de los establecimientos y equipos utilizados en las etapas de fabricación y elaboración de los productos. Se incluyen también en esta medida las buenas prácticas en materia de higiene del personal que participa en cualquier etapa de la fabricación.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
Uso restringido de determinadas sustancias en alimentos y pensamientos y en materiales destinados a entrar en contacto con ellos	A220	
Se restringe o se prohíbe el uso de determinadas sustancias en alimentos y piensos. Se incluyen restricciones sobre la	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018

presencia en los recipientes para alimentos de sustancias que podrían transferirse a estos.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
A130		
Enfoque de sistema		
Enfoque basado en la aplicación de dos o más medidas sanitarias y fitosanitarias independientes a un mismo producto. Pueden crear distintas combinaciones de medidas relacionadas entre sí y de los correspondientes requisitos de evaluación de la conformidad que se aplican en todas las etapas de la producción.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
Elaboración de alimentos y piensos		
Requisitos relativos a la producción de alimentos y piensos para que los productos finales cumplan las condiciones sanitarias.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
Condiciones de mercado		
Requisito de autorización por motivos sanitarios y fitosanitarios para la importación de determinados productos		
A140		
Obligatoriedad de que una expedición cuente con la autorización, el permiso, la aprobación o la licencia de un organismo público pertinente, por motivos sanitarios y fitosanitarios, antes de que pueda tener lugar la importación.	Control de residuos de plaguicidas en productos vegetales y animales destinados al consumo humano	01/01/2017
Requisito de autorización para los importadores por motivos sanitarios y fitosanitarios		
A150		
Los importadores (empresas importadoras) deben estar autorizados y registrados y obtener un permiso, licencia o cualquier otro	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018

<p>tipo de aprobación para dedicarse a la importación de ciertos productos. Para obtener dicha aprobación, es posible que los importadores deban cumplir determinados requisitos, presentar documentación y pagar tasas de registro. Esto incluye los casos en los que se requiere el registro o la autorización de los establecimientos que producen determinados productos. La autorización no está vinculada a cada expedición, sino que se aplica a los importadores para que puedan dedicarse legalmente a la importación de determinados productos.</p>	<p>Control sanitario de los alimentos de origen no animal</p>	<p>01/01/2018</p>
<p>Procedimientos de licencias no automáticas de importación distintas de las autorizaciones contempladas en los capítulos sobre medidas sanitarias y fitosanitarias y obstáculos técnicos al comercio</p>		
<p>Procedimiento de licencias de importación, distinto de los procedimientos contemplados en los capítulos sobre medidas sanitarias y fitosanitarias u obstáculos técnicos al comercio, en el que no se concede la autorización en todos los casos. Su concesión puede ser discrecional o requerir el cumplimiento previo de criterios específicos.</p>	<p>Productos de producción ecológica</p>	<p>01/01/2018</p>
<p>Procedimiento de licencias de importación, distinto de los procedimientos contemplados en los capítulos sobre medidas sanitarias y fitosanitarias u obstáculos técnicos al comercio, en el que no se concede la autorización en todos los casos. Su concesión puede ser discrecional o requerir el cumplimiento previo de criterios específicos.</p>	<p>Productos de producción ecológica</p>	<p>01/01/2018</p>
<p>Licencias para la protección de la salud pública</p>		
<p>Control de las importaciones por motivos de salud pública.</p>	<p>Control sanitario de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos</p>	<p>01/01/2018</p>
<p>Preembarque e inspección</p>		
<p>Requisitos de etiquetado</p>		
	<p>E100</p>	
	<p>A310</p>	

	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
Medidas que especifican la información directamente relacionada con la inocuidad de los alimentos que debe facilitarse al consumidor. Se entiende por etiquetado toda la información escrita, electrónica o gráfica que figura en el embalaje o envase de consumo o en una etiqueta adjunta.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Etiquetado para productos alimenticios	01/01/2018
	Etiquetado para productos alimenticios	01/01/2018
	Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos	01/01/2018
	Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos	01/01/2018
Requisitos de etiquetado	B310	
Medidas que reglamentan el tipo, el color y el tamaño de la letra utilizada en los embalajes y etiquetas y que definen la información que se debe facilitar al consumidor. Se entiende por etiquetado toda la información escrita, electrónica o gráfica que figura en el embalaje o envase, en una etiqueta adjunta o en el propio producto. Las medidas pueden incluir requisitos sobre el idioma oficial que hay que utilizar e información técnica sobre el producto, como voltaje, componentes, instrucciones de uso y avisos sobre seguridad.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Etiquetado para productos alimenticios	01/01/2018
	Etiquetado para productos alimenticios	01/01/2018
	Productos de producción ecológica	01/01/2018
	Productos de producción ecológica	01/01/2018
Distribución y ubicación de los productos tras su entrega	A853	
Requisitos relativos a la divulgación de información sobre el lugar y la forma de distribución de las mercancías, desde su	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018

entrega a los distribuidores hasta que llegan al consumidor final. Esta medida incluye el mantenimiento de registros.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
A852		
Historial del proceso de transformación		
Requisitos relativos a la divulgación de información en todas las etapas de producción. Esta medida incluye el mantenimiento de registros. La información requerida puede incluir la ubicación, los métodos de elaboración y/o los equipos y materiales utilizados.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
A851		
Origen de los materiales y las partes		
Exigencias en materia de divulgación de información sobre el origen de los materiales y las partes utilizadas en el producto final. Esta medida incluye el mantenimiento de registros.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
A330		
Requisitos de embalaje y envase		
Medidas que establecen el modo correcto o incorrecto de embalar y envasar bienes o que especifican el uso de materiales de embalaje y envase, directamente relacionados con la inocuidad de los alimentos.	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
	Control sanitario de los alimentos de origen no animal	01/01/2018
A850		
Requisitos de trazabilidad		
Obligación de revelar información que permita rastrear un producto en las etapas de producción, transformación y distribución. Esta medida incluye el mantenimiento de registros.	Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos	01/01/2018
	Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos	01/01/2018

Nota. *Fuente: ITC (Market Access Map), y Global Trade Helpdesk

La figura de los requisitos reglamentarios de importación para la partida 0901110000 de Alemania, son medidas que son aplicables tanto al productor como también al importador, estos son de cumplimiento totalmente obligatorios.

b) Certificaciones:

En este punto, se verá uno de los documentos que se ha vuelto el más importantes últimamente a nivel mundial, en este caso se está analizando a Alemania, el cual uno de los certificados más importantes viene siendo el de café orgánico y el de comercio justo. Estos certificados en conjunto son llamados FTO los cuales ofrecen un mejor precio para los productores, teniendo estos un precio mínimo, y un premio adicional.

A continuación, se ofrece una tabla, donde se muestra a las certificaciones más utilizadas en el mercado alemán y europeo.

Tabla 42

Certificados más utilizados para ingresar al mercado alemán

	Logotipo de producto ecológico de la Unión europea	El uso del logotipo de producto ecológico de la UE se hará de conformidad con las normas relativas a su registro como marca colectiva de la agricultura ecológica en la Oficina de Propiedad Intelectual del Benelux y en la Comunidad Internacional de Marcas Registradas
	Comercio Justo	Este logo indica que se está dando el producto a un precio justo. Además, esta es una tendencia que busca apoyar a los productores de los países en desarrollo.



Programa de
Certificación
Rainforest Alliance

Actualmente el certifica con etiqueta UTZ, ya se está retirando del mercado ya que actualmente está incluido en el certificado de Rainforest Alliance, el cual es una norma de Agricultura Sostenible, que, junto con sus sistemas de garantía y tecnología, están diseñados para ofrecer más valor a los agricultores y empresas que utilizan la certificación Rainforest Alliance para impulsar una producción agrícola más sostenible y cadenas de suministro responsables.



Cultivos Global
G.A.P.

Indica una serie de normas para unas prácticas de producción seguras y responsables desde el punto de vista tanto social como ambiental.



Certificación de
producto orgánico y
justo

Certificación que te permite mostrar que cumples con las normas orgánicas, sociales y de comercio justo.



El Código Común
para la Comunidad
Cafetalera - 4C

Tiene como objetivo aumentar gradualmente las condiciones sociales, económicas y ambientales de la producción y procesamiento de café en todo el mundo.

Nota. *Fuente: ITC Standards Maps Apps

Para poder exportar café en grano verde certificado Arabica con partida 09011100 de Perú a Alemania, los documentos que se necesita de acuerdo al protocolo de exportación de Senasa son:

- Documentos anteriores a exportar.
- Factura comercial y lista de participantes.
- Certificado de origen por la cámara de comercio, para adoptar los beneficios arancelarios que brinda el Tlc.
- Certificado fitosanitario por Senasa.

- Certificado orgánico conforme a las normas europeas.
- Certificado de lugar de producción.
- Certificado de planta de proceso y embarque.
- Elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), por parte de un agente de aduanas.
- Tener conocimiento sobre el tipo de embarque del café por vía marítima.
- Comunicarse con la empresa de transporte, para documentación del transporte.
- Otros, los cuales pueden ser exigidos por las autoridades en el país importador.

Figura 44

Requisitos fitosanitarios para exportar café en grano verde

REQUISITO FITOSANITARIO DE EXPORTACION		
Producto	Nombre Científico	
CAFE, grano verde	Coffea arabica	
País Destino	País de Origen	
ALEMANIA	PERU (MULTIDEPARTAMENTAL)	
Uso o Destino	Tipo	Estado
COMERCIALIZACION,CONSUMO,INDUSTRIAL,MUESTRA	EXPORTACION	AUTORIZADO
Requisito(s) fitosanitario(s)		
1. REQUISITOS GENERALES: Certificado Fitosanitario.		
2. PLAGAS REGULADAS:		
3. DECLARACIÓN ADICIONAL: Sin declaración adicional.		
4. TRATAMIENTO CUARENTENARIO: No requiere tratamiento.		
5. REQUISITOS DE ETIQUETADO: Ninguno.		
6. CONSIDERACIONES PARA LLENAR EL C.F.: Ninguno.		

Nota. *Fuente: Senasa

3.9.4. Packing (empaque y etiquetado)

3.9.4.1. Tipo de empaque

El más utilizado para este producto es el saco de yute, donde los encontramos en 3 tipos de capacidad, para 45 kg, 60 kg, y 69 kg, el más utilizado para comercialización viene siendo el de 69 kilos, y para los registros estadísticos se utiliza el de 60 kilos. Para realizar la venta del café orgánico especial, se requiere la utilización de las bolsas “GrainPro”, el

cual es elaborada con un tipo de plástico que cuenta con una cerradura hermética, la cual es de color medio verdosa y va dentro de los sacos de yute, estas bolsas benefician significativamente a la calidad de los productos, ya que permiten mantener los aromas, los micronutrientes, la humedad y la frescura de los productos básicos, es por ello que para el café, este tipo de empaque es el más utilizado, protegiendo así, el valor de los granos de café en oro verde.

Adicional a lo mencionado, las bolsas GrainPro, reducen la pérdida frente a infestaciones de hongos e insectos, previniendo que se contamine el depósito, esta bolsa asegura la permanencia del producto almacenado y transportado, es por ello que es un requisito de los productos certificados FTO (Fairtrade y Orgánico).

Figura 45

Sacos de yute y bolsas GrainPro



3.9.4.2. Requisitos de etiquetado, protección y utilización

En esta sección se citará lo definido por la Regulación de importación No A310 “Requisitos de etiquetado”, la cual dice que son: “Medidas que especifican la información directamente relacionada con la inocuidad de los alimentos que debe facilitarse al consumidor. Se entiende por etiquetado toda información escrita, electrónica o gráfica que figura en el embalaje o envase de consumo o en una etiqueta adjunta.”, y la No B310: “Medidas que reglamentan el tipo, el color y el tamaño de la letra utilizada en los embalajes y etiquetas y que definen la información que se debe facilitar al consumidor. Se entiende por etiquetado toda información

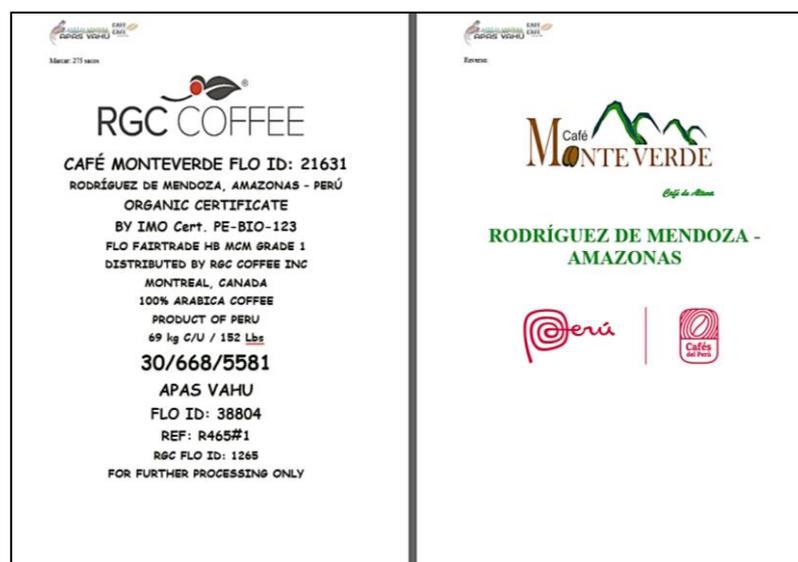
escrita, electrónica o gráfica que figura en el embalaje o envase, en una etiqueta adjunta o en el propio producto. Las medidas pueden incluir requisitos sobre el idioma oficial que hay que utilizar e información técnica sobre el producto, como voltaje, componentes, instrucciones de uso y avisos sobre seguridad.” (ITC Market Access Map, 2021)

El marcado y etiquetado como dice la reglamentación, debe de estar en el idioma oficial del país a exportar, debe tener un buen tamaño y estar en lugares visibles, los cuales son la cara delantera y reverso del saco de yute. La información exigida en el marcado y etiquetado son:

- Código de registro de lugar de producción
- Código de registro de planta de empaque
- País de origen
- Lote, variedad, calidad y/o peso (esto es algo adicional)

Figura 46

Información a colocar en los sacos de yute (datos reales de APASVAHU)



3.9.5. Distribución y transporte

Para el transporte de bienes entre Perú y Alemania la vía más utilizada es la marítima con más del 96% según los registros de la Súper Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Los puertos existentes en Alemania son Brunsbüttel, Nordenham, Bremerhaven y Hamburgo, pero estos dos primeros reciben mayormente minerales, los puertos de Bremerhaven y Hamburgo, son puntos de entrada

para el café orgánico, pero el puerto de Hamburgo viene siendo el punto principal para el café, mientras que el puerto de Bremerhaven además de recibir café, recibe otros productos no tradicionales provenientes de los sectores agro, pesca y también de confecciones.

Actualmente existen 5 líneas navieras para el transporte de mercancías entre Perú y Alemania por vía marítima, estas líneas ofrecen sus servicios desde los puertos del Callao y Paita, hasta los puertos de Bremerhaven y Hamburgo en Alemania, los cuales son desde 21 días, hasta 29 días respectivamente.

Tabla 43

Datos de líneas navieras para transporte de café orgánico, desde Perú hacia Alemania

Puertos Salida - Llegada	Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida	Tarifa promedio de flete por contenedor (USD)		
						20 pies	40 pies	40 pies refrigerado
Callao - Hamburgo	CMA CGM	CMA CGM PERU SAC	UNIMAR	25	Semanal			
	MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	24	Semanal	1526.00	2200.00	6500.00
	HAMBURG SUD	COSMOS	LICSA	24	Semanal			
Callao - Bremerhaven	MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	28	Semanal			
	HAPAG LLOYD	TRAMARSA	DPWORLD	28	Semanal	2380.00	2800.00	7150.00
	MSC	MSC PERU	DEMARES	29	Semanal			
Paita - Hamburgo	MSC	MSC PERU	LICSA	21	Semanal			
	MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	23	Semanal			
	HAMBURG SUD	COSMOS	LICSA	22	Semanal	1140.00	1600.00	5700.00
	CCNI	AGUNSA	IMUPESA	22	Semanal			

Nota. *Fuente: SIICEX – Rutas Marítimas

3.9.6. Canales de comercialización

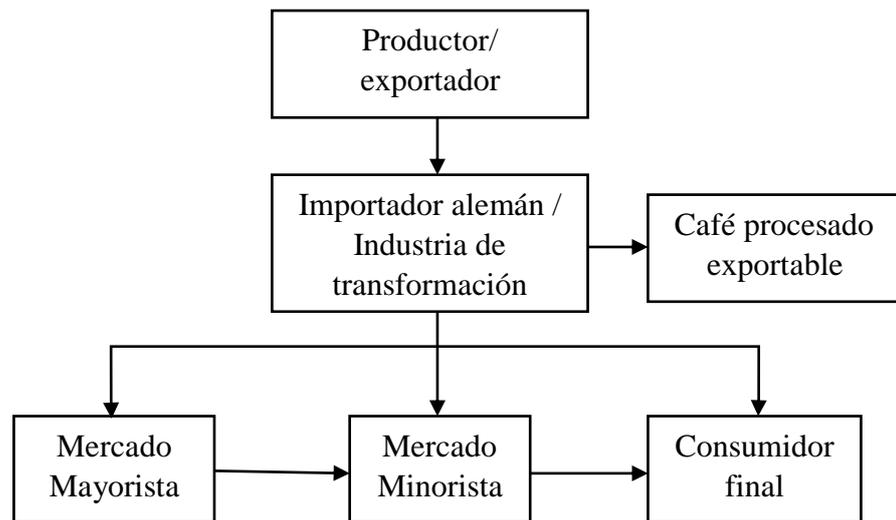
El mercado alemán, la abarcan empresas locales o internacionales, las cuales se dedican a importar únicamente café en grano verde desde los países productores y lo distribuyen a grandes tostadoras a nivel de Alemania, Europa y otros países; también están grandes traders como Volcafe, Blaser Trading, Cargill, y diversas empresas grandes, medianas

y pequeñas. Existen canales de comercialización diversos, pero se ha identificado a los dos más adaptables y comunes.

1er canal de distribución: en este canal la empresa importadora comprará directamente el café en grano verde al productor, siendo este comprador el que se encargará de las operaciones como lo es el tostado e industrializarlo, para ser transformado a café tostado en grano o molido, instantáneo, capsula, descafeinado, donde se venderán a mayoristas como lo son los supermercados, minoristas como bodegas, restaurantes, cafeterías, etc., así también al consumidor final. Este importador al agregarle valor al producto, obtiene ganancias mucho mayores en toda la cadena de comercialización del café. Algunas de las empresas dedicadas a la importación de café en grano verde son: Neumann Kaffee Gruppe, Efico Green Coffee, Benecke Coffee. List & Besler GmbH, Gollucke & Rothfos, Café Imports, y demás.

Figura 47

Canal de distribución corto

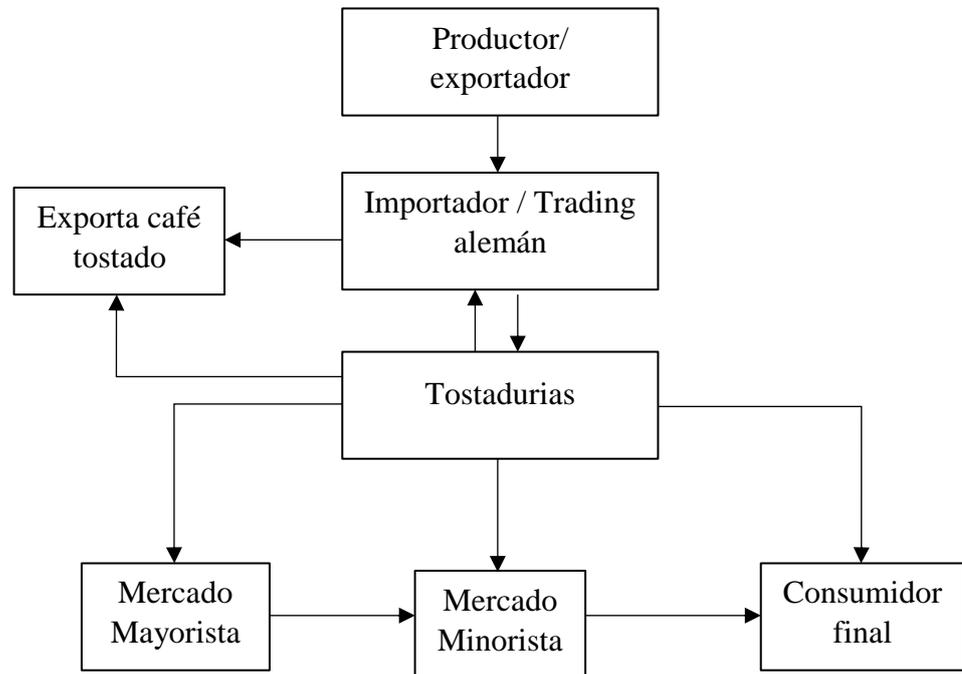


2do canal de distribución: en esta cadena el Trading compra directamente el café en grano verde de la organización productora, y lo vende directamente a las tostadoras en Alemania, las cuales pueden ser comerciantes mayoristas, minoristas, y/o consumidores finales en el mismo Alemania o para otros países. A continuación, se mencionan algunas de las tostadoras encontradas en Alemania: Niehoffs Kaffee

Rosterei, Bonanza, The Populus Coffee & Food Co, Coffee Circle, Dauner Kaffee Rosterei, Elbgold Hamburg, y demás.

Figura 48

Canal de distribución mediana



3.9.7. Precio

El precio del café en grano verde va a variar según su calidad, además este precio se fija mediante un contrato cerrado o abierto, y este precio se da en base a la bolsa de valores de New York, ya que este es un producto commodity, y estos valores están en constante variación, no son fijos, y dependen de factores como políticos, climáticos, otros.

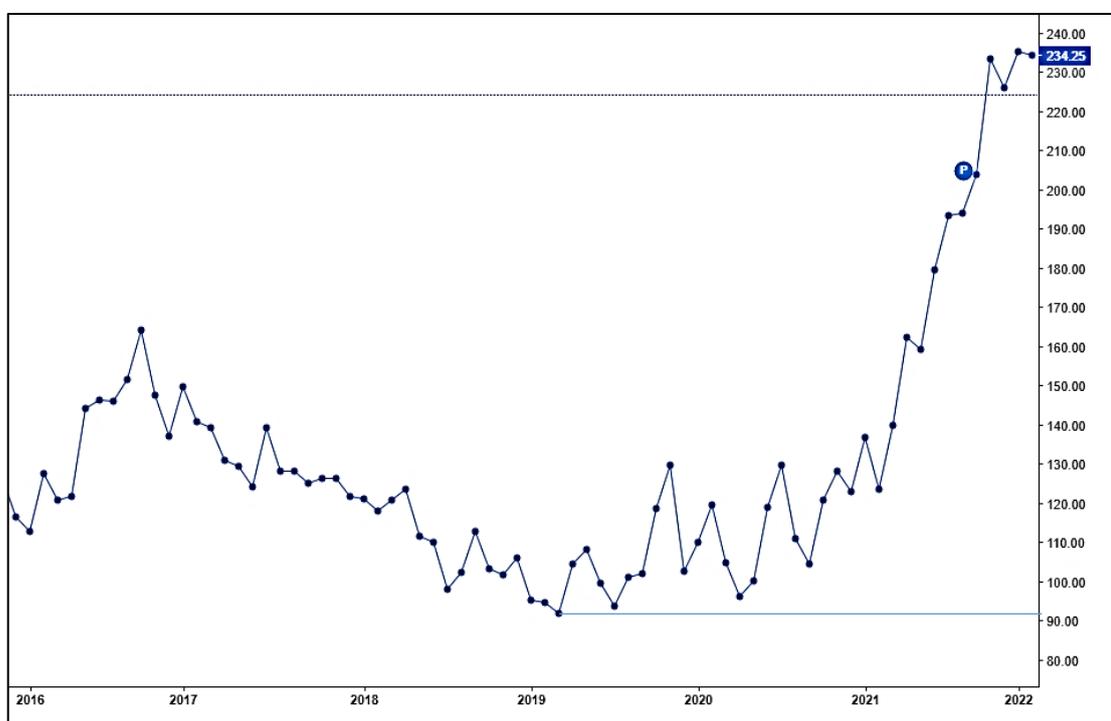
Al observar la siguiente figura, a partir del año 2017 el precio del café registra una tendencia a la baja, hasta el año 2019, llegando a tener un precio de 90 dólares por quintal de café en grano verde para los cafés en grano verde exportados. Estas cifras afectaron fuertemente a los pequeños productores de café a nivel mundial, otro acontecimiento en este año 2019, fue el de la fijación de cajo precio por parte del mayor productor a nivel mundial (Brasil), ya que estos al tener mayor producción, los precios tienden a bajar; y al disminuir su producción ya sea por fenómenos

climáticos, sequias, o plagas y enfermedades, su precio se eleva, a nivel internacional.

Por la pandemia del Covid-19 durante el año 2020, los precios se mantuvieron bajos, esto fue por motivos de la disminución del consumo mundial, su tendencia ha sido muy variable, pero al termino de ese año cerro con cerca USD 130.00 dólares por quintal de café en grano verde, el cual fue un indicador positivo, al estar 3 años con precios en tendencia a bajar, a partir del año 2021 el precio del café comenzó a tener una alza abismal llegando a tener un precio de USD 234.00 dólares por quintal de café en verde, este precio ya permite a las empresas exportadoras obtener mayores ingresos para la solvencia de sus gastos e inversiones.

Figura 49

Precios del café a nivel mundial,(USD x QQ) 2016 -2021



Nota. *Fuente: Futuros Café (Investing) Bolsa New York

En el informe del Fairtrade Internacional, sobre los criterios de comercio justo Fairtrade para café, aplicada a organizaciones de pequeños productores y comerciantes, en el punto número 4.1.1 “Referencia de precio del mercado”, establece que los precios de mercado nunca deberán

ser inferiores al **Precio Mínimo Fairtrade**, el cual es **USD 140.00 dólares por qq**, cuando el precio del café según la bolsa de NY sea menor al precio mínimo, se aplicara el diferencial imperante, el cual hará que ese precio llegue al valor mínimo establecido por los estándares de Fairtrade Internacional.

La siguiente figura muestra como es el precio del café Fairtrade.

Figura 50

Precio y prima del café Fairtrade

Referencia de precio del mercado o PMF (el que sea superior)		+ Diferencial orgánico Fairtrade (en el caso del café orgánico)	+ Prima Fairtrade
NYC' (Arábica) o London RC (Robusta)	+ diferencial imperante		

Nota. *Fuente: Fairtrade Internacional

En la siguiente tabla se puede observar el valor diferencial que tiene el café orgánico (USD 0.30 dólares por libra), y comercio justo (USD 0.20 dólares por libra), estos en grano verde.

Tabla 44

Precios mínimos y primas de comercio justo Fairtrade

Producto	Calidad	Formulario	País / Región	Nivel de precios (Incoterm)	Cantidad / Unidad	Divisa	Fairtrade precio mínimo	Fairtrade prima	Fecha de validez
Café	Convencional	Arabica;Natural	Mundial	FOB	1 libra	USD	1.35	0.2	4/1/2011
Café	Convencional	Arabica;Washed	Mundial	FOB	1 libra	USD	1.4	0.2	4/1/2011
Café	Convencional	Robusta;Natural	Mundial	FOB	1 libra	USD	1.01	0.2	4/1/2011
Café	Convencional	Robusta;Washed	Mundial	FOB	1 libra	USD	1.05	0.2	4/1/2011
							Organic		
Café	Orgánico	Arabica;Natural	Mundial	FOB	1 libra	USD	differential: +0.30	0.2	4/1/2011
							Organic		
Café	Orgánico	Arabica;Washed	Mundial	FOB	1 libra	USD	differential: +0.30	0.2	4/1/2011
							Organic		
Café	Orgánico	Robusta;Natural	Mundial	FOB	1 libra	USD	differential: +0.30	0.2	4/1/2011
							Organic		
Café	Orgánico	Robusta;Washed	Mundial	FOB	1 libra	USD	differential: +0.30	0.2	4/1/2011
							Organic		

Nota. *Fuente: Fairtrade Estándares de precio mínimo

Tabla 45

Datos de los principales proveedores de Alemania para el producto 090111 importado en 2020, en miles USD y Toneladas

N°	Exportadores	Valor importado en 2020 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Alemania (%)	Cantidad importada en 2020 (Toneladas)	Valor unitario (USD/Kilogramo)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales
1	Brasil	934,846.00	34.2%	407,319.00	2.295	1
2	Viet Nam	384,784.00	14.1%	238,754.00	1.612	3
3	Honduras	308,859.00	11.3%	105,622.00	2.924	4
4	Colombia	205,261.00	7.5%	57,564.00	3.566	2
5	Perú	150,812.00	5.5%	44,211.00	3.411	8
6	Etiopía	133,333.00	4.9%	45,621.00	2.923	6
7	Uganda	81,173.00	3.0%	40,584.00	2	11
8	India	80,097.00	2.9%	32,091.00	2.496	12
9	Indonesia	47,970.00	1.8%	19,046.00	2.519	5
10	México	44,628.00	1.6%	13,056.00	3.418	15
	Mundo	2,736,605.00	100%	1,119,085.00	2.445	

Nota. *Fuente: ITC Trade Map

De los 10 principales países proveedores de café en grano verde a Alemania en el año 2020, Perú está ubicado el quinto puesto y registro un precio promedio de USD3.411 por kilogramo, estando a milésimas de los que tienen los valores más altos, como los es Colombia con USD 3.566 por kilogramo, y México con USD 3.418 por kilogramo. El país de Viet Nam registra un precio promedio de USD 1.612 por kilogramo, ya que este país se dedica a comercializar mayormente café Robusta, el cual tiene un menor precio en el mercado.

3.9.8. Simulación de costos de exportación

En esta parte se mostrará cuáles son los costos y gastos que involucra la exportación del café en grano verde, haciendo uso de la experiencia de la asociación APASVAHU, tomando como referencia la venta de sus 8 contenedores para el año 2021.

Tabla 46*Inversión inicial, activos tangibles*

Equipos, Maquinarias y Muebles	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Piladora	1	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00
Tostador	1	S/ 2,700.00	S/ 2,700.00
Impresora	1	S/ 850.00	S/ 850.00
Computadora	3	S/ 2,200.00	S/ 6,600.00
Hervidora	3	S/ 85.00	S/ 255.00
Escritorio	5	S/ 800.00	S/ 4,000.00
Balanza granulométrica	2	S/ 100.00	S/ 200.00
Cronometro	3	S/ 45.00	S/ 135.00
Balanza industrial	1	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00
Molino de poca capacidad	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Pírex	30	S/ 7.00	S/ 210.00
Equipo de Catación	5	S/ 100.00	S/ 500.00
Total			S/ 23,450.00

Tabla 47*Capital de trabajo*

Administrativo	por 1 mes	por 1 año
Útiles de oficina	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Útiles de limpieza	S/ 40.00	S/ 480.00
Botiquín	S/ 30.00	S/ 360.00
Almacén	por 1 mes	por 1 año
Útiles de oficina	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Útiles de limpieza	S/ 40.00	S/ 480.00
Botiquín	S/ 30.00	S/ 360.00
Laboratorio	por 1 mes	por 1 año
Útiles de oficina	S/ 50.00	S/ 600.00
Útiles de limpieza	S/ 40.00	S/ 480.00
Área técnica	por 1 mes	por 1 año
Útiles de oficina	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Útiles de limpieza	S/ 40.00	S/ 480.00
Cuaderno de registros	S/ 15.00	S/ 180.00
Total		S/ 11,220.00

Tabla 48*Capital total de trabajo*

Descripción	Total Anual
Asesor de certificación y capacitación	S/ 9,000.00
Certificaciones	S/ 32,000.00
Otros insumos	S/ 11,220.00
Total	S/ 52,220.00

Tabla 49*Depreciación y amortización*

Equipos, maquinarias y muebles	Costo Total	Depreciación	Deprec. anual	Deprec. x 5 Años	Valor residuo
Piladora	S/ 4,200.00	S/ 0.10	S/ 420.00	S/ 0.50	S/ 2,100.00
Tostador	S/ 2,700.00	S/ 0.10	S/ 270.00	S/ 0.50	S/ 1,350.00
Impresora	S/ 850.00	S/ 0.25	S/ 212.50	S/ 1.25	S/ 0.00
Computadora	S/ 6,600.00	S/ 0.25	S/ 1,650.00	S/ 1.25	S/ 0.00
Hervidora	S/ 255.00	S/ 0.10	S/ 25.50	S/ 0.50	S/ 127.50
Escritorio	S/ 4,000.00	S/ 0.10	S/ 400.00	S/ 0.50	S/ 2,000.00
Balanza granulométrica	S/ 200.00	S/ 0.10	S/ 20.00	S/ 0.50	S/ 100.00
Cronometro	S/ 135.00	S/ 0.10	S/ 13.50	S/ 0.50	S/ 67.50
Balanza industrial	S/ 1,800.00	S/ 0.10	S/ 180.00	S/ 0.50	S/ 900.00
Molino de poca capacidad	S/ 2,000.00	S/ 0.10	S/ 200.00	S/ 0.50	S/ 1,000.00
Pírex	S/ 210.00	S/ 0.10	S/ 21.00	S/ 0.50	S/ 105.00
Equipo de Catación	S/ 500.00	S/ 0.10	S/ 50.00	S/ 0.50	S/ 250.00
Total	S/ 23,450.00		S/ 3,462.50		S/ 8,000.00

Tabla 50*Otros gastos administrativos*

Gastos Fijos	Mensual	Anual
Luz	S/ 160.00	S/ 1,920.00
Agua	S/ 20.00	S/ 240.00
Celular gerencia	S/ 70.00	S/ 840.00
Internet	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Total	S/ 400.00	S/ 4,800.00

Tabla 51*Mano de obra directa*

Área	Cantidad	Costo Mensual	Total por Trabajador al Año
Gerencia	1	S/ 3,500.00	S/ 42,000.00
Administración	1	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00
Acopio	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00
Trazabilidad	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00
Calidad	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00
Catación	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00
Técnico de campo	1	S/ 1,800.00	S/ 21,600.00
Jefe de equipo técnico	1	S/ 2,500.00	S/ 30,000.00
Total		S/ 15,800.00	S/ 189,600.00

Tabla 52*Mano de obra indirecta*

Área	Cantidad	Costo Mensual	Total por Trabajador al Año
Estiba	2	S/ 1,200.00	S/ 28,800.00
Total		S/ 1,200.00	S/ 28,800.00

Tabla 53*Préstamo financiero*

Préstamo	S/ 600,000.00
Tasa % mensual	S/ 0.01
Cuota mensual	S/ 8,400.00
Total interés	S/ 100,800.00
Total a Pagar	S/ 700,800.00

Tabla 54*Gastos de venta*

Gastos De Embarque	Gastos Por Contenedor	N° Contenedores	Total Año 2021
Sacos negros	S/ 350.00	6	S/ 2,100.00
Flete de local a planta procesadora	S/ 4,500.00	7	S/ 31,500.00
Envío de muestra	S/ 103.00	8	S/ 824.00
Certificado fitosanitario para muestra	S/ 98.00	8	S/ 784.00
Bolsa para muestra	S/ 2.00	8	S/ 16.00
Saco de yute marcados	S/ 2,292.00	8	S/ 18,336.00
Proceso de pilado, envasado y clasificado	S/ 4,500.00	8	S/ 36,000.00
Certificado fitosanitario	S/ 212.00	8	S/ 1,696.00
Flete de planta a puerto	S/ 2,200.00	8	S/ 17,600.00
Servicio de exportación	S/ 3,796.00	8	S/ 30,368.00
Certificado de origen	S/ 58.00	8	S/ 464.00
Total	S/ 18,111.00		S/ 139,688.00

Tabla 55*Materia prima*

	Por Contenedor	Para 8 Contenedores
Café Pergamino	S/ 260,000.00	S/ 2,080,000.00

Tabla 56*Ventas de 8 contenedores de APASVAHU, año 2021*

Producto	Exportando	Exportando con Empresa
	Directo	Exportadora
	2021	2021
Café oro verde FTO (kg)	151,808.00	151,808.00
Café oro verde FTO (lb)	334,679.35	334,679.35
Café segundo FTO (kg)	9,323.00	9,323.00

Café coco FTO (kg)	430.00	430.00
Precio de café oro verde FTO x (lb)	\$2.30	\$2.15
Precio café segunda (kg)	\$2.39	\$2.39
Precio café coco (kg)	\$1.29	\$1.29
Ingresos de café oro verde FTO	\$769,762.51	\$718,590.03
Ingresos de café segunda	\$22,281.97	\$22,281.97
Ingresos de café coco	\$554.70	\$554.70
Tipo de cambio dólar a sol	S/ 3.95	S/ 3.95
Ingresos de café oro verde FTO	S/ 3,040,561.90	S/ 2,838,430.63
Ingresos de café segunda	S/ 88,013.78	S/ 88,013.78
Ingresos de café coco	S/ 2,191.07	S/ 2,191.07
Total Ingresos	S/ 3,130,766.75	S/ 2,928,635.48
Diferencia	S/ 202,131.27	

Tabla 57

Costos fijos y variables

Costos Fijos	
Mano de obra directa	S/ 189,600.00
Total capital de trabajo	S/ 52,220.00
Activos intangibles	S/ 23,450.00
Gastos administrativos	S/ 4,800.00
Viajes	S/ 1,000.00
Viatico	S/ 1,000.00
Total	S/ 272,070.00
Costos Variables	
Préstamo, intereses	S/ 100,800.00
Mano de obra indirecta	S/ 28,800.00
Gastos de ventas	S/ 139,688.00
Materia prima	S/ 2,080,000.00
Total	S/ 2,349,288.00
Total	S/ 2,621,358.00

3.9.8.1.Punto de equilibrio

Se vio necesario hallarlo, para conocer en qué momento los costos fijos y variables, en otras palabras, los ingresos y egresos tienen el mismo valor, para que posterior a eso, comience a generar ganancias.

Tabla 58

Punto de equilibrio

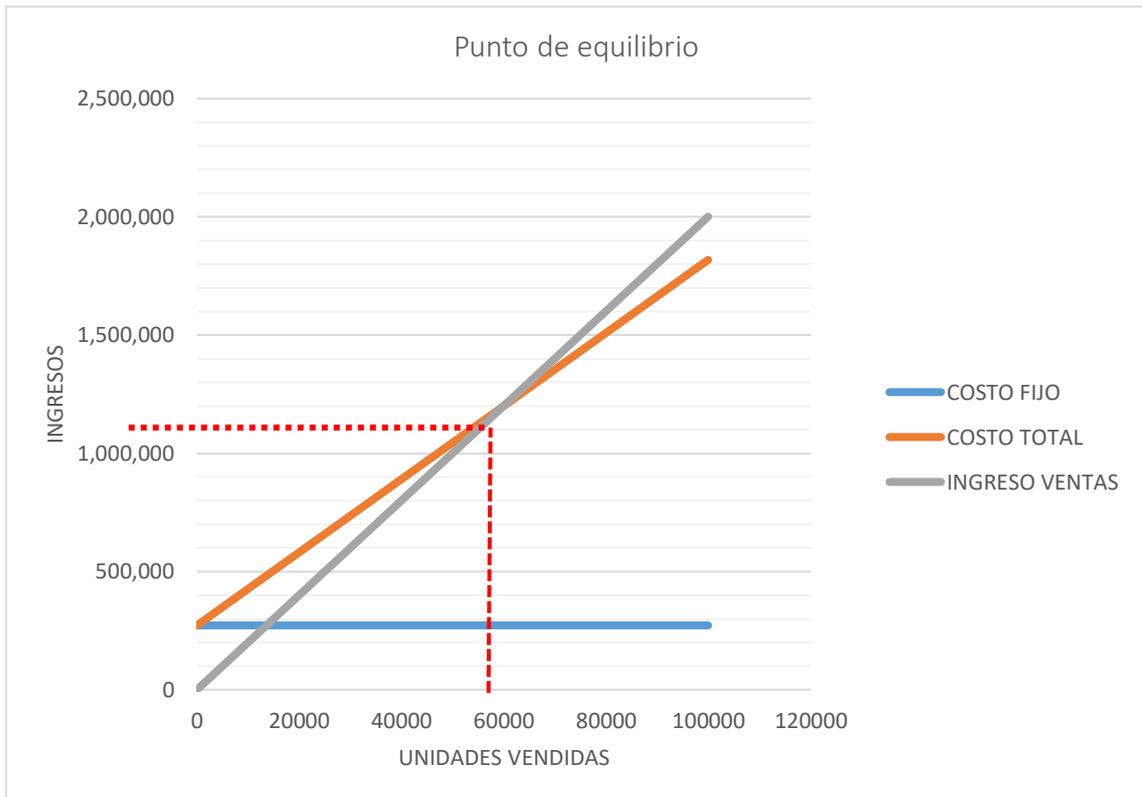
Datos	
Kg de café oro verde vendidos	151,808.00
Ingresos por Ventas	S/ 3,040,561.90
Costos Fijos	S/ 272,070.00
Costos Variables	S/ 2,349,288.00
Resultados	
Producto	Café Oro Verde
CV Unitario	S/ 15.48
PV Unitario	S/ 20.03
PV Ponderado	100%
Ganancia Unitaria	S/ 4.55
% GP	100%
Ventas Requeridas	S/ 1,196,697.39
Unidades de Venta Requerida	59,748.25
Demás Datos	
Ganancia Deseada	S/ 0.00
Margen De Utilidad	22.74%
Venta Requerida (Pe(S/.))	S/ 1,196,697.39
Comprobación	
CV Total	S/ 924,627.39
Venta Total	S/ 1,196,697.39
Diferencia	S/ 272,070.00

La tabla 58 muestra que para cubrir con los costos fijos y variables se es necesario vender una cantidad mínima de 59,748.25 kilogramos de café en

grano verde, con un valor promedio de S/ 1'196,697.39 soles. Se dice promedio porque el valor del café está en función a la evolución de la bolsa de New York, al igual que el valor del dólar, el tipo de cambio es un valor que por milésimas en cantidad de producto llega a ser una diferencia ya sea negativa a lo pronosticado o puede que sea positiva.

Figura 51

Punto de equilibrio



3.9.9. Promoción

3.9.9.1. Directa (ferias nacionales e internacionales)

Para promocionar los productos, una de las maneras efectivas es la de participar en ferias, ya que estos lugares y eventos son oportunidades donde se da a conocer el producto a diferentes empresas participantes en dichos eventos. Estos también pueden permitir que una empresa nueva tenga contacto directo con los clientes potenciales, y entablar negociaciones, haciendo que mejoren las relaciones comerciales, y concretar futuras ventas.

Tabla 59*Ferias en Perú, 2022*

Nombre de la feria	Fecha	Sector	Lugar
Feria internacional de Cafés Especiales del Perú – FICAFÉ	28 al 31 de octubre, 2022	Rueda de Negocios Internacional	Región Ayacucho

Nota. *Fuente: Estado Peruano (2021)

Tabla 60*Ferias en Alemania 2022*

Nombre de la feria	Fecha	Sector	Lugar
Eu Vend & coffeena	27 al 29 de octubre, 2022	Feria internacional especializada de máquinas expendedoras y de café.	Exhibition Centre Cologne
GENUSSWERK MESSE SAAR	25 al 27 de marzo, 2022	La feria de delicias culinarias	Sarrebruck

Nota. *Fuente: Ferias Info (2022)

3.9.9.2.Indirecta (e-commerce, market place, etc.)

El mercado alemán de E-Commerce, se caracteriza por innovación y enfocarse en atraer la lealtad de los consumidores, este mercado las domina Amazon.com quien tiene una participación de mercado del 28.8% y es el más importante distribuidor de café en Alemania, le sigue, eBay con 9%, Otto con 3.9%, y Zalando con 2.3%. Este E-Commerce, va dirigido a un comercio al por mayor y retail, el cual tiene un procesamiento de mayor grado, como lo son en granos tostados y molidos, en café en capsulas, y en café instantáneo. En el año 2020 la oficina de comunicaciones de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), informo que Dallmayr, el cual es una de las empresas más grandes de Europa de delicatessen, y es una de las marcas más conocidas en Alemania cuando se trata de café, ha introducido una nueva línea de café, el cual es Gran Verde, y es 100% peruano

específicamente de Chanchamayo, el cual se hizo realidad luego de concursos de taza de excelencia de años anteriores, de visitas al país.

Figura 52

Café 100% peruano Gran Verde de empresa Dallmayr



3.9.10. Clientes potenciales

A continuación, se presenta una tabla donde se muestra a las principales empresas que importan y exportan café para el mercado de Alemania.

Tabla 61

Potenciales clientes del café en grano verde para el mercado de Alemania

Empresa del producto café	Dirección de Correo Electrónico	Número Telefónico	Página Web
PERALES HUANCARUNA S.A.C.	info@perhusa.com.pe	(51-074) 227039 / 238760 / 232948	https://www.perhusa.com.pe/webperhusa/es/
Empresa dedicada al acopio, recepción, proceso de selección y embarque de café en grano verde, que se compromete a satisfacer los requisitos legales de nuestros clientes relacionados a las características físico - sensoriales del producto, cantidad, tiempos de entrega y atención oportuna.			
H.V.C. EXPORTACIONES SAC	operaciones@hvceportaciones.com.pe	+511 354-9212	http://www.hvc.pe/
Realizan todos los diferentes procesos industriales con tecnología de punta y personal calificado para ofrecer a nuestros clientes una variedad de cafés de primera calidad y de diferentes orígenes, de acuerdo a sus requerimientos específicos.			
EXPORTADORA ROMEX S.A.	contactoromex@romex.com.pe	(511) 202 3190	https://romex.pe/
Comerciantes al por Mayor de Productos Agrícolas de Materias Primas			

COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES NORANDINO LTDA (COOP. NORANDINO)	coopnorandino@coopnorandino.com.pe	(+51) 073 344983 / 345293	https://coopnorandino.com.pe/
Brinda servicios de proceso y comercialización; además, contamos con la mejor logística, asesoría, exportación y promoción de productos.			
ED&F MAN VOLCAFE PERU S.A.	Monte Rosa 255 piso 4 ofic. 309 - Chacarilla del Estanque, Santiago de Surco - Lima	+51 (1) 625-9873	https://edfman.com/
Obtenemos, almacenamos, vendemos, enviamos y distribuimos productos agrícolas, incluidos café, azúcar, melaza, alimentos para animales y legumbres. Comercializamos esos productos en todo el mundo y, con algunos, los procesamos y marcamos para clientes industriales y los estantes de los supermercados.			
OLAM AGRO PERÚ S.A.C.	consultas@olamnet.com	(+65) 633 94100	https://www.olamgroup.com/
Empresa agrícola y de alimentos líder que suministra ingredientes alimentarios, piensos y fibra a miles de clientes en todo el mundo, desde marcas mundialmente famosas hasta pequeñas empresas familiares.			
COMERCIO AMAZONIA S.A.	cafe.comercio@molicom.com.pe	+51 995 955 578	https://www.comerciocafe.com.pe/
Empresa dedicada a acopiar, procesar y comercializar el exquisito café de nuestro país.			
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL MISHAGRO	info@coopmishagro.com	+41 79 342 3945	https://coopmishagro.com/
Empresa dedicada a acopiar, procesar y comercializar el exquisito café de nuestro país.			
COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA ALTO MAYO	gerencia@coopaltomayo.com	+51 967 403 396	http://www.coopaltomayo.com/
Producen café arábico, las mismas que cumplen con los estándares de calidad exigidas por los diferentes mercados del exterior.			
NEGRISA S.A.C.	CAL. LAS FLORES MZA. C LOTE. 12 URB. SHANGRILA LIMA - LIMA	(01) 5512058	---
Dedicado al servicio de 15499 - Elaboración De Otros Productos Alimenticios.			
KONINKLIJKE DOUWE EGBERTS B.V. OO	Oosterdoksstraat 80 1011 DK Amsterdam The Netherlands	+31 30 297 9111	https://www.jacobsdouweegberts.com
Es una de las más de 50 marcas de la empresa JACOBS DOUWE EGBERTS en productos de café y té, a nivel mundial, siendo esta marca la comercializadora de café en Alemania.			
TCHIBO GMBH	PO Box 107820 28078 Bremen	0800-300 01 11	https://www.tchibo.de/

Empresa que se dedica a vender café en diversas presentaciones para el mercado de Alemania.			
BENECKE COFFEE GMBH & CO KG	info@benecke-coffee.de	+49 (40) 37 85 14 0	https://www.benecke-coffee.de/en/
Empresa independiente y dirigida por sus propietarios. Junto con la marca de cafés especiales Rehm & Co., ofrecemos una amplia experiencia y conocimientos en el comercio del café verde.			
HAMBURG COFFEE COMPANY HACOFCO MBH	a.las-opolski@hacofco.de	+49 40 3096160	http://www.hacofco.de/
Empresa que forma parte de la industria de comerciantes mayoristas de comestibles y productos relacionados al café.			
ALOIS DALLMAYR KAFFEE BERLIN HABE	Verbraucher@dallmayr.Delaware	+49 89 / 2135-0	https://www.dallmayr.com/de/en/
Es una de las marcas alemanas de café más conocidas.			
BERNHARD ROTHFOS GMBH AM SANDTORP	instant.br@nkg.coffee	+49 40 37001-0	https://instant-coffee.com/
Empresa de servicios de café verde número uno del mundo en el siempre creciente mercado mundial del café. Comercializa todo tipo de café instantáneo para el segmento B2B.			

Nota. *Fuente: Veritrade, ITC Trade Map

IV. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos, acerca de si aplican el uso de las herramientas de inteligencia comercial en la Asociación de Productores Agropecuarios Sostenibles del Valle de Huayabamba (APASVAHU), para el análisis de potenciales clientes, competidores, y más, relacionados al café, esta se encuentra en un nivel medio bajo, ya que a pesar de contar con los requisitos para poder exportar su producto, como son, certificaciones de producto orgánico, certificación de comercio justo, volumen de producción aproximada de 414 Toneladas de café, y un puntaje en taza mayor a 83 hasta 85 puntos; tiene una gran deficiencia, el cual es un desconocimiento del uso de las herramientas de inteligencia comercial, para hacer un estudio más intenso sobre potenciales clientes, búsqueda de socios comerciales, presentación de productos, requisitos de importación en países extranjeros, y demás, con la finalidad de realizar ventas directas, sin la necesidad de un intermediario, posicionar su producto a nivel internacional, esto conlleva a conocer más sobre estas herramientas de inteligencia comercial, las cuales le brindaran un soporte con información necesaria y precisa, y para el análisis de una base de datos amplia hacer uso de la metodología screening para mejorar las decisiones comerciales. Guevara (2019) indica que la inteligencia comercial es una herramienta necesaria e importante para analizar a los competidores, diseñar productos mediante estrategias y fuentes de información, otorgando criterios para seleccionar mercados y estructurar una investigación comercial.

Tras la preselección de los países a analizar en la tabla 36, mediante la metodología screening, se evaluaron las oportunidades de dichos mercados internacionales para la selección de un mercado objetivo, enfocándose en primer término en información a nivel macro (Papadopoulos & Denis, 1988). Las razones para preseleccionar un país a analizar fueron el tener un buen precio y un alto nivel de volumen de importación, para posteriormente analizarlos a nivel macro, y a mayor profundidad. Montero (2013).

En los resultados obtenidos en el punto (3.9.3.) del presente informe, sobre las barreras de acceso al mercado, vemos que en el mercado alemán existe arancel “0” para la exportación de café verde. Para el apartado fitosanitario, se solicita una inspección previa por parte de Senasa, antes de embarcar la mercancía, posterior a ello se autorizará la continuación de los procesos de exportación. Se puede observar también que, los requisitos no arancelarios para la comercialización de café verde al mercado alemán son estrictamente necesarios, certificados, cumplir con reglamentación de etiquetado empaquetado, y trazabilidad de estos, así también como el certificado de origen, documentos sumamente relevantes e indispensables para su internacionalización.

V. CONCLUSIONES

Se hizo un diagnóstico a la asociación a través un análisis FODA, y se reconoce que cuentan con los requisitos básicos para poder internacionalizar su producto, sin embargo, no cuentan con una área o profesional dedicado al tema de comercialización, el cual coloca a la asociación en una posición estratégica menos competente.

Con esta investigación se busca que organizaciones cafetaleras puedan mejorar la identificación y selección de un mercado internacional, mediante el correcto uso de las herramientas de inteligencia comercial, desarrollando un adecuado proceso de selección de mercado internacional, el cual se traduce en una mejor identificación de oportunidades de negocios. Es por ello que se decidió seleccionar la metodología de Screening, la cual se adapta a diversos estudios y es fácil de entender.

Se analizaron a 5 países potenciales, tomando en consideración para su elección: el volumen importado y precio unitario; escogiendo como mercado potencial a Alemania, el segundo principal importador de café en grano verde a nivel nacional y mundial, procediendo a determinar las barreras comerciales y simular costos de exportación para el mercado meta. Alemania es un mercado que está siendo abastecido por el café peruano, y con expectativas de llegar a posicionarse, como un café especial de calidad, adicional a esto, el mercado alemán está más equipada tecnológicamente, prefiriendo tomar café en sus hogares y oficinas, por ello que un nicho de mercado viene siendo el comercializar café en grano verde envasado en bolsas personales, para que ellos mismos los tosten y consuman.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la directiva de la asociación, que comience a hacer uso las diversas herramientas de inteligencia comercial, ya que estas le brindaran una ventaja competitiva para la búsqueda de mercados potenciales y la implementación de diversas estrategias comerciales. También deberían replantear su visión a un ámbito más internacional, además de mejorar el análisis de variables necesarias para comercializar su producto en el extranjero.

Se recomienda implementar un área relacionado a lo comercial, o contratar un profesional relacionado a lo comercial, en beneficio de la asociación, el cual estará dedicado a la investigación en temas de inteligencia comercial, el cual ayudará a conocer las tendencias de mercados donde se piensa adentrar.

Se ve necesario recomendar, que se debería de contar con un modelo estructurado y sistémico de herramientas de inteligencia comercial, el cual facilite el continuo estudio y análisis de futuros mercados potenciales, con el objetivo de contar con nuevas estrategias de comercialización., para introducir su producto a mercados nuevos.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcántara, J. (2019). *Selección de mercados para la exportación de pellets de alfalfa*. Trabajo para obtener grado de Bachiller, Universidad Tecnológica del Perú, Facultad de Administración y Negocios, Chiclayo.
- Aldave, P. (2018). *Inteligencia Comercial y su Incidencia en la Comercialización de pala de la empresa AGROKASA del distrito de Supe Puebla*. Tesis para título profesional en negocios internacionales, Universidad Nacional Jose Faustino Sánchez Carrión, Facultad Ciencias Empresariales, Huacho.
- APASVAHU. (s.f.). *Asociación de Productores Agropecuarios Sostenibles del Valle de Huayabamba*. Amazonas.
- Banco Mundial. (2020). *PIB per cápita (USD actuales)*. Obtenido de The World Bank: https://data.worldbank.org/indicator/ny.gdp.pcap.cd?most_recent_value_desc=true
- Chávez, K., & Olivos, R. (2016). *La Inteligencia Comercial Como Herramienta Implementada en un Sistema Organizacional de Recojo de Información para la elaboración, Comercialización y Exportación del Sazonador de hoja de Palta Pulverizada*. Tesis para título de licenciatura en administración y negocios internacionales, Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Cajamarca.
- CLAC Fairtrade. (2019). *Somos CLAC*. Obtenido de clac comercio justo: <https://clac-comerciojusto.org/clac/presentacion/quienes-somos/>
- Consultores, B. (6 de Mayo de 2021). *La investigación no experimental*. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de Online-Tesis: <https://online-tesis.com/la-investigacion-no-experimental/>
- Deutscher Kaffeeverband. (Diciembre de 2021). *Asociación Alemana del Café*. Obtenido de <https://www.kaffeeverband.de/en#>
- Die Bundesregierung. (16 de Febrero de 2022). *Mit Zuversicht nach vorne schauen*. Obtenido de Bund-Länder-Konferenz: <https://www.bundesregierung.de/bregde/themen/coronavirus/corona-mpk-bund-laender-2005752>

- Dirección General de Políticas Agraria/Dirección de Estudios Económicos. (2020). *Commodities Café: Oct-Dic 2020*. Lima: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego.
- Estado Peruano. (14 de Setiembre de 2021). *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de Ficafé, Ayacucho VRAEM 2022: <https://www.gob.pe/institucion/provraem/noticias/523649-ficafe-ayacucho-vraem-2022>
- Euromonitor Internacional. (2021). *Coffee in Germany*. Obtenido de <https://www.euromonitor.com/coffee-in-germany/report>
- Fairtrade Internacional. (2021). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Café*. Bonner Talweg / Germany: Eric ST-Pierre.
- Fairtrade Internacional. (2021). *Tabla de precios mínimos y prima de comercio justo Fairtrade*. Bonner Talweg / Germany: Fairtrade Standards.
- FeríasInfo. (2022). *Calendario de ferias de café, Alemania*. Obtenido de <https://www.feriasinfo.es/Ferias-de-caf-Y415-S1.html>
- Global Trade Helpdesk. (2021). *Welcome to the Global Trade Helpdesk*. Obtenido de Start exploring opportunities: <https://globaltradeshelpdesk.org/en>
- Guevara, J. (2019). *Inteligencia Comercial para Promover la Exportación de Café en APROCOYCE*. Tesis para título de Ingeniero en Agronegocios, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología, Amazonas.
- ICEX. (2021). *Información de mercados: Alemania*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/index.html>
- Investing. (Enero de 2022). *Futuros Café*. Obtenido de Bolsa New York: <https://es.investing.com/commodities/us-coffee-c-streaming-chart>
- ITC Market Access Map. (2021). *Requisitos reglamentarios de la partida 090111 exportados de Perú a Alemania*. Obtenido de <https://www.macmap.org/es/query/regulatory-requirement?reporter=276&partner=604&product=090111&level=6&rtype=I>

- ITC Standards Map App. (2021). *Estándares para comercializar un producto*. Obtenido de <https://standardsmap.org/es/identify?name=Fairtrade%20International%20%20-%20Small%20Producers%20Organizations>
- Liberos, E. (2021). *Selección de mercados internacionales 2021*. Recuperado el 15 de Julio de 2021, de IEDG Business School: <https://www.iedg.eu/eduardo-liberos-seleccion-de-mercados-internacionales>
- Llatas, Y. (2018). *Plan de negocios para la exportación de café al mercado de Alemania de la cooperativa Agraria Ilucan, Cutervo*. Pimentel. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5466/Llatas%20Gordillo%20Yamily.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Perfil de e-commerce, Alemania Agronegocio*. Lima: Prom Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Plan de desarrollo de mercado Alemania*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/00.html
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2021). *Anuario Estadístico de Comercio Exterior 2020*. MINAGRI, Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas - DGESEP. Dirección de Estadística Agraria - DEA.
- Monjarás, A., Bazán, A., Pacheco, Z., Rivera, J., Zamarripa, J., & Cuevas, C. (2019). Diseños de investigación. 119-122.
- Montero, G. (2013). Metodologías de selección de mercados externos y mercados emergentes. *Journal of Business*, 28-51.
- Nestlé. (3 de Setiembre de 2020). *¿Qué es el café verde y cuáles son sus beneficios?* Obtenido de Nestlé Profesional Making More Possible: <https://www.nestleprofessional.es/area-profesionales/noticias/que-es-el-cafe-verde-y-cuales-son-sus-beneficios.html>
- Papadopoulos, N., & Denis, J. (1988). Inventory, Taxonomy and Assessment of Methods For International Market Selection. *International Marketing Review*, 38-51.

- Rojas, K. (2016). *Inteligencia comercial (aplicada a la administración de negocios internacionales)*. Lima, Perú: Editora Macro E.I.R.L.
- Rojas, Y. (2019). *Inteligencia comercial y su influencia en la Exportación de la fruta caqui al mercado Canadiense*. Tesis para título de licenciado en administración y negocios internacionales, Universidad privada del Norte, Facultad de Negocios, Lima.
- SIICEX. (2021). *Inteligencia de Mercados*. Obtenido de SIICEX: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp#resultado>
- SIICEX. (21 de Diciembre de 2021). *SIICEX Rutas Marítimas*. Obtenido de SIICEX: <https://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/home>
- Speciality Coffee Association. (2021). *SCA Coffee Standards*. Obtenido de SCA COFFEE: <https://sca.coffee/research/coffee-standards>
- Specialty Coffee Company. (2020). *What is SPECIALTY COFFEE*. Obtenido de thespecialtycoffeecompany: <https://www.thespecialtycoffeecompany.com/resources/specialty-coffee/>
- TRADEMAP. (2021). *Base de datos de exportacion e importación a nivel mundial*. Obtenido de <https://www.trademap.org/>
- United States Department of Agriculture. (2020). *Coffee: World Markets and Trade*. United States: Foreign Agricultural Service.
- VERITRADE. (2021). *Consultas*. Obtenido de <https://www.veritradecorp.com/es/consultas>

ANEXOS

Anexo No 01. Fotografías de la Asociación APASVAHU

Ilustración 1. *Visitas de campo*



Ilustración 2. *Local y laboratorio APASVAHU*



Anexo No 02. Cuestionario

CUESTIONARIO A SOCIOS DE LA ASOCIACION APASVAHU 2021

Leer cuidadosamente las preguntas que se presentaran, respondiendo con sinceridad en el orden en las que se presentan. Esta información servirá para un estudio de investigación sobre inteligencia comercial en la asociación APASVAHU, Omia – Rodríguez de Mendoza, desde luego, se agradece su colaboración.

Nombre:

Sexo: Femenino [] Masculino []

Lea con cuidado las siguientes instrucciones:

Criterio	Puntaje
Totalmente De Acuerdo	1
De Acuerdo	2
Más o Menos De Acuerdo	3
En Desacuerdo	4
Totalmente En Desacuerdo	5

Marcar con una "X" en los recuadros según su criterio y conocimiento.

PREGUNTAS	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1) ¿Sabe usted si la organización realizó investigación en temas de inteligencia comercial, para conocer la producción nacional e internacional?					
2) ¿Conoce si ha habido un incremento en los precios de venta del café que comercializa la organización en los últimos 3 años?					
3) ¿Sabe usted si actualmente la organización cuenta con alguna certificación para su café?					
4) ¿Usted considera, que las cualidades organolépticas que posee su café, lo hacen ser más diferenciado con sus competidores?					
5) ¿Usted cree que el volumen de producción de café se ha incrementado en las últimas campañas?					
6) Para el proceso de la postcosecha del café, ¿la organización cuenta con maquinarias y equipos?					
7) ¿Usted sabe si la organización hace uso de envases, empaques y embalajes?					
8) ¿Sabe usted si la organización cuenta con una base de datos en temas de inteligencia comercial?					
9) ¿La organización cuenta con algún programa, para la gestión de exportación?					
10) ¿La organización, alguna vez ha empleado las herramientas de inteligencia comercial?					

11) ¿Según su opinión, considera al uso de las herramientas de inteligencia comercial como importantes en su organización?					
12) ¿En la organización existe un área dedicada a ver los temas comerciales, como lo son exportación?					
13) ¿Piensa usted que en un futuro su organización exportará?					
14) ¿Considera usted como importante el análisis de los principales competidores?					
15) ¿Cree usted que sea necesario analizar los precios internacionales de café?					
16) ¿La organización conoce como identificar y seleccionar a los clientes potenciales?					
17) ¿sabe usted si la organización analiza los precios internacionales?					
18) ¿Tiene conocimiento, sobre quiénes son los principales países importadores de su producto (café)?					
19) ¿La organización puede reconocer las oportunidades en los mercados internaciones?					
20) ¿Usted tiene conocimientos sobre los cambios de los mercados internacionales?					
21) ¿La organización conoce como identificar, analizar y seleccionar un mercado meta internacional?					
22) ¿usted cree que se debe hacer un análisis de los costos de exportación?					
23) ¿Conoce usted las normas para comercializar su café?					
24) ¿La gerencia de la organización conoce como determinar las preferencias arancelarias, tanto en el país de origen como en el país de destino?					
25) ¿La organización conoce como decidir sobre temas comerciales mediante el análisis e interpretación de la bolsa de New York?					

Anexo No 03. Validación de instrumentos

Validador	Grado Académico / Puesto	Aplicabilidad del Instrumento
Adelmo Becerril Del Aguila	Gerente Comercial APASVAHU	Aplicable
Diomedes Chingel Minga	Ingeniero Agrónomo	Aplicable
Daniel Rodrigo Lam Cancio	Ingeniero Agrónomo	Aplicable

Validación No. 1



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO
RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN AGRONEGOCIOS

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombre del experto: *Peccoril del Aguila Adelma*

Grado Academico:

Cargo e Institución donde labora: *Gerente Comercial*

Título de la Investigación: **INTELIGENCIA COMERCIAL PARA MEJORAR EL PROCESO DE SELECCIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL DE CAFE (Coffea arabica) EN APASVAHU, AMAZONAS – 2021**

Autor del instrumento: DEL AGUILA QUISPE, JOSE LUIS

Nombre del Instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/ CUANTITATIVOS	DEFICIENTE 01 - 09
		REGULAR 10 - 12
		BUENO 13 - 15
		MUY BUENO 16 - 17
		EXCELENTE 18 - 20
		NOTA
CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje claro.	<i>17</i>
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables	<i>17</i>
ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.	<i>16</i>
ORGANIZACIÓN	Existe organización logica.	<i>18</i>
SUFICIENCIA	Comprende aspectos de cantidad y calidad.	<i>16</i>
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.	<i>16</i>
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teoricos científicos y del tema de estudio.	<i>16</i>
COHERENCIA	Entre los indices, indicadores, dimensiones y variables.	<i>18</i>
METODOLOGIA	La estrategia responde al proposito del estudio.	<i>18</i>
CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.	<i>16</i>
SUB TOTAL		<i>168</i>
PROMEDIO		<i>16.8</i>

VALORACION CUALITATIVA: *bueno*

OPINION DE APLICABILIDAD: *Aplicable*

Lugar y fecha: *Omia 15/09/2021*

Firma y Pos firma del experto

DNI: *40815043*

Validación No. 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO
RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**
Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN AGRONEGIOS

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombre del experto: *Chingel Minga Diomedes*

Grado Académico: *Ingeniero*

Cargo e Institución donde labora: *Coordinador APASVAHU*

Título de la Investigación: **INTELIGENCIA COMERCIAL PARA MEJORAR EL PROCESO DE SELECCIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL DE CAFE (Coffea arabica) EN APASVAHU, AMAZONAS – 2021**

Autor del instrumento: DEL AGUILA QUISPE, JOSE LUIS

Nombre del Instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/ CUANTITATIVOS	DEFICIENTE 01 - 09
		REGULAR 10 - 12
		BUENO 13 - 15
		MUY BUENO 16 - 17
		EXCELENTE 18 - 20
		NOTA
CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje claro.	<i>16</i>
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables	<i>15</i>
ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.	<i>16</i>
ORGANIZACIÓN	Existe organización logica.	<i>17</i>
SUFICIENCIA	Comprende aspectos de cantidad y calidad.	<i>16</i>
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.	<i>15</i>
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teoricos científicos y del tema de estudio.	<i>15</i>
COHERENCIA	Entre los indices, indicadores, dimensiones y variables.	<i>16</i>
METODOLOGIA	La estrategia responde al proposito del estudio.	<i>16</i>
CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.	<i>15</i>
SUB TOTAL		<i>142</i>
PROMEDIO		<i>14.2</i>

VALORACION CUALITATIVA: *Buena*

OPINION DE APLICABILIDAD: *Aplicable*

Lugar y fecha: *Omita 14-09-2021*

Firma y Pos firma del experto

DNI: *47150009*



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO
RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN AGRONEGIOS

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombre del experto: LAM CANCIO DANIEL RODRIGO

Grado Académico: INGENIERO AGRONOMO

Cargo e Institución donde labora: CAPE AMERICA S.A.C.

Título de la Investigación: **INTELIGENCIA COMERCIAL PARA MEJORAR EL PROCESO DE SELECCIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL DE CAFE (Coffea arabica) EN APASVAHU, AMAZONAS – 2021**

Autor del instrumento: DEL AGUILA QUISPE, JOSE LUIS

Nombre del Instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/ CUANTITATIVOS	DEFICIENTE 01 - 09
		REGULAR 10 - 12
		BUENO 13 - 15
		MUY BUENO 16 - 17
		EXCELENTE 18 - 20
		NOTA
CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje claro.	16
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables	16
ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.	16
ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.	16
SUFICIENCIA	Comprende aspectos de cantidad y calidad.	16
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.	16
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos y del tema de estudio.	16
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.	16
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.	16
CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.	16
SUB TOTAL		160
PROMEDIO		16

VALORACION CUALITATIVA: BUENO

OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE

Lugar y fecha: ROD. MENDOZA 14-09-2021

Firma y Pos firma del experto

DNI: 40899139

Anexo No 04. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología
¿Cómo la inteligencia comercial puede mejorar el proceso de selección al mercado internacional de café (<i>Coffea arabica</i>) en la Asociación de Productores Sostenibles del Valle de Huayabamba (APASVAHU) Amazonas-2021?	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Determinar cómo es que la inteligencia comercial puede mejorar el proceso de selección al mercado internacional de café (<i>Coffea arabica</i>) en la asociación (APASVAHU) – Amazonas - 2021.</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Inteligencia comercial</p>	<p>Si se aplica la inteligencia comercial mejorará el proceso de selección al mercado internacional de Café (<i>Coffea arabica</i>) en la asociación (APASVAHU) del distrito de Omia, región Amazonas.</p>	<p><u>Tipo y diseño de la investigación</u></p> <p>Tipo e investigación:</p> <p>Descriptiva – Propositiva</p> <p>Diseño de la investigación: No Experimental</p> <p><u>Población y muestra</u></p> <p>Población: Para realizar la investigación, la población está constituida por todos los socios pertenecientes a la asociación (APASVAHU) del distrito de Omia, los cuales suman un total de 178 personas en total.</p> <p>Muestra: La muestra será de 122 personas pertenecientes a la asociación (APASVAHU)</p> <p><u>Técnicas e instrumentos de la investigación</u></p> <p>Técnica: Cuestionarios, análisis documentales y páginas web.</p> <p>Instrumento: Cuestionarios, internet.</p>
	<p><u>Objetivos específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar el nivel de inteligencia comercial en (APASVAHU) • Identificar oportunidades de negocios con mejores precios en los mercados internacionales. • Determinar las barreras comerciales de exportación para los mercados meta. 	<p>Variable Dependiente:</p> <p>Selección de mercado</p>		

Anexo No 05. Alfa de Cronbach

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	SU MA
1	4	3	5	2	4	5	2	4	4	2	3	1	3	4	5	4	2	2	2	3	4	4	4	3	4	83
2	5	4	4	5	5	2	4	5	5	4	5	1	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	107
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	121
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	116
5	3	2	3	1	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	5	4	3	1	2	3	4	4	3	4	2	80
6	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	110
7	3	2	4	5	3	4	3	2	4	1	4	1	4	3	3	2	4	1	4	3	4	3	4	3	2	76
8	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	5	3	4	4	103
9	5	4	2	5	5	4	3	3	5	4	5	1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	107
10	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	120
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	117
12	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	119
13	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	119
14	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	107
15	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	3	4	115
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	122
17	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	112
18	5	2	5	5	4	3	4	4	4	4	4	1	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	96
19	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	2	4	4	4	2	4	3	5	5	104
20	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	3	1	3	3	4	2	5	1	3	2	3	4	3	3	1	63
21	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	1	4	5	5	5	4	5	5	4	5	111
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	119
23	3	2	3	2	4	4	1	5	4	5	3	1	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	2	79
24	5	5	3	3	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	111
25	3	2	3	3	3	4	1	1	4	3	3	1	4	3	5	5	4	2	4	3	3	4	3	2	3	76
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	120
27	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	119
28	3	2	5	5	4	4	4	2	4	2	4	1	4	4	4	4	2	1	1	3	4	3	3	4	1	78
29	5	4	4	3	5	4	4	5	5	2	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	2	5	5	107
30	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	121
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	122
32	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	113
33	5	1	3	2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	2	90
34	4	2	3	5	4	4	3	2	4	1	4	1	4	4	4	5	3	2	5	3	2	4	4	4	1	82
35	5	5	3	5	5	4	5	5	4	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	110
36	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	1	4	5	5	5	5	4	2	4	4	5	5	4	5	109
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	121
38	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	1	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	109
39	2	2	4	3	2	2	1	1	3	2	3	2	4	3	4	4	4	1	2	2	4	3	3	2	1	64
40	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	1	4	4	5	3	2	2	4	3	4	3	3	2	3	81
41	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	119
42	3	2	2	2	4	5	4	3	3	2	3	4	4	3	5	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	77

43	4	1	4	5	4	4	2	2	4	5	3	4	5	5	4	5	3	3	3	2	3	4	4	2	3	88
44	3	3	4	5	4	4	2	3	5	2	3	1	5	4	4	4	3	1	4	3	2	2	3	4	2	80
45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	118
46	4	2	3	5	4	5	2	4	4	2	3	1	5	4	4	4	2	2	3	4	3	3	4	1	82	
47	4	2	5	4	4	4	2	2	5	3	3	1	4	4	5	2	3	2	4	3	3	4	4	4	3	84
48	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	117
49	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	117
50	2	2	3	3	4	4	2	4	2	1	3	1	4	3	4	4	2	1	2	3	4	3	3	2	1	67
51	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	115
52	4	1	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	2	4	3	2	3	4	4	3	3	3	87
53	5	1	3	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	94
54	5	4	5	3	5	5	4	5	2	4	5	1	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	105
55	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	111
56	3	2	2	5	3	5	3	4	4	1	4	2	4	3	4	2	3	1	3	3	4	3	2	2	3	75
57	3	3	5	5	4	3	2	3	4	4	4	1	4	4	5	3	4	1	3	3	3	3	2	2	3	81
58	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	3	2	4	3	5	2	2	1	4	4	2	4	3	3	2	69
59	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	118
60	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	1	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	109
61	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	1	4	4	4	4	5	2	3	2	3	3	4	2	3	83
62	3	3	4	5	3	5	3	2	4	2	3	3	3	3	4	2	4	1	2	2	3	3	3	2	1	73
63	3	3	5	5	4	4	2	3	5	2	4	2	4	4	4	2	2	1	3	3	4	4	3	2	2	80
64	5	4	4	2	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	2	4	5	5	4	5	5	4	4	109
65	2	2	5	5	4	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	4	1	70
66	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	115
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	119
69	3	3	2	5	3	4	3	3	4	1	3	1	3	4	5	3	4	1	1	3	4	4	4	4	3	78
70	3	2	5	3	4	4	3	2	4	4	3	1	4	4	4	4	2	1	5	2	2	4	4	3	3	80
71	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	1	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	105
72	5	1	5	4	4	4	2	4	5	4	4	1	5	5	4	5	1	4	5	3	4	3	4	4	4	94
73	5	5	3	5	4	5	4	4	3	4	3	1	4	5	5	4	2	3	2	2	4	3	4	3	3	90
74	5	1	4	5	4	4	3	5	5	2	3	1	5	5	5	5	3	3	3	2	4	3	4	4	3	91
75	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	116
76	2	3	2	5	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	4	2	3	1	1	3	4	3	4	3	2	71
77	2	2	5	2	3	4	2	3	4	4	3	1	4	3	2	2	2	1	2	2	4	4	3	2	2	68
78	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	117
79	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	112
80	4	2	2	5	4	4	4	4	4	1	3	1	5	4	5	4	1	2	4	3	3	4	4	4	3	84
81	5	4	5	3	5	5	3	3	3	4	5	4	4	5	5	3	1	4	5	5	4	5	4	5	5	104
82	3	3	4	3	3	4	1	4	2	2	3	1	3	3	4	4	4	2	3	3	2	4	3	4	2	74
83	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	1	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	103
84	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	113
85	5	2	3	5	4	4	4	4	4	5	4	1	4	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	92
86	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	5	1	4	5	4	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4	101
87	5	1	4	2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3	94

88	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	112	
89	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	2	5	2	5	4	5	4	4	5	111
90	5	4	3	5	5	3	4	5	4	4	5	1	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	107
91	2	2	1	5	3	2	3	3	4	3	3	2	5	3	4	5	2	1	2	3	4	3	3	3	1	72
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	4	119
93	3	2	4	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	1	2	2	2	4	3	2	1	77
94	5	1	5	4	4	5	4	4	5	3	4	1	4	5	5	2	5	4	5	4	3	4	4	3	4	97
95	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	114
96	3	3	4	5	1	4	2	4	4	1	3	1	4	4	2	5	3	2	5	3	3	3	4	3	2	78
97	5	4	4	5	5	4	2	4	4	2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	109
98	4	2	5	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	85
99	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	4	111
100	2	3	4	5	3	2	1	4	4	2	3	1	4	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	71
101	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	112
102	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	1	5	5	4	5	4	5	5	5	4	111
103	5	5	2	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	2	5	4	5	5	4	4	110
104	2	1	1	3	2	2	1	3	2	1	3	1	3	3	4	2	3	1	1	2	3	4	2	1	1	52
105	5	4	5	5	5	5	4	3	2	4	5	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	110
106	5	3	5	2	4	4	3	4	4	4	4	1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	98
107	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	117
108	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	1	4	5	5	5	3	4	4	3	2	3	4	4	4	96
109	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	108
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	121
111	2	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	5	3	5	3	1	1	2	2	3	4	3	4	3	71
112	4	2	3	5	4	4	3	5	4	1	4	2	4	4	5	2	5	2	3	3	3	3	3	2	4	84
113	3	2	4	3	4	4	2	5	2	4	4	1	4	4	4	3	2	2	5	2	3	4	4	3	3	81
114	2	1	3	2	2	5	2	4	3	1	3	2	4	3	2	2	4	1	1	3	3	3	2	3	1	62
115	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	114
116	5	5	5	2	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	113
117	4	1	3	5	4	3	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	89
118	3	3	3	5	4	2	4	4	2	1	3	1	5	3	4	3	3	1	4	2	4	4	4	3	1	76
119	5	4	4	3	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	112
120	2	3	3	2	3	3	1	2	4	4	3	1	3	3	4	4	4	1	2	3	4	3	3	3	2	70
121	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	1	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	110
122	4	1	4	1	4	4	3	4	4	2	3	4	5	5	5	3	5	3	5	3	3	4	4	2	2	87
	1.12	1.99	1.05	1.24	0.73	0.72	1.45	1.06	0.78	1.74	0.77	2.29	0.37	0.60	0.47	0.99	1.43	2.48	1.47	1.28	0.64	0.71	0.77	0.91	1.64	334.55

K	25
$\sum V_i$	28.69
$\sum V_t$	334.55

SECCIÓN 1	1.04166667
SECCIÓN 2	0.91422924

α	0.9523
----------	--------