

**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 TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERA EN AGRONEGOCIOS**

**EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉS ESPECIALES EN
TIEMPOS DE PANDEMIA COOPERATIVA ALTA
MONTAÑA, AMAZONAS**

Autora: Bach. Nuria Adela Rodrigo Fernandez

Asesor: Dr. Raúl Rabanal Oyarce

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2023

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): Rodrigo Fernández Nuria Adela
DNI N°: 75244209
Correo electrónico: 7524420962@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

Evaluación socioeconómica de la comercialización de cafés especiales en tiempos de pandemia cooperativa Alta Montaña, Amazonas.

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Rabanal Oyaree Raúl
DNI, Pasaporte, C.E.N°: 33432096
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) <https://orcid.org/0000-0003-0681-0963>

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-Inmunología)

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

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, 15 de mayo de 2023



Firma del autor 1



Firma del Asesor 1

Firma del autor 2

Firma del Asesor 2

DEDICATORIA

La presente tesis va dedicada a Dios por guiarme en el buen camino, a mis padres Liborio Rodrigo Tapia y Melchora Fernandez Bernal quienes me inculcaron valores, respeto y disciplina para alcanzar los objetivos establecidos como persona y profesional.

A mi querida hermana Nolis Rodrigo Fernandez por sus consejos y apoyo incondicional desde que tengo uso de razón.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a todas las personas que confiaron en mi durante mi formación profesional y a su vez estuvieron para apoyarme en todo momento.

A Dios, fuente suprema de compasión y perspicacia. En honor de mis padres, que me enseñaron el valor del trabajo duro, la perseverancia, la humildad y la honestidad ante los contratiempos, y la fortaleza para afrontar y superar mis ansiedades cuando lo necesitaba. A la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña por haberme brindado todas las facilidades para realizar mi tesis.

Gracias a mi mentor, el Dr. Raúl Rabal Oyarce, por todos los consejos útiles, el tiempo y la paciencia que me ha dedicado durante mi estudio.

A todos muchas gracias.

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

Ph.D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA
RECTOR

Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. MARIA NELLY LUJAN ESPINOZA
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Dr. HÉCTOR VLADIMIR VÁSQUEZ PÉREZ
**DECANO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA,
AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA.**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



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 Evaluación Socioeconómica de la comercialización de cafés especiales en tiempos de pandemia (Cooperativa Alta Montaña, Amazonas); del egresado Bach. Nuria Adela Rodrigo Fernandez 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.

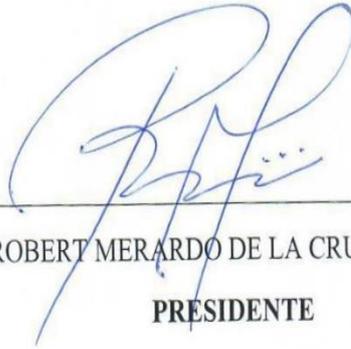


Chachapoyas, 23 de marzo de 2023

Firma y nombre completo del Asesor

Raúl Rabanal Oyace

JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Mg. ROBERT MERARDO DE LA CRUZ ALVARADO

PRESIDENTE



Mg. LEONARDO NAPOLEÓN MENDOZA ZUMAETA

SECRETARIO



Mg. LENIN YOÉL DELGADO SANTILLÁN

VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

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

Evaluación socioeconómica de la comercialización de cafés especiales en tiempos de pandemia Cooperativa Alta Montaña, Amazonas.

presentada por el estudiante () egresado (x) Bach. Nuria Adela Rodrigo Fernandez

de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agrobiocios

con correo electrónico institucional 7524420962@untrm.edu.pe

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

- a) La citada Tesis tiene 12 % 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, 20 de abril del 2023


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

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

ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 02 de Mayo del año 2023 siendo las 17:00 horas, el aspirante: Nuria Adela Rodríguez Fernández, asesorado por Dr. Raúl Robanal Oyarce defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Evaluación Socioeconómica de la Comercialización de Cafés Especiales en Tiempos de Pandemia Cooperativa Alta Montaña Amazonas para obtener el Título Profesional de Ingeniero en Agronegocios a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Robert Merardo de la Cruz Alvarado

Secretario: Mg. Leonardo Napoleón Mendoza Zumeta

Vocal: Mg. Lenin Yoel 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 () por Unanimidad () / Mayoría () 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 18:00 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 LA TESIS	vii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
ÍNDICE	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
I. INTRODUCCIÓN	17
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	20
2.1. Lugar De Estudio	20
2.2. Métodos	21
2.2.1. Tipo de investigación.....	21
2.2.2. Diseño de la investigación	21
2.3. Población.....	22
2.4 Muestra.....	24
2.5 Muestreo.....	24
2.6. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	24
2.6.1 Técnicas	24
2.6.2 Instrumentos utilizados	24
2.7. Confiabilidad del instrumento	25
2.8. Validez	25
2.9 Análisis de datos	25
III. RESULTADOS.....	26

3.1. Diagnóstico factores influyentes en el nivel socioeconómico de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.	26
3.1.1. Aspectos Generales.....	26
3.1.2. Análisis DAFO.....	27
3.1.3. Análisis EFE.....	30
3.1.4. Análisis EFI.....	32
3.1.5. Stakeholders	34
3.2. Estudio económico-financiero de la producción y comercialización de cafés especiales de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.	35
3.2.1. Balance General	36
3.2.2. Utilidad de la operación.....	37
3.2.3. Estado de resultados	38
3.2.4. Ratios Financieros	39
3.2.5. Cantidades de acopio	43
3.1.1. Costos de producción de cafés especiales Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.....	44
3.3. Nivel socioeconómico de los socios que proveen café con características especiales a la cooperativa CAC Alta Montaña.....	45
3.3.1. Condición Socioeconómica.....	45
3.4.Oferta De Cafés Especiales De La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.	53
3.4.1. Productos.....	53
3.4.1.1. Alta Montaña Coffee Clásico	54
3.4.1.2. Alta Montaña Coffee Gourmet.....	54
3.4.1.3. Alta Montaña Coffee Premiun	55
3.4.1.4. Huayacho Coffee	56
3.4.2. Precio	57
3.4.3. Plaza.....	58
3.4.3.1. Principales Países Importadores de café en tiempos de pandemia (2021)..	58
3.4.3.2. Plaza Nacional: Cafeterías exclusivas de la Cooperativa	59
3.4.3.3. Puntos de venta.....	61
3.4.4. Promoción	61
3.4.5. Procesos de comercialización.....	62
3.4.6. Personas	62

3.4.7. Posicionamiento	63
IV. DISCUSIONES.....	64
V. CONCLUSIONES.....	67
VI. RECOMENDACIONES	69
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
ANEXOS	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Socios de la cooperativa por base social y personal de la cooperativa.....	23
Tabla 2	Análisis DAFO Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.....	28
Tabla 3	Matriz DAFO Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.	29
Tabla 4	Análisis EFE de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña	31
Tabla 5	Análisis EFI de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.	33
Tabla 6	Cantidades requeridas de café especial para procesar al año.	44
Tabla 7	Costos de producción para cafés especiales tostados en sus diferentes presentaciones	44
Tabla 8	Características del cultivo de café especial	46
Tabla 9	Tecnología y procesos del café especial	48
Tabla 10	Aspectos socioeconómicos familiares del proveedor de café especial	49
Tabla 11	Aspectos socioeconómicos ingresos/costos del proveedor de café especial...	50
Tabla 12	Aspectos socioeconómicos de educación respecto a los hijos del proveedor de café especial	50
Tabla 13	Aspectos socioeconómicos de vivienda del proveedor de café especial	51
Tabla 14	Aspectos socioeconómicos respecto a los beneficios sociales del proveedor de café especial	52
Tabla 15	Relación de precios por producto respecto al café tostado.	58
Tabla 16	Lista de los importadores para el producto seleccionado producto: 090111 café sin tostar ni descafeinar	59
Tabla 17	Puntos de venta físicos para el café tostado	61
Tabla 18	Puntos de Venta Online.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de ubicación de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.....	20
Figura 2 Matriz EFI – EFE	34
Figura 3 Balance General Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.....	36
Figura 4 Utilidad de la operación del año 2019 al año 2022	37
Figura 5 Estado de pérdidas y ganancias.....	38
Figura 6 Actividad Principal.....	45
Figura 7 Rentabilidad por la producción y comercialización de café especial.....	53
Figura 8 Coffee Alta Montaña Clásico.....	54
Figura 9 Coffee Alta Montaña Gourmet	55
Figura 10 Coffee Alta Montaña Premium	56
Figura 11 Huayacho Coffee.....	57
Figura 12 Ubicación Cafetería Huayacho en San Nicolas.	60
Figura 13 Ubicación de Huayacho - Cafeteria & Tostaduria	60

RESUMEN

En los últimos años, el comercio cafetalero a nivel internacional y pese a la pandemia por COVID - 19 surge de manera abismal, por la tendencia del tipo de café que se consume, el famoso café especial, de modo que al realizarlo genera el mayor ingreso y empleo en las zonas de producción. Esta investigación tuvo como objetivo la Evaluación Socioeconómica de la Comercialización de Cafés Especiales en Tiempos de Pandemia de la Cooperativa Alta Montaña en Amazonas, para conocer la situación socioeconómica de los proveedores de cafés. La investigación fue de tipo descriptivo- transversal, con una población de 450 socios la muestra fue 135 personas, a criterio del investigador; para la recopilación de la información se utilizó las técnicas de encuesta y entrevista semiestructurada elaborada por la autora, con una confiabilidad del 94%. Para conocer la situación real de la cooperativa y de los socios se realizó un análisis DAFO, la cual permitió evaluar las fortalezas y debilidades de la organización; en el estudio económico financiero se pudo evidenciar que la cooperativa cuenta con liquidez positiva de acuerdo a los ratios y estado de pérdidas y ganancias evaluados; en el aspecto socioeconómico la cooperativa está mejorando la calidad de vida de sus proveedores; en el análisis de la oferta de cafés especiales mediante las estrategias del marketing mix (7ps) se evidenció un gran potencial. Se concluye que la comercialización de cafés especiales tiene un impacto positivo hacia el productor y la cooperativa.

Palabras clave: Nivel socioeconómico, comercialización, café especial.

ABSTRACT

In recent years, the coffee trade at the international level and in spite of the COVID - 19 pandemic, has grown abysmally, due to the tendency of the type of coffee consumed, the famous specialty coffee, which generates the greatest income and employment in the production zones. The objective of this research was the Socioeconomic Evaluation of the Commercialization of Specialty Coffee in Times of Pandemic of the Alta Montaña Cooperative in Amazonas, in order to know the socioeconomic situation of the coffee suppliers. The research was of a descriptive-cross-sectional type, with a population of 450 members, the sample was 135 people, at the discretion of the researcher; for the collection of the information the techniques of survey and semi-structured interview elaborated by the author were used, with a reliability of 94%. In order to know the real situation of the cooperative and its members, a SWOT analysis was carried out, which allowed the evaluation of the strengths and weaknesses of the organization; in the economic and financial study it was possible to demonstrate that the cooperative has positive liquidity according to the ratios and profit and loss statement evaluated; in the socioeconomic aspect the cooperative is improving the quality of life of its suppliers; in the analysis of the supply of specialty coffees through the strategies of the marketing mix (7ps) a great potential was evidenced. It is concluded that the commercialization of specialty coffees has a positive impact on the producer and the cooperative.

Keywords: Socioeconomic level, commercialization, specialty coffee

I. INTRODUCCIÓN

El propósito de la presente tesis es dar a conocer la Evaluación Socioeconómica de la Comercialización de Cafés Especiales en Tiempos de Pandemia, el 05 de marzo del 2020 se confirma el primer caso de COVID-2019 en el Perú; el 11 de marzo del mismo año la OMS declara la pandemia por COVID-2019 debido al elevado número de casos en 112 países fuera de China (OPS, 2022), por otra parte, el domingo 15 de marzo del 2020 el presidente de la república Ing. Martín Alberto Vizcarra Cornejo mediante Decreto Supremo N.º 044-2020-PCM, Declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19 (PERUANO, 2020). Inicialmente, esas medidas de emergencia fueron por dos semanas, dichas medidas de emergencia se siguieron ampliando hasta agosto del año 2021. (U.S MISSION LIMA, 2021). Durante esta coyuntura la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña inicia su proceso de exportación de cafés especiales hacia EE. UU, así mismo lanzó al mercado una línea de cafés especiales diferenciados, todo esto sucedió durante la pandemia por la COVID-19.

El café es una de las bebidas más consumidas en el mundo, en el Perú es uno de los principales productos de agroexportación no tradicional, este se sitúa dentro de los 10 principales exportadores de café a nivel mundial.

Según TRADE MAP (2021), los principales importadores de café sin tostar ni descafeinar partida arancelaria 090111 son: Estados Unidos de América con mil USD 4.944.882, Alemania con mil USD 3.241.264, Italia con mil USD 1.459.100, Japón con mil USD 1.184.028, entre otros países que importan dicho producto.

El café es uno de los productos más comercializados del mundo y uno de los cultivos agrícolas que más ingresos reporta a Perú. Esta industria sustenta actualmente a 223.000 hogares, Perú es el séptimo exportador mundial de café y el 70% de sus cosechas son muy rentables por su alta calidad. Sin embargo, un gran número de hectáreas de cultivo se han reorientado al cultivo de otros productos agrícolas, debido a la falta de interacción entre los sectores público y privado, la situación internacional, la precariedad de las técnicas utilizadas y otros factores (García & Torres, 2020).

El café convencional y el café de especialidad son dos tipos distintos de café que se venden al público. Estos dos tipos de café varían sobre todo en calidad, que viene determinada por factores como la especie, la variación, la elaboración y otros pasos del proceso de producción del café. Sin embargo, debido a su menor base de consumidores y a sus mayores exigencias, el café especial tiene un precio superior.

Los pequeños agricultores constituyen 85% de los caficultores peruanos. Perú es líder mundial en cafés especiales, representando el 25% del mercado de cafés especiales de Estados Unidos bajo el sello Fair Trade (Comercio Justo), y es el segundo productor y exportador mundial de café orgánico (MIDADRI, 2019).

La comercialización de la producción de café ecológico y sostenible en Perú recae en las cafeterías especializadas del país. Estas tiendas ofrecen a los clientes una experiencia de inmersión en el café, enseñándoles la historia del producto, sus ventajas para la salud y otras cuestiones relevantes, en un esfuerzo por aumentar su consumo de café. Las cafeterías especializadas, que incorporan prácticas orgánicas y se centran en el comercio justo en sus operaciones, están cosechando las ventajas del creciente interés de los consumidores en estas áreas (Ferro-Soto & Mili, 2013).

El eje cafetero es un factor económico importante para la dinámica comercial ecuatoriana debido a eso la investigación desarrollada por Heredia y Robalino (2021), llegó a la conclusión que durante los años 2019 y 2020 perspectiva antes y después de pandemia obtuvo como resultado que no existe ninguna interacción cercana o significativa en los costos del café. La directriz es enfocarse en la producción y comercialización de café orgánico para liderar un nicho de mercado.

Labra (2018) concluye que el principal producto de agroexportación es el café, se exporta el 95% de café como materia prima y el 5% restante es destinado para consumo interno. La mayor parte del Perú no tiene cultura cafetera, con un 70% bebiendo café instantáneo, otro 28% café de segunda mano o café torrado, y solo un 2% bebiendo café que tenga algún tipo de certificación. El mercado de consumo en Perú es oligopólico, dominado por unas pocas marcas (Nestlé Perú S.A, Altomayo Perú S.A.C, etc.). Este caso es perjudicial para el productor, debido a esto el autor implementó un plan de negocio para la comercialización de café especial conectando a los productores y consumidores, de esta manera genera

mayores ingresos al estar comercializando un producto transformado, generando un valor agregado y por consecuencia mejor rentabilidad.

Según Alva (2020), El objetivo general fue examinar los factores socioeconómicos de la cooperativa Alta Montaña, en la provincia de Rodríguez de Mendoza en la región Amazonas, en 2019 y su impacto en las exportaciones de café. Su población tuvo un total de 244 socios, utilizando un muestreo aleatorio simple, la muestra de variable independiente constó de 150 socios, y las técnicas de recolección de datos utilizadas son encuestas de variables libres y estudios de literatura de variable dependiente. Las herramientas son cuestionarios (encuestas) y guías de estudio documental a variable más prevalente fue la edad del productor, que se relacionó inversamente con la producción media de café por hectárea (-0,1938). La distribución por área total es siempre (0,8322) en relación a qq/Ha, lo que significa que, a mayor área de producción, mayor es el tamaño del café. Esto es cierto, independientemente de cualquier otro componente económico.

El alcance de la presente investigación tuvo como objetivo “Evaluar social y económicamente la comercialización de cafés especiales en tiempos de pandemia cooperativa Alta Montaña Amazonas”, La metodología de la presente investigación es tipo descriptiva – transversal; para la recolección de datos se aplicó una encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario elaborado por la autora del presente trabajo de investigación, además se utilizó una encuesta semiestructurada, con una confiabilidad de 94%, validada por juicio de expertos

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidencian que la comercialización de café especial en la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, tiene un impacto socioeconómico positivo debido a que la cooperativa está mejorando la calidad de vida de sus asociados a través de beneficios sociales tales como, asesoramiento técnico, pagando un precio diferenciado por la compra de café especial a sus socios, además de pertenecer a una cooperativa que les brinda certificación orgánica y de comercio justo dándoles un mayor estatus como productores de café especial.

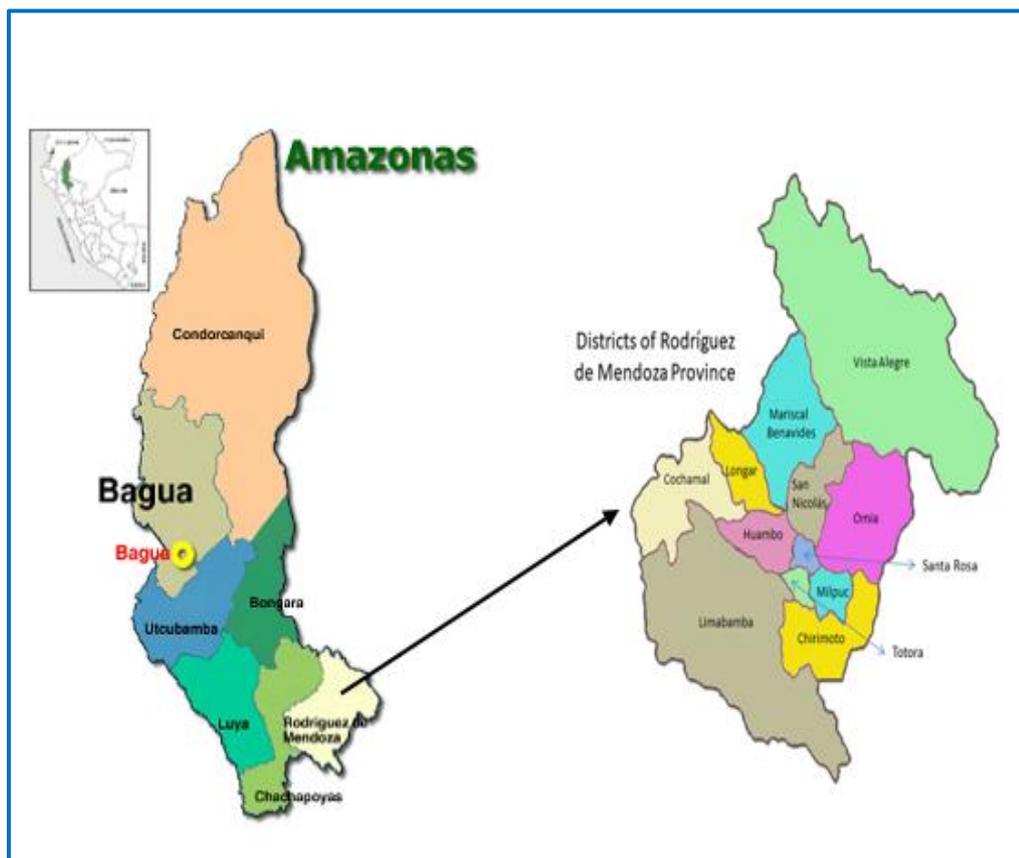
II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Lugar de Estudio

La presente investigación se desarrolló en la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, ubicada en la provincia de Rodríguez de Mendoza, distrito de San Nicolás y Huambo de la región Amazonas. Dentro de las coordenadas: 6°0'3.98" y 6°43'29.57" latitud sur y 77°7'51.37" 77°45'14.12" longitud oeste, con una altitud de 1584msnm, con una superficie de 2359.39 km². La temperatura media anual asciende a 19°C, con un clima cálido húmedo, con condiciones favorables para la producción de café. (INEI, 2016).

Figura 1

Mapa de ubicación de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña



2.2. Métodos

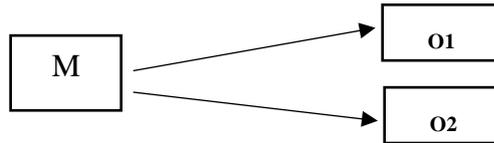
- ✓ Para el diagnóstico de los factores que influyen en el nivel socioeconómico de CAC Alta Montaña y de los productores. Se realizó mediante el análisis FODA, EFE, EFI y Stakeholders,
- ✓ Para hacer el estudio económico-financiero de la producción y comercialización de cafés especiales de la cooperativa Alta Montaña se realizó mediante análisis documental.
- ✓ Para determinar el nivel socioeconómico de los socios que proveen café con características especiales a la Cooperativa Alta Montaña se aplicó el cuestionario elaborado por la autora, el mismo que permitió recabar la información en el momento dado, tal cual se encuentra. (lugar de producción, altitud, variedad de café, cantidad producida/ha, costo de producción, precio que paga la cooperativa, sellos de calidad, etc.)
- ✓ Para analizar la oferta de cafés especiales de la CAC Alta Montaña se recurrió a la documentación que obra en la cooperativa, sobre el estudio de mercado para los productos diferenciados con los que cuenta la entidad.

2.2.1. Tipo de investigación

Esta investigación fue de carácter descriptivo ya que requiere una comprensión integral del mercado y sus procesos actuales. Asimismo, recopilar información, datos, para llegar a resultado de la investigación. Los estudios descriptivos, describen tendencias de un grupo o población buscando especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

2.2.2. Diseño de la investigación

El diseño de este estudio es descriptivo - transversal, dado que la información recolectada en un solo momento tal cual está en la realidad. Este estudio tiene como fin estimar la magnitud y distribución en un momento dado, además de medir otras características en los individuos de la población (Cruz & Moreno, 2008).



Donde:

M = Muestra:

o₁ = Observación a Socios que proveen café para cafés especiales.

o₂ = Observación a la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

2.3. Población.

La población para este estudio estuvo conformada por 460 personas de las cuales 450 son caficultores asociados a la Cooperativa Agrícola Cafetalera Alta Montaña que proveen cafés especiales y 10 trabajadores de la organización.

Tabla 1*Socios de la cooperativa por base social y personal de la cooperativa*

N°	NOMBRE DEL COMITÉ SECTORIAL	N° DE SOCIOS
1	De Huambo	29
2	La Unión	15
3	San Antonio De Chontapampa	23
4	De Shucush	32
5	Luceropata	24
6	Nueva Esperanza- San Nicolas	16
7	Gebil	30
8	Rumiaco	18
9	Santa Rosa	24
10	Chirimoto	21
11	San Jose	29
12	Nuevo Chachapoyas	17
13	Challuayaco	18
14	Limabamba	27
15	Triunfo	30
16	Nueva Esperanza- De La Jalca	19
17	Pueblo Nuevo	28
18	Yomblon	24
19	Luz Del Oriente	26
20	Trabajadores de la Cooperativa Alta Montaña	10
Total		460

Nota: LPA Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña

2.4 Muestra

La muestra fue a criterio del investigador (Hernández, Fernández, & Sampieri, 2014) Se ha considerado a 135 personas, incluido el personal administrativo de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, involucrados para realizar encuestas y entrevistas. Los criterios de inclusión y exclusión para la observación 1 fue a los productores de café especial que tienen la mejor calidad de café en cuanto al rendimiento físico (\geq al 75%) y mejor calidad en taza mayor o igual a 83 puntos, para la observación 2 se seleccionó a los colaboradores que estuvieron involucrados en temas como acopio, control de calidad y manejo de archivos relevantes para esta investigación.

2.5 Muestreo

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, dado a que se han elegido intencionalmente a los individuos de la población, con el único propósito de alcanzar muestras representativas para el estudio.

2.6. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

2.6.1 Técnicas

Las técnicas aplicadas fueron encuestas, entrevistas y un análisis documental con el único propósito de recopilar información relevante para el estudio.

2.6.2 Instrumentos utilizados

Los instrumentos para la recolección de datos fue el cuestionario que constaba de 28 ítems, entrevista semi estructurada y guía de análisis documental, el primer instrumento fue para determinar los ingresos, costos, vivienda y educación de los socios proveedores de cafés especiales de la cooperativa, el segundo es para obtener información de la parte administrativa referente a: mercado, puntos de venta y canales de distribución; el tercer instrumento fue utilizado para recolectar datos mediante la exploración y análisis de datos sobre sus mercados potenciales.

2.7. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento se determinó mediante una prueba piloto en una población similar a la Cooperativa Alta Montaña, y posteriormente se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach, el cual tuvo una confiabilidad de 0.94, demostrando que el instrumento es apto.

Fórmula para calcular el alfa de Crombach:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_1^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

K :	Número de ítems del instrumento.	28
$\sum S_1^2$:	Sumatoria de las varianzas de los ítems.	10.548
S_T^2 :	Varianza total del instrumento.	113.205
α :	Coeficiente de confiabilidad del cuestionario.	

$$\alpha = \frac{28}{28 - 1} \left[1 - \frac{10.548}{113.205} \right] = 0.94$$

2.8. Validez

La validez del instrumento se realizó a través del juicio de tres expertos quienes evaluaron la validez análisis y la interpretación con arreglo a criterios como la claridad, la coherencia y la pertinencia

- A cada uno de los expertos se les envió un expediente con la solicitud de participar como experto en la validación.
- Se aplicó la validez por contenido de criterio mediante juicio de expertos (anexo 4: Validación del instrumento)

2.9 Análisis de datos

Los resultados se analizaron utilizando la estadística descriptiva, con el programa Excel, que me permitió crear tablas, figuras y/o medidas de resumen a partir de los datos obtenidos.

III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico factores influyentes en el nivel socioeconómico de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

3.1.1. Aspectos Generales.

La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña está trabajando desde el año 2012 con un modelo asociativo, en el año 2018 cambio al modelo cooperativo lanzándose con un nuevo modelo de cooperativismo, siendo más responsables con el medio ambiente y buscando la mejora la calidad de vida de sus socios brindando asesoramiento técnico mediante acompañamiento personalizado con un equipo competente de profesionales multidisciplinarios.

La cooperativa está exportando cafés especiales diferenciados y certificados (Comercio Justo, Orgánico), principalmente a los mercados de EE. UU.

Actualmente, la cooperativa posee una planta de beneficio en húmedo, también cuenta con dos cafeterías exclusivas ubicadas en el distrito de San Nicolás, región Amazonas y en la ciudad de Chiclayo, región Lambayeque, las cuales buscan la promoción del consumo de cafés de especialidad.

La cooperativa de igual forma dispone de una línea semiindustrial de café tostado molido, el cual se comercializa en diferentes marcas: Coffee Alta Montaña en presentaciones de 1/4 kg y 1/2 kg, el cual cuenta con registro Sanitario (R.S. Q0209417N/AFAODE), Coffee Alta montaña Gourmet (taza superior a 83 Puntos), Coffee Alta Montaña Especial (taza superior a 84 puntos), Coffee Alta Montaña Premium (Taza superior a 85 puntos) y Coffee Alta Montaña Excelencia (Taza superior a 86 puntos) según The Specialty Coffee Association of America (SCAA). Estos cafés se comercializan a nivel regional y nacional.

3.1.2. Análisis DAFO

Para el diagnóstico de factores influyentes en el nivel socioeconómico de la cooperativa se realizó el análisis DAFO. Esta metodología de estudio permitió conocer la situación interna y externa de la organización.

En la tabla 2 se presenta un diagnóstico generalizado de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con indicadores, seguido en la tabla 3 se describe la matriz DAFO en la cual se propone estrategias para la mejora continua.

Tabla 2*Análisis DAFO Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.*

FODA Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asociados motivados y entusiastas por la caficultura. ✓ Personal multidisciplinario y capacitado. ✓ Contar con S/ 3,539,454.47 en activos. ✓ Contar con lineamiento objetivos y metas bien establecidas. ✓ Contar con diversos fondos concursables ganados. ✓ Cuenta con socios en diferentes puntos de la región. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Socios dispersos. ✓ Temas sociales no fortalecidos. ✓ Baja productividad. ✓ Deficiente estandarización y clasificación inadecuada de los cafés especiales y diferenciados. ✓ Inadecuado manejo en post cosecha del café (beneficio en húmedo y seco). ✓ Reducida producción con variedades finas. ✓ Débil fortalecimiento organizacional en el modelo de cooperativismo. ✓ Elevado costo operativo de la planta de beneficio en húmedo. ✓ Sobre dimensionamiento de la planta en relación a su ubicación.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Demanda insatisfecha a nivel nacional e internacional. ✓ Programas de Apalancamiento. ✓ Alto consumo de café en el mundo (creciente consumo de productos orgánicos y amigables con el medio ambiente). ✓ Apoyo del estado incentivando la agricultura. ✓ La provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con clima y suelos aptos para la producción de café de especialidad. ✓ Condiciones laborables óptimas para la producción y datos climáticos de especialidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Enfermedades de las plantas. ✓ Inestabilidad monetaria. ✓ Otras organizaciones (competencia desleal). ✓ Cambio climático. ✓ Falta de mano de obra para la cosecha. ✓ Falta de políticas gubernamentales para el financiamiento Agropecuario (café) ✓ Baja producción de café e incremento de costos de producción. ✓ Crecimiento industrial

Tabla 3

Matriz DAFO Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

	Fortalezas	Debilidades
<p>Factores internos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociados motivados y entusiastas por la caficultura. • Personal multidisciplinario y capacitado. • Contar con S/ 3,539,454.47 en activos. • Cuenta con socios en diferentes puntos de la región. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente estandarización y clasificación inadecuada de los cafés especiales y diferenciados. • Reducida producción con variedades finas. • Elevado costo operativo de la planta de beneficio en húmedo. • Sobre dimensionamiento de la planta en relación a su ubicación.
Factores externos	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda insatisfecha a nivel nacional e internacional. • Alto consumo de café en el mundo (creciente consumo de productos orgánicos y amigables con el medio ambiente). • Apoyo del estado incentivando la agricultura. • La provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con clima y suelos aptos para la producción de café de especialidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar la producción de cafés especiales. - Incentivar el consumo de cafés especiales ya que estos son amigables con el medio ambiente. - Postular a más fondos concursables para mejorar la productividad de café especial. - Expandirse a más puntos estratégicos de la región Amazonas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar los conocimientos de los socios en cuanto a estandarización y clasificación de cafés especiales. - Aumentar la producción de variedades finas como Bourgon, Geisha, etc. - Acondicionar la planta de beneficio en húmedo para su funcionamiento con menor cantidad de café cerezo.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades de las plantas. • Inestabilidad monetaria. • Otras organizaciones (competencia desleal). • Cambio climático. • Falta de mano de obra para la cosecha. • Baja producción de café e incremento de costos de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar asistencia técnica para el manejo de plagas y enfermedades a los socios de la cooperativa. - Fidelizar a los socios, mejorando sus condiciones, sociales y económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento organizacional

Esta Matriz permitió identificar algunas posibles estrategias que podrías poner en practica la cooperativa para obtener una mejora continua respecto a la producción y comercialización de cafés especiales.

3.1.3. Análisis EFE

La Matriz de Evaluaciones de los Factores Externos (EFE) es un instrumento de diagnóstico estratégico (ponderado), en esta investigación se realizó un análisis EFE a la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña para identificar y evaluar distintos aspectos externos que pueden afectar o influenciar el nivel socioeconómico y comercialización de café especial, de la cooperativa.

El procedimiento para realizar un análisis EFE es el siguiente: 1) Identificar las oportunidades y amenazas externas a las que se enfrenta la empresa; 2) Asignar un peso relativo en un rango de 0 (nada importante) a 1,0 (muy importante); el peso muestra la importancia relativa de cada factor, observando que las oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y amenazas sea 1. 0; 3) Asignar una puntuación de 1 a 4 a cada uno de los factores considerados decisivos para el éxito a fin de llegar Una reacción de 4 es excelente, 3 es buena, 2 es ordinaria y una respuesta de 1 es mediocre. La puntuación global ponderada de una organización determinada se calcula del siguiente modo: 4) para cada factor, multiplicar su puntuación por su peso para obtener su puntuación ponderada; 5) sumar las puntuaciones ponderadas de cada una de las variables (Ponce, 2007).

En la tabla 4 se presenta el análisis EFE, indicando los factores críticos que pudieran tener un impacto positivo o negativo en la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, después de asignar un peso respectivo y una calificación arrojo como resultado 2.55, siendo este un resultado favorable, ya que es mayor a 2.5, lo que quiere decir que las amenazas se están haciendo a un lado para concentrarse en las oportunidades con las que cuenta la cooperativa, para ser explotadas al máximo.

Tabla 4*Análisis EFE de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña*

Factor Crítico de éxito	Peso	Calificación	Puntuación
OPORTUNIDADES			
✓ Demanda insatisfecha a nivel nacional e internacional.	0.10	4	0.4
✓ Programas de Apalancamiento.	0.07	3	0.21
✓ Alto consumo de café en el mundo (creciente consumo de productos orgánicos y amigables con el medio ambiente).	0.10	4	0.4
✓ Apoyo del estado incentivando la agricultura.	0.10	3	0.3
✓ La provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con clima y suelos aptos para la producción de café de especialidad.	0.09	4	0.36
Subtotal Oportunidades			1.67
AMENAZAS			
✓ Enfermedades de las plantas.	0.10	2	0.2
✓ Inestabilidad monetaria.	0.09	1	0.09
✓ Otras organizaciones (competencia desleal).	0.07	2	0.14
✓ Cambio climático.	0.05	1	0.05
✓ Falta de mano de obra para la cosecha.	0.07	2	0.14
✓ Falta de políticas gubernamentales para el financiamiento Agropecuario (café).	0.03	2	0.06
✓ Baja producción de café e incremento de costos de producción.	0.07	2	0.14
✓ Crecimiento industrial	0.06	1	0.06
Subtotal Amenazas			0.88
Total	1.0	-	2.55

3.1.4. Análisis EFI

La Matriz de Evaluaciones de los Factores Internos (EFI) es un instrumento de diagnóstico estratégico (ponderado), en esta investigación se realizó un análisis EFI a la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña para identificar y evaluar distintos aspectos internos que pueden afectar o influenciar el nivel socioeconómico y comercialización de café especial, de la cooperativa.

La elaboración de una EFI consta de cinco etapas: 1) Determinar los puntos fuertes y débiles de la organización y asignar números a cada uno de ellos. 2) Asignar a cada factor un peso comprendido entre 0 (nada importante) y 1 (extremadamente importante); el peso representa la importancia relativa del componente, y la suma de todos los pesos debe ser igual a 1; 3) Calificar cada factor de 1 (irrelevante) a 4 (muy esencial); 4) Para cada elemento, multiplicar su peso por su calificación para obtener su calificación ponderada; 5) Sumar todas las calificaciones ponderadas para obtener la evaluación ponderada global de los puntos fuertes y débiles de la organización (Ponce, 2007).

La Tabla 5 representa la evaluación de factores internos (EFI) que pudieran tener un impacto positivo o negativo de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, después de asignar un peso respectivo y una calificación, arrojó como resultado 2.58 lo cual indica que las estrategias utilizadas hasta el momento han sido adecuadas y, por lo tanto, cubren las necesidades de la cooperativa teniendo un buen desempeño, cabe mencionar que las mejoras tienen que ser continuas para reducir las debilidades y tener un mejor aprovechamiento de las fortalezas para obtener mejores resultados.

Tabla 5*Análisis EFI de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.*

Factor Crítico de éxito	Peso	Calificación	Puntuación
FORTALEZAS			
✓ Contar con más de 3 millones en activos	0.10	3	0.3
✓ Personal multidisciplinario y capacitado	0.09	3	0.27
✓ Asociados motivados y entusiastas por la caficultura	0.05	4	0.2
✓ Contar con lineamiento objetivos y metas bien establecidas	0.07	4	0.28
✓ Contar con diversos fondos concursables ganados	0.06	3	0.18
✓ Cuenta con socios en diferentes puntos de la región	0.08	3	0.24
✓ Las Cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas a todas las personas sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo.	0.09	4	0.36
Subtotal Fortalezas			1.83
DEBILIDADES			
✓ Socios dispersos	0.03	2	0.06
✓ Temas sociales no fortalecidos	0.06	1	0.06
✓ Baja productividad	0.09	2	0.18
✓ Deficiente estandarización y clasificación inadecuada de los cafés especiales y diferenciados	0.04	2	0.08
✓ Inadecuado manejo en post cosecha del café (beneficio en húmedo y seco)	0.03	2	0.06
✓ Reducida producción con variedades finas	0.04	2	0.08
✓ Débil fortalecimiento organizacional en el modelo de cooperativismo	0.05	1	0.05
✓ Elevado costo operativo de la planta de beneficio en húmedo.	0.06	2	0.12
✓ Sobre dimensionamiento de la planta en relación a su ubicación	0.06	1	0.06
Subtotal Debilidades			0.75
Total		1.0	2.58

Al graficar la matriz EFI – EFE, en la figura 2. nos indica que la burbuja o esfera está dentro del cuadrante V, indicando que la empresa deberá retener y mantener sus estrategias.

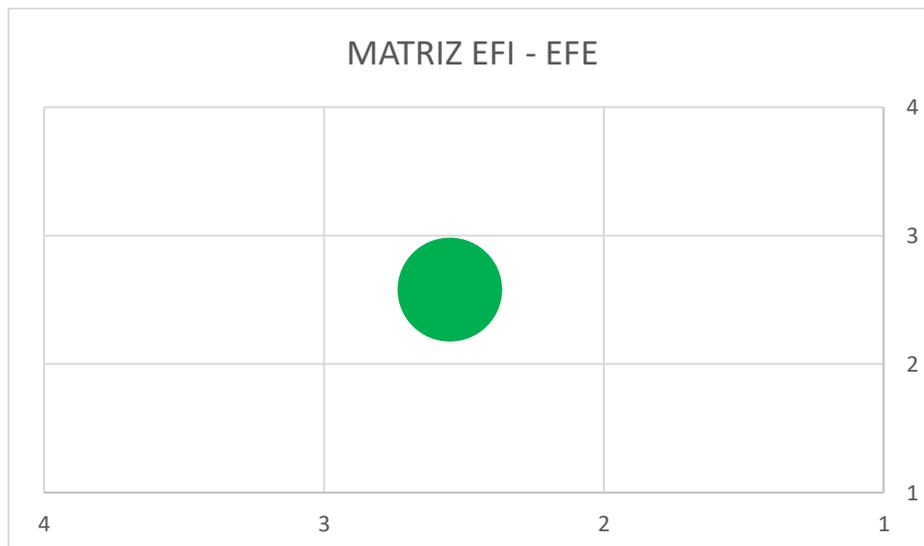
Según Hernández (2016), indica lo siguiente:

Tanto en el eje X (EFE), como en el eje Y (EFI):

- Los valores de 1,0 a 1,99 representan una posición interna débil.
- Una puntuación de 2,0 a 2,99 se considera la media.
- Unos resultados entre de 3,0 a 4,0 representan una posición fuerte.

Figura 2

Matriz EFI – EFE



3.1.5. Stakeholders

El mapeo Stakeholders permitió identificar a los involucrados, así mismo mantenerlos organizados para saber cuándo y cómo involucrarlos en el momento adecuado.

Los stakeholders identificados en la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

- ✓ Inversores
- ✓ Empleados
- ✓ Proveedores
- ✓ Clientes

- ✓ Medios de comunicación
- ✓ Agencias gubernamentales
- ✓ Agencias Bancarias
- ✓ Transportistas
- ✓ Agroveterinarias
- ✓ Certificadoras

3.2. Estudio económico-financiero de la producción y comercialización de cafés especiales de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

Para realizar un estudio económico financiero de la producción y comercialización del café especial de la Cooperativa Alta Montaña, se utilizó la información financiera y comercial de los documentos existentes de la cooperativa.

3.2.1. Balance General

Figura 3

Balance General Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña

COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA ALTA MONTAÑA					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
AL 31 de Diciembre del 2022 y 2021					
(Expresado en Nuevos soles)					
<u>ACTIVO</u>	<u>DIC 2022</u>	<u>DIC 2021</u>	<u>PASIVO Y PATRIMONIO</u>	<u>DIC 2022</u>	<u>DIC 2021</u>
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>			<u>PASIVO CORRIENTE</u>		
Efectivo y Equivalente de Efectivo	20,198.09	214,734.29	Sobre giro Bancario	-	-
Cuentas por Cobrar Comerciales (Neto)	395,672.75	-	Obligaciones Financieras	405,661.70	843,011.33
Otras Cuentas por Cobrar	325,901.31	827,393.59	Cuentas Por Pagar Comerciales	1,000.00	1,500.00
Existencias	161,750.18	71,518.71	Otras Cuentas Por Pagar	4,845.90	67,139.79
Gastos Contratados por Anticipado	-	-	Provisiones	-	-
Total Activo Corriente	903,522.33	1,113,646.59	Total Pasivo Corriente	411,507.60	911,651.12
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>			<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>		
Inmueble , Maquinaria y Equipo (Neto)	2,599,995.81	1,310,836.76	Otras Cuentas por Pagar	-	-
Intangibles (Neto)	-	-	Total Pasivo No Corriente	-	-
Total Activo No Corriente	2,599,995.81	1,310,836.76	<u>PATRIMONIO</u>		
TOTAL ACTIVO	3,503,518.14	2,424,483.35	Capital Social - Aportes	1,435,000.00	1,435,000.00
			Capital Adicional Socios	-	-
			Excedente de Revaluacion	1,413,221.00	-
			Reserva Legal	971.00	971.00
			Resultado Acumulado	92,759.23	19,283.66
			Resultado de Ejercicio	150,059.31	57,577.57
			Total Patrimonio neto	3,092,010.54	1,512,832.23
			TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3,503,518.14	2,424,483.35

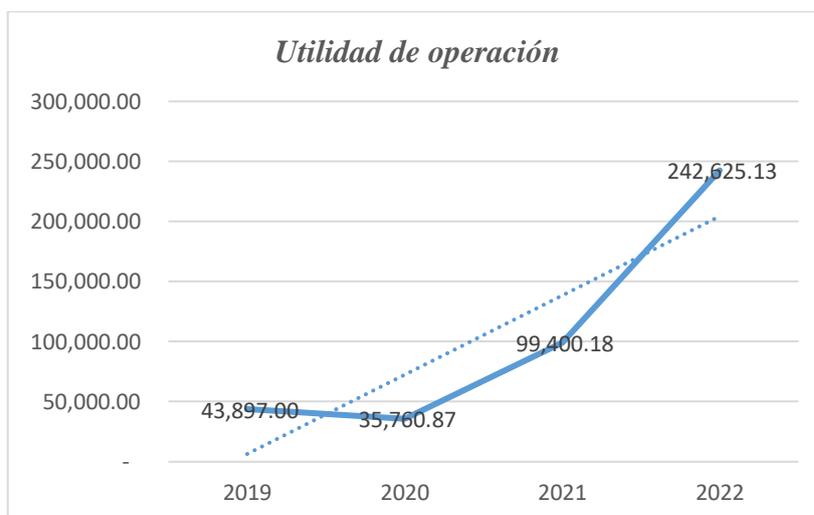
NOTA: Balance General actualizado de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

En la figura 3 indica que la cooperativa finalizó el 2021 con 2,424,483.35 soles, mientras que para el 2022 obtuvo un total de 3,503,518.14 soles en activos, es importante recalcar que la cooperativa también tiene obligaciones financieras conocidas como pasivos.

3.2.2. Utilidad de la operación

Figura 4

Utilidad de la operación del año 2019 al año 2022



En la figura 4 se puede apreciar la utilidad de la operación (comercialización de café), desde el año 2019 al año 2022, donde claramente se puede apreciar que el año 2020 hubo una baja de S/. 8136.13 respecto al año anterior esto se debió a la situación por la Covid -19; para el año 2021 se puede apreciar un crecimiento de S/. 63,639.31 evidenciando una clara mejora, en cuanto al 2020 por otra parte, el año 2022 se puede evidenciar un crecimiento de S/. 143,224.95 cifra muy alentadora para la comercialización de café en la cooperativa.

3.2.3. Estado de resultados

Figura 5

Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES				
AL 31 de Diciembre del 2022 y 2021				
(Expresado en Nuevos Soles)				
	DIC 2022		DIC 2021	
Ventas Netas	6,094,153.94	100.0%	3,692,134.74	100.0%
(-)Costo de Venta	-5,269,593.70	-86.5%	-3,318,047.00	-89.9%
UTILIDAD BRUTA	824,560.24	13.5%	374,087.74	10.1%
(-)Gastos de ventas	-266,728.59	-4.4%	-145,983.60	-4.0%
(-)Gastos Administrativos	-128,782.13	-2.1%	-96,347.94	-2.6%
(+) Otros Ingresos	-	0.0%	153.42	0.0%
(+) Otros Ingresos (Proyectos)	111,639.56	1.8%	-	0.0%
(-)Otros Gastos	-133,741.95	-2.2%	-32,509.44	-0.9%
(-)Otros Gastos (Proyectos)	-164,322.00	-2.7%	-	
UTILIDAD OPERATIVA	242,625.13	4.0%	99,400.18	2.7%
(+)Ingresos Financieros	3,029.88	0.0%	5,301.97	0.1%
(-)Gastos Financieros	-95,595.70	-1.6%	-31,226.58	-0.8%
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPAR E IMPUESTO A LA RENTA	150,059.31	2.5%	73,475.57	2.0%
(-) Impuesto a la renta		0.00%	-15,898.00	-0.4%
UTILIDAD EJERCICIO	150,059.31	2.5%	57,577.57	1.6%

Nota: Estado de resultados actualizado de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

La Figura 5 representa al estado de pérdidas y ganancias de La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña en los años 2021 y 2022, para el año 2022 la cooperativa tuvo una utilidad bruta de S/ 824,560.24 soles por otra parte para diciembre del año 2021 obtuvo una utilidad bruta de S/ 374,087.74 soles. La utilidad del ejercicio después de haber pagado impuestos en el año 2021 obtuvo S/ 57,577.57 mientras que para junio del año 2022 la utilidad del ejercicio es S/150,059.31 se puede evidenciar que la ganancia es mayor al año anterior. Por otra parte, el beneficio socioeconómico para el gobierno es de 15, 898.00 ya que este es el impuesto a la renta que paga la cooperativa.

3.2.4. Ratios Financieros

3.2.4.1. Ratios de liquidez

✓ Liquidez corriente

$$LC = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{903,522.33}{511,141.46} = 1.76$$

Significa que la cooperativa Alta Montaña por cada sol de deuda a corto plazo cuenta con S/. 1.76 soles para hacer frente en el año 2022.

$$LC = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{1,113,646.59}{911,651.12} = 1.22$$

Significa que la cooperativa Alta Montaña por cada sol de deuda a corto plazo cuenta con S/. 1.22 soles para hacer frente en el año 2021.

✓ Razón de rapidez o prueba acida

$$PC = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias} - \text{gastos paga. por anticipado}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$PC = \frac{903,522.33 - 197,680.80 - 0}{511,141.46} = 1.38$$

Indica que, por cada sol de deuda a corto plazo, la cooperativa Alta Montaña posee S/. 1,38 soles de activos fácilmente convertibles. Dado que la cantidad óptima de deuda es un sol, podemos ver que hay 0,31 sol de liquidez extra por cada sol de deuda. **2022**

$$PC = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias} - \text{gastos paga. por anticipado}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$PC = \frac{1,113,646.59 - 71,518.71 - 0}{911,651.12} = 1.14$$

Indica que, por cada sol de deuda a corto plazo, la cooperativa Alta Montaña posee S/. 1,14 soles de activos fácilmente convertibles. Dado que la cantidad óptima de deuda es un sol, podemos ver que hay S/. 0,14 soles de liquidez extra por cada sol de deuda. **2021**

✓ **Capital neto de trabajo**

2022

$$CT = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

$$CT = 903,522.33 - 511,141.46 = \mathbf{392,381.11}$$

Significa que la cooperativa Alta Montaña cuenta con un capital de trabajo de S/. **392,381.11** soles libre de compromisos para operar. Podemos apreciar que tiene un buen fondo de maniobra.

2021

$$CT = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

$$CT = 1,113,646.59 - 911,651.12 = \mathbf{201,995.47}$$

Significa que la cooperativa Alta Montaña cuenta con un capital de trabajo de S/. **201,995.47** soles libre de compromisos para operar. Podemos apreciar que tiene un buen fondo de maniobra.

✓ **Razón de efectivo o liquidez absoluta**

2022

$$RE = \frac{\text{Efectivo y equivalente de Efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$RE = \frac{20,198.09}{511,141.46} = 0.03$$

Esto indica que, por cada sol de deuda a corto plazo, la cooperativa Alta Montaña dispone de S/. 0,03 de tesorería. Es evidente que no hay suficiente efectivo en caja para hacer frente a las obligaciones inmediatas, y que puede ser necesario suspender los pagos a proveedores y acreedores.

2021

$$RE = \frac{\text{Efectivo y equivalente de Efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}}$$
$$RE = \frac{214,734.29}{911,651.12} = 0.24$$

Esto indica que, por cada sol de deuda a corto plazo, la cooperativa Alta Montaña dispone de S/0,24 de tesorería. Es evidente que no hay suficiente efectivo en caja para hacer frente a las obligaciones inmediatas, y que puede ser necesario suspender los pagos a proveedores y acreedores.

3.2.4.2. Ratios de solvencia o endeudamiento

✓ Apalancamiento Financiero

2022

$$RE = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{411,507.60}{3,503,518.14} = 0.12$$

Esto implica que S/. 0.12, o 12%, de cada sol puesto en los activos de la empresa proviene de inversionistas externos. Vigente a para el 2022

$$RE = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{911,651.12}{2,424,483.35} = 0.38$$

2021

Esto implica que S/. 0.38, o 38 %, de cada sol puesto en los activos de la empresa proviene de inversionistas externos. Vigente a partir del 30 de junio de 2021

✓ **Razón pasivo capital o solvencia patrimonial (largo plazo)**

2022

$$RPC = \frac{\text{Deudas Largo Plazo}}{\text{Patrimonio}} = \frac{0}{3,028,313.01} = 0$$

Esto indica que la cooperativa Alta Montaña no tiene endeudamiento a largo plazo y tiene obligaciones a largo plazo de S/. 0 por cada sol de patrimonio.

2021

$$RPC = \frac{\text{Deudas Largo Plazo}}{\text{Patrimonio}} = \frac{0}{1,512,832.23} = 0$$

Esto indica que la cooperativa Alta Montaña no tiene endeudamiento a largo plazo y tiene obligaciones a largo plazo de S/. 0 por cada sol de patrimonio.

✓ **Razón pasivo capital (solvencia patrimonial)**

2022

$$RPC = \frac{\text{Pasivo corriente} + \text{pasivo no corriente}}{\text{Patrimonio}} = \frac{411,507.60}{3,503,518.14} = 0.12$$

Esto indica que S/. 0.12 de cada sol de patrimonio de la cooperativa Alta Montaña está comprometido con otras partes.

2021

$$RPC = \frac{\text{Pasivo corriente} + \text{pasivo no corriente}}{\text{Patrimonio}} = \frac{911,651.12}{1,512,832.23} = 0.38$$

Esto indica que S/. 0.38 de cada sol de patrimonio de la cooperativa Alta Montaña está comprometido con otras partes. Referente al año 2021.

3.2.5. Cantidades de acopio

3.2.5.1. Para exportación

La cooperativa Agraria Alta Montaña cuenta con un cupo de 40 contenedores certificados para exportación de cafés especiales; sin embargo, esta solo llega a exportar 30 contenedores al año, los cuales contienen 470 quintales de café por contenedor, el peso de cada quintal es de 55.2 Kg. de café en PERGAMINO esto quiere decir que la cooperativa está exportando 25,944 Kg de café en pergamino por contenedor. Para la exportación de café en ORO VERDE el peso de cada quintal es de 46 Kg. equivalente a 21,620 kg. de café en oro verde por cada contenedor exportado. El tipo de café (pergamino u oro verde) así mismo el perfil de dicho café y puntaje en taza según SCAA, estos son requisitos exigidos por el importador los cuales dependen de las condiciones establecidas en el contrato de compra – venta, la cooperativa está exportando bajo el Incoterm FOB 2020.

3.2.5.2. Para venta nacional de café tostado

La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña de los 30 contenedores que acopia solo procesa el 1.6% para su línea de cafés tostados especiales, es decir 12,312 Kg. de café al año, a continuación, se detalla la cantidad requerida de café en pergamino y cantidad final para obtener café tostado.

Tabla 6

Cantidades requeridas de café especial para procesar al año.

Marcas de Café	Cantidad en Kg Pergamino/ año	Cantidad Kg. Oro verde/ año	Cantidad Producida en Kg/ año
Alta Montaña Coffee Clásico	2,160	1,620	1,200
Alta Montaña Coffee Gourmet	2,512	1,884	1,440
Alta Montaña Coffee Premium	3,240	2,430	1,800
Huayacho Coffee	4,320	3,240	2,400
Total	12,312	9,174	6,840

En la tabla 6 nos indica que la cooperativa necesita 12,312 Kg de café en pergamino para obtener 6,840 Kg de café tostado, teniendo un rendimiento físico del 75%, por otra parte, el 25% restante corresponde a la merma 5,472 (pergamino, agua, etc.) que se obtiene en el proceso.

3.1.1. Costos de producción de cafés especiales Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña

Tabla 7

Costos de producción para cafés especiales tostados en sus diferentes presentaciones

COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA CAFÉS ESPECIALES TOSTADOS		
Marca	Costo de producción por 1 Kg.	Costo unitario 250gr.
Coffe Alta Montaña Clásico	S/. 36.19	S/. 9.04
Coffee Alta Montaña Gourmet	S/. 37.04	S/. 10.14
Coffee Alta Montaña Premiun	S/. 37.39	S/. 10.83
Huayacho Coffee	S/. 38.65	S/. 11.14

Nota: Costo unitario por marca de café especial tostado en la presentación de 250 gr.

La Cooperativa invierte entre S/ 36.19 a S/ 38.65 soles en procesos inherentes para obtener 1 Kg de café tostado, mientras que el costo unitario esta entre S/ 9.04 a S/ 11.14 soles de acuerdo a la marca de café, referente al costo unitario detallado, del producto más representativo ver en (anexo 6).

3.3. Nivel socioeconómico de los socios que proveen café con características especiales a la cooperativa CAC Alta Montaña.

Para determinar el nivel socioeconómico de los socios que proveen café con características especiales a la cooperativa Alta Montaña, se aplicó un cuestionario elaborado por la autora, el mismo que permitió recabar la información en el momento dado, tal cual se encontró (lugar de producción, altitud, variedad de café, cantidad producida/ha, sellos de calidad, etc.)

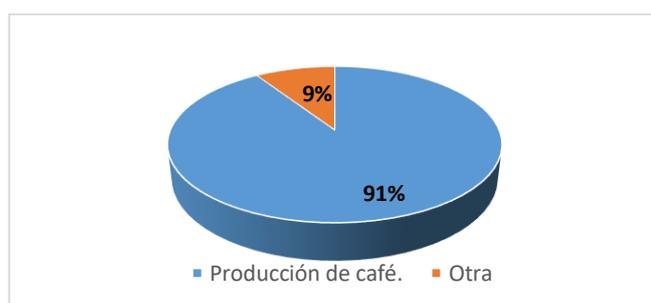
3.3.1. Condición Socioeconómica.

3.3.1.1. Actividad principal

Los productores tienen como principal actividad económica la producción de café, tal cual se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Actividad Principal



La Figura 6 representa a los productores asociados a la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, el 91% de los encuestados están dedicados a la producción de café como actividad principal mientras que el 9% tienen otra actividad económica principal, sumando entre ambos al 100% del total de encuestados.

3.3.1.2. Características del cultivo de café de los asociados a la cooperativa

Tabla 8

Características del cultivo de café especial

CARACTERÍSTICAS DEL CULTIVO DE CAFÉ ESPECIAL			
	Ítem	Alternativa	%
Biofísicas	Altitud de las plantaciones de café con nominación especial	1300 m.s.n.m. – 1600 m.s.n.m.	9%
		1600 m.s.n.m. – 1800 m.s.n.m.	66%
		1800 m.s.n.m. – 2000 m.s.n.m.	24%
		2000 m.s.n.m. – 2200 m.s.n.m.	1%
		Total	100%
Variedad	Variedades de café que se produce en mayor cantidad	Catimor	45%
		Bourbon	37%
		Tipica	18%
		Total	100%
		Variedad	Variedades de café consideradas como cafés especiales
Geisha	37%		
Tipica	18%		
Total	100%		
Área	Área destinada a la producción de café especial		
		1 -3 Has	51%
		3 - 5 Has	26%
		5 - 7 Has	14%
		>7 Has	5%
		Total	100%

La tabla 8 representa las características físicas del café cultivado por los asociados de la cooperativa, referente a la característica biofísicas en cuanto a la altitud de los cafés con nominación especial el 66% de los encuestados tienen sus plantaciones a una altitud entre 1600 m.s.n.m. – 1800 m.s.n.m., la variedad más producida es el Catimor el 45% de los encuestados cultiva esa variedad en su mayoría, la variedades de café consideradas como cafés especiales: El 45% de los encuestados considera a la variedad Bourbon especial; el 37% de los encuestados considera a la variedad Geisha especial; el 18% de los encuestados considera a la variedad Típica especial. El área destinada a la producción de café especial, el 51% de los encuestados cuenta con 1 – 3 Has, mientras que el 5% de los encuestados tiene un área >7 Has. Según esta tabla las características del café cumplen con los estándares de café especial, en cuanto a la altitud ya que a mayor altitud mejor calidad del café especial, los socios conocen sobre las variedades finas y las cultivan para obtener un mejor rendimiento en taza del producto.

3.3.1.3. Tecnología y procesos

Tabla 9

Tecnología y procesos del café especial

TECNOLOGÍA Y PROCESOS DEL CAFÉ ESPECIAL			
Ítem	Alternativa	Porcentaje	
Cosechas realizadas al año	1 cosecha	5%	
	2 - 3 cosechas	72%	
	3 - 5 cosechas	23%	
	Total	100%	
Manejo	5 – 10 quintales	5%	
	10 – 15 quintales	24%	
	15 – 20 quintales	67%	
	20 – 40 quintales	5%	
	Total	100%	
Tipo de manejo post cosecha.	Semi-tecnificado	100%	
Proceso	Uso de Cultivo Iniciador	No	100%
	Proceso de Selección	Si	100%
	Humedad del café 12%	Si	100%

La tabla 9 representa a la tecnología y procesos utilizados en el manejo post cosecha del café, esta tabla nos indica que el 72% de los encuestados realizan de 1 – 3 cosechas por año, en cuanto al rendimiento el 67% de los encuestados tiene un rendimiento entre 15 – 20 qq/ha al año, superando el promedio de la región amazonas que es de 10 qq/ha al año según, referente al proceso el 100% de los encuestados cumplen los estándares de calidad para la obtención de un café especial.

3.3.1.4. Aspectos socioeconómicos

Tabla 10

Aspectos socioeconómicos familiares del proveedor de café especial

ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS FAMILIARES			
	Ítem	Alternativa	%
Familia		1 - 3 integrantes.	50%
	Integrantes que conforman la familia	3 - 5 integrantes.	41%
		5 - 10 integrantes.	9%
		Total	100%
	Miembros de la familia que aportan a la canasta familiar	Jefe de familia	9%
		Adultos.	91%
Total		100%	

La tabla 10 representa los aspectos socioeconómicos de los socios proveedores de café especial a la cooperativa, respecto al número de integrantes y aportantes a la canasta básica familiar el 91% de los encuestados aportantes son adultos.

Tabla 11*Aspectos socioeconómicos ingresos/costos del proveedor de café especial*

ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DE INGRESOS/COSTOS			
	Ítem	Alternativa	%
Ingresos/ costos	Ingreso mensual	S/.1000.00 – S/.2000.00	86%
		S/.2000.00 – S/.5000.00	14%
		Total	100%
	Gastos de la canasta básica familiar	Si	86%
		No	14%
		Total	100%
	Porcentaje de inversión en la actividad principal	10%	72%
		20%	19%
		30%	9%
		Total	100%

La tabla 11 nos indica información en cuanto a los ingresos y gastos, el 86% de los encuestados logran cubrir los gastos de la canasta básica familiar con los ingresos percibidos por su principal actividad económica, por otra parte, el 72% de los encuestados invierte el 10% del total de sus ingresos para la principal actividad económica esta inversión se da en abonos, mano de obra, etc.

Tabla 12*Aspectos socioeconómicos de educación respecto a los hijos del proveedor de café especial*

ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DEL EDUCACIÓN			
Educación por sus hijos.	Nivel educativo máximo alcanzado	Primaria	14%
		Secundaria	25%
		Universitario	38%
		Técnico	23%
	Total	100%	

La tabla 12 indica lo siguiente: el grado de educación máxima alcanzada por sus hijos, el nivel universitario es alcanzado por 38% de los hijos de los encuestados esto nos indica que los hijos de los socios proveedores se están educando a su vez la cooperativa está mejorando la calidad de vida.

Tabla 13

Aspectos socioeconómicos de vivienda del proveedor de café especial

ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DE VIVIENDA			
	Ítem	Alternativa	%
Vivienda	Estado de la vivienda habitada	Propia	91%
		Alquilada	9%
	Total		100%
	Servicios básicos de la vivienda	Si	72%
No		28%	
Total		100%	

La tabla 13 indica que la vivienda y acceso a servicios básicos en ella es positiva en relación al porcentaje de encuestados.

Tabla 14

Aspectos socioeconómicos respecto a los beneficios sociales del proveedor de café especial

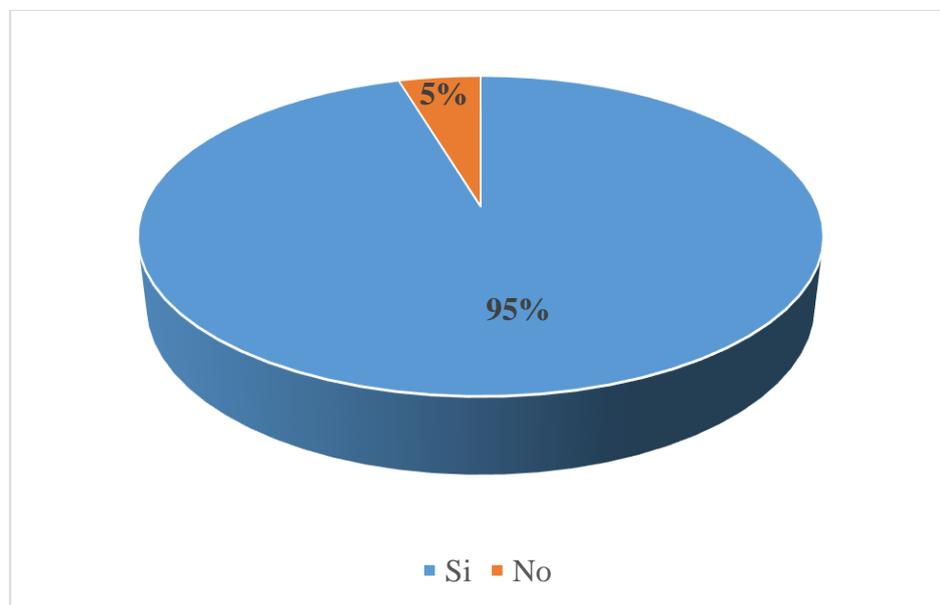
ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS SOCIALES			
	Ítem	Alternativa	%
	Calidad de vida por ser proveedor de la cooperativa	Se ha incrementado mis ingresos	72%
		Genero mi auto empleo y el de mi familia	28%
		Total	100%
Social	Beneficios sociales	Seguro de vida	23%
		Seguro de salud	77%
		Total	100%
	Beneficios por ser socio de Alta Montaña	Me brindan apoyo técnico	61%
		Mayor precio por mi producto	30%
		Trato diferenciado	9%
		Total	100%

La tabla 14 representa que los aspectos sociales indican que la cooperativa está contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de sus socios, brindando asesoramiento técnico ya que al brindar ese servicio los caficultores incrementan su rendimiento por hectárea y a su vez mejorar su economía obteniendo más ingresos en la misma área de cultivo, superando así el promedio en rendimiento qq/ha de la región Amazonas.

3.3.1.5. Rentabilidad según Productor.

Figura 7

Rentabilidad por la producción y comercialización de café especial.



La figura 7 representa el total de encuestados que afirman que sus costos de producción les permiten tener rentabilidad, el 95% de los encuestados si tienen rentabilidad, mientras que 5% de los encuestados afirman que sus costos de producción no les permite obtener rentabilidad.

3.4. Oferta De Cafés Especiales De La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

Para analizar la oferta de cafés especiales de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña se realizó un estudio del marketing mix, (Producto, Precio, Plaza, Promoción, Procesos, Personas y Posicionamiento). Ramírez (2015).

3.4.1. Productos

La cooperativa Agraria cafetalera Alta montaña, exporta cafés especiales, diferenciados y certificados (comercio justo, orgánico y sostenible) principalmente a los mercados de EE. UU. Por otra parte, la cooperativa también cuenta con articulación comercial de café tostado en grano y molido a mercado regional, nacional.

Referente al café tostado y molido la cooperativa cuenta con los siguientes productos:

3.4.1.1. Alta Montaña Coffee Clásico

Figura 8

Coffee Alta Montaña Clásico



Nota: Fotografía de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

La figura 8 representa al café Clásico Alta Montaña, este café representa a un café con denominación especial que tiene 83 puntos en taza según SCAA.

3.4.1.2. Alta Montaña Coffee Gourmet

Es un café diferenciado con un extraordinario perfil que tiene un puntaje en Taza superior a 84 puntos según SCAA (**anexo 5**), producida en las privilegiadas montañas de la provincia Rodríguez de Mendoza en microclimas únicos en el mundo, elaborados con los más altos estándares de calidad, utilizando variedades finas como el caturra, bourbon y típica producidas bajo el enfoque de sostenibilidad ambiental cumpliendo los criterios de comercio justo y una producción orgánica, a una altura de 1700 a 1800 msnm.

Figura 9

Coffee Alta Montaña Gourmet



Nota: Fotografía de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña

La figura 9 representa Alta Montaña Coffee gourmet es un café de origen, que muestra elegancia, estatus, responsabilidad social y ambiental, generando un equilibrio perfecto de energía y placer, el perfil del presente café es: “Notas a flor de café y rosas con una base a panela y un fondo de grosella negra”.

3.4.1.3. Alta Montaña Coffee Premiun

Es un café diferenciado con un extraordinario perfil que tiene un puntaje en Taza superior a 85 puntos según SCAA, producida en las privilegiadas montañas de la provincia Rodríguez de Mendoza en microclimas únicos en el mundo, elaborados con los más altos estándares de calidad, utilizando variedades finas como el caturra, bourbon y típica producidas bajo el enfoque de sostenibilidad ambiental cumpliendo los criterios de comercio justo y una producción orgánica, a una altura de 1700 a 1800 msnm.

Figura 10

Coffee Alta Montaña Premium



Nota: Fotografía de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña

La figura 10 representa Alta Montaña Coffee premium es un café de origen, que muestra elegancia, estatus, responsabilidad social y ambiental, generando un equilibrio perfecto de energía y placer el perfil en taza de este café es: “Notas a chocolate dulce y caramelo con una base de panela y un fondo de miel de maple”.

3.4.1.4. Huayacho Coffee

Es la marca presidencial producidas con variedades muy finas y por los mejores socios apasionados por la caficultura, motivados y apasionados por su labor escogen los mejores granos de su producción, garantizando un café de excelente calidad y extraordinario.

Café presidencial Huayacho Coffee con un puntaje en Taza superior a 88 puntos según SCAA, producida en las privilegiadas montañas de la provincia Rodríguez de Mendoza en microclimas únicos en el mundo, elaborados con los más altos estándares de calidad, utilizando variedades

finas como el caturra, bourbon, típica y geisha producidas por nuestros mejores socios apasionados por el café, a una altura de 1900 a 2200 msnm.

Figura 11

Huayacho Coffee



Nota: Fotografía de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña

Loa figura 11 representa Huayacho Coffee es un café de origen, que muestra la cultura, vivencia, carácter e historia de los caficultores de Rodríguez de Mendoza el perfil de este producto es: “Notas a Jazmín, limon dulce y albaricoque en una base de caramelo y panela con un fondo a cilantro”.

3.4.2. Precio

Según la entrevista realizada al gerente de Alta Montaña nos indica que el precio del café especial exportado se basa de acuerdo a la bolsa de New York, el precio en promedio negociado para el café de exportación de la organización es de **\$171 + \$50 dólares en precio FOB**, por cada quintal de café en oro verde.

La diferenciación de precios aplicados en la cooperativa se define por su categoría, esto nos indica el puntaje en taza y el perfil de los cafés que se mencionaron anteriormente.

Tabla 15

Relación de precios por producto respecto al café tostado.

Producto	Precio en la presentación de 250 Gr. En Soles (S/)
Coffee Alta Montaña Clásico	10
Coffee Alta Montaña Gourmet	15
Coffee Alta Montaña Premium	20
Huayacho Coffee	25

Nota: Precios de venta establecidos por la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

La tabla 15 nos indica que existe una diferenciación de precios de acuerdo a la calidad de café especial.

3.4.3. Plaza

3.4.3.1. Principales Países Importadores de café en tiempos de pandemia (2021)

Para este punto se tomó en cuenta a los 10 principales importadores de café ya que podrían ser un público objetivo para que la organización pueda expandir la exportación de sus productos.

Tabla 16

Lista de los importadores para el producto seleccionado producto: 090111 café sin tostar ni descafeinar

	Importadores	Valor importado en 2021 (miles de USD)
	Mundo	22127132
1	Estados Unidos de América	4944882
2	Alemania	3241264
3	Italia	1459100
4	Japón	1184028
5	Bélgica	1007478
6	Suiza	778453
7	Canadá	766376
8	Francia	666103
9	España	589664
10	Corea, República de corea	543051

Nota: La CAC Alta montaña está exportando café especial a EE.UU

La tabla 16 representa a los 10 principales importadores de café, EE. UU está posicionado en el primer lugar, en segundo lugar, se encuentra Alemania, en el décimo puesto se encuentra Bélgica.

3.4.3.2. Plaza Nacional: Cafeterías exclusivas de la Cooperativa

Para incentivar el consumo de cafés especiales la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, cuenta con dos cafeterías exclusivas ubicadas en los siguientes puntos.

- Cafetería Huayacho ubicada en la provincia de Rodríguez de Mendoza, distrito San Nicolás en el Jr. Matiaza Rimachi 417 (Figura 12)
- Cafetería Huayacho ubicada en la Urbanización Santa Victoria, Dulantos 14009 – Chiclayo (Figura 13)

Figura 12

Ubicación Cafetería Huayacho en San Nicolas.



Nota: Google Maps

Figura 13

Ubicación de Huayacho - Cafeteria & Tostaduria



Nota: Google Maps

3.4.3.3.Puntos de venta

La cooperativa cuenta con diferentes puntos de venta, excluyendo las cafeterías antes mencionadas, estos puntos de venta están a nivel regional y nacional cabe mencionar que son puntos de venta virtuales y físicos, los cuales se mencionan en las siguientes tablas.

Tabla 17

Puntos de venta físicos para el café tostado

PUNTO DE VENTA	LUGAR
Oficina Administrativa de la cooperativa	San Nicolás
Alforja Market	San Nicolás
Amazonas 632	Chachapoyas

Fuente: Datos de la investigación

Tabla 18

Puntos de Venta Online

PUNTO DE VENTA ONLINE
Redes sociales de la Cooperativa
Página Web de la Cooperativa
Lima Orgánica
Natural Lounge
Selva de los Chachapoyas

3.4.4. Promoción

La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña en el año 2021 fue condecorada con la MEDALLA MIDAGRI 2021 recibiendo el primer lugar en cuanto a su propuesta innovadora a favor de la agricultura familiar, este logro ha sido muy beneficioso para la organización ya que, al ser condecorados con la mella mencionada, la promoción de la cooperativa y sus productos garantizan la calidad de los mismos.

La promoción de cafés especiales se realiza de la siguiente manera. La cooperativa viene realizando diferentes actividades como:

- Sorteos de Productos.
- Participación en las diferentes ferias de café (FICAFE, EXPO AMAZONICA 2022, etc.)
- Interacción con influencers y demás personas del medio.
- Degustación de sus productos.

Al participar en ferias relacionadas al café, la cooperativa realiza su promoción a través de la degustación y a su vez comercializa un café con cultura, origen e identidad. Por otra parte, también se conecta con sus potenciales clientes, tal como se muestra en los **Anexo 7**.

La cooperativa promociona sus productos a través de los influencers ya que ellos cuentan con un gran número de seguidores en sus redes sociales y el producto se hace conocido por un gran número de personas que se convierten en clientes potenciales.

3.4.5. Procesos de comercialización

La cooperativa es muy activa en cuanto a la comunicación con sus consumidores tanto nacionales como internacionales, esta comunicación lo realiza a través de llamadas, correos electrónicos y redes sociales, es decir tiene una retroalimentación positiva de acuerdo a la entrevista realizada al gerente de esta.

3.4.6. Personas

El objetivo de la cooperativa es brindar un buen trato al cliente para fidelizar clientes potenciales y proveedores socios a través de un trato personalizado en cuanto a las ventas presenciales, respecto a una venta online brindando una facilidad de compra (múltiples opciones de pago, compra rápida) y cumpliendo los envíos a tiempo en cuanto a la exportación la cooperativa cumple con los plazos establecidos en el contrato de compra – venta.

3.4.7. Posicionamiento

La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, está posicionada a nivel internacional dado que los importadores ya conocen la calidad del producto que esta provee ya que es un producto que cuenta con dos certificaciones (Orgánico y Comercio justo) a su vez es producido con los mejores cuidados de socios apasionados por la caficultura, en cuanto al posicionamiento nacional este viene siendo impulsado por las cafeterías exclusivas con las que cuenta y a su vez la calidad del producto.

IV. DISCUSIONES

Para evaluar el potencial de producción y comercialización de cafés especiales en la región, se implementó el análisis DAFO. Este análisis reveló diversas fortalezas, entre las que destaca la presencia de personal multidisciplinario y altamente capacitado. Sin embargo, también se identificó como debilidad el sobredimensionamiento de la planta de beneficio en húmedo en relación a su ubicación. Este hallazgo coincide con el análisis realizado por Aguilar (2019), quien empleó la misma metodología del análisis DAFO para estudiar el entorno general del sector. Esta técnica de dirección estratégica también fue utilizada por Guevara (2014) en un estudio con los agricultores de Pisuquia. Una de las fortalezas clave de la actividad es la vasta experiencia de los socios en el sector. No obstante, existe un margen considerable para mejorar la productividad mediante la aplicación de tecnología avanzada en las diversas etapas de la cadena de producción del café. La Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña contribuye a este objetivo proporcionando a sus asociados capacitación y asesoramiento técnico. Estos esfuerzos tienen como finalidad optimizar la cadena productiva para lograr la elaboración de un café especial de mayor calidad.

La evaluación económica y financiera realizada a los estados financieros de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña arroja resultados positivos, en particular al observar la utilidad de las operaciones de los años 2019 y 2022. A causa de la pandemia de COVID-19, la tendencia indica una disminución en la utilidad de las operaciones para el año 2020 en comparación con el año anterior. Sin embargo, me encuentro en desacuerdo con Heredia & Robalino (2021), quienes examinaron la correlación entre el desempeño de la industria del café, las exportaciones y el crecimiento económico nacional durante el periodo 2019 a 2020, tanto antes como después de la pandemia. Sus análisis mostraron que no existe una relación significativa entre los cambios de costos del café, las exportaciones y el PBI ecuatoriano. Por otro lado, García & Torres (2020) sostienen que la calidad del café permitirá acceder a nuevos mercados; al incrementar la rentabilidad, las organizaciones podrían mejorar la calidad de vida de sus socios caficultores, quienes se muestran apasionados y comprometidos con el sector cafetalero. Esta idea contrasta con el estudio económico financiero realizado por Guevara (2014)

para evaluar la viabilidad de un plan de negocio orientado a la comercialización de cafés orgánicos. La principal conclusión de su estudio es que la comercialización de café en la región de Pisuquia mejora la calidad de vida del productor, dejando un costo de oportunidad del 10%, lo que implica que los productores de café obtienen ganancias por la producción y venta del producto. Finalmente, las ratios financieras de la CAC Alta Montaña presentan resultados positivos. Las ratios de liquidez superan el valor de 0.05 y las ratios de solvencia indican que la cooperativa posee un patrimonio suficiente para cubrir sus obligaciones financieras.

A partir del análisis socioeconómico realizado a la CAC Alta Montaña, se observa que los socios productores de cafés especiales cumplen con los requisitos necesarios para obtener un producto de buena calidad. Esto es posible gracias a la implementación de tecnologías y procesos óptimos. Sin embargo, aún existen áreas de mejora dentro de la cadena productiva. En comparación, la investigación de Merchán (2019) concluye que los caficultores de la región no cuentan con las tecnologías necesarias, lo que resulta en una producción insuficiente. A pesar de ello, el autor considera que las condiciones técnicas y económicas son beneficiosas para el sistema cafetalero. Reafirmo la perspectiva de Merchán: para producir cafés especiales se requieren tanto tecnologías avanzadas como capital económico. La cooperativa en la que se desarrolló esta investigación brinda apoyo a sus socios a través de proyectos y seguimiento a sus proveedores. Por otra parte, Pincay (2021) concluye que los productores tienen un bajo nivel educativo, y por ende, escasos conocimientos sobre la producción y comercialización de café. Además, presentan limitados recursos económicos, lo que impide mejorar su producción e incrementar sus utilidades. Conuerdo con Pincay en que para la producción y comercialización de café se requieren tanto conocimientos técnicos como recursos adecuados para que la actividad sea rentable. Al mejorar la calidad de la producción, se incrementa el rendimiento en qq/ha, lo que se traduce en mayores ingresos para los caficultores.

Según el análisis de la oferta de cafés especiales, el marketing mix (7Ps) indica que la cooperativa está implementando estrategias efectivas para incrementar las ventas, fidelizar a los socios y posicionarse tanto a nivel nacional como internacional. En contraste, el estudio de Cardona & Saldarriaga (2021) exploró posibles tácticas de marketing para impulsar el consumo interno de cafés especiales en las empresas industriales de Pereira. El estudio concluyó que las personas no consumen cafés

especiales principalmente por falta de conocimiento acerca de estos productos. Por tanto, la CAC Alta Montaña ha tomado medidas para combatir esta falta de conocimiento, implementando dos cafeterías exclusivas con el objetivo de promover el consumo de cafés especiales en el país. Esto muestra una adaptación inteligente a las condiciones del mercado, y una estrategia orientada a educar a los consumidores sobre los cafés especiales y su valor distintivo.

V. CONCLUSIONES

Se concluye el análisis que la cooperativa destaca entre sus fortalezas los lineamientos, objetivos y metas bien definidos, así como la presencia de socios en diferentes puntos de la región, los cuales poseen microclimas únicos propicios para la producción de cafés de especialidad. No obstante, una de las debilidades más notables es la escasa producción de variedades finas. Para abordar esta debilidad, se propone incrementar la producción de variedades finas como Bourgon, Typica, Caturra, entre otras. Además, es crucial que la cooperativa continúe brindando asesoramiento técnico para mantener la calidad del producto que actualmente ofrece. Sin embargo, el análisis EFI-EFE sugiere que la empresa debe enfocarse en retener y mantener sus estrategias actuales. Esto pone de manifiesto la importancia de equilibrar la innovación y la mejora continua con la consolidación y el perfeccionamiento de las estrategias ya existentes para asegurar el éxito a largo plazo.

El análisis financiero realizado mediante ratios revela que la cooperativa cuenta con un capital de trabajo de **S/. 354,659.56** para junio de 2022. Las ratios de liquidez son positivas, lo que indica que la empresa tiene suficientes activos líquidos para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Además, la cooperativa posee un patrimonio considerable para hacer frente a sus pasivos, lo que sugiere una sólida posición financiera. Con base en estos resultados, concluimos que la gerencia está tomando decisiones financieras excelentes. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 afectó significativamente el margen de utilidad debido a las restricciones impuestas por el gobierno. Los proveedores no podían transportar el café al centro de acopio de la organización, y a su vez, la cooperativa no podía recolectar la cantidad óptima de café. Esto provocó una disminución en las utilidades en 2020 en comparación con el año anterior. En 2021, la cooperativa comenzó la exportación de cafés especiales, lo que permitió una recuperación gradual del margen de utilidad en sus operaciones. Este cambio en la estrategia de negocio muestra la capacidad de la cooperativa para adaptarse a condiciones adversas y buscar nuevas oportunidades de crecimiento.

Además, se concluye que el impacto socioeconómico de la cooperativa es positivo, debido a que está mejorando la calidad de vida de sus socios proveedores de cafés especiales. Esto se logra mediante el pago de un precio diferenciado por el café

especial, basado en su rendimiento físico y puntaje en taza. Esto permite que los productores obtengan ingresos más altos, lo que a su vez facilita que sus hijos puedan acceder a educación, como se muestra en la sección 3.3 de este documento. La actividad cafetalera también promueve el autoempleo para el productor y su familia, generando un impacto positivo en la economía local. Los principales beneficios sociales para los socios de la cooperativa incluyen: asesoramiento técnico a través de capacitaciones y enseñanzas en la preparación de caldos minerales para el control de plagas y enfermedades, y un mayor estatus como productores orgánicos y de comercio justo, ya que la cooperativa asume el costo de las certificaciones correspondientes. Estos factores se combinan para proporcionar a los productores de café una mayor estabilidad económica y oportunidades de crecimiento, demostrando el compromiso de la cooperativa con el bienestar de sus miembros y la comunidad en general.

Se concluye que existe una demanda insatisfecha en el mercado de los cafés especiales. A raíz de la coyuntura del COVID-19, los consumidores se han vuelto más exigentes en cuanto a la calidad del producto. Ahora, la preferencia se inclina hacia productos saludables, orgánicos, sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Las estrategias de marketing mix que utiliza la cooperativa han resultado favorables para promocionar el café especial que ofrece. Además, la cooperativa ha estado impulsando su línea de café tostado a través de sus dos exclusivas cafeterías, lo que le permite establecer un contacto directo y personalizado con los consumidores. Por otro lado, la presencia activa de la cooperativa en redes sociales resulta beneficiosa ya que permite llegar a diferentes tipos de segmentos de mercado para estos cafés diferenciados. Esto refuerza la visibilidad de la marca y facilita la interacción con los clientes actuales y potenciales, contribuyendo al crecimiento y consolidación de la cooperativa en el mercado de los cafés especiales.

VI. RECOMENDACIONES

Para futuras investigaciones, se sugieren las siguientes líneas de estudio:

- ✓ Profundizar en la investigación sobre las ventajas del procesamiento del café, con un enfoque particular en el efecto de las horas de fermentación en la calidad de la taza. Este estudio podría proporcionar una mayor comprensión de los factores que contribuyen a la calidad final del café y cómo optimizar los procesos de fermentación.
- ✓ Realizar estudios comparativos entre cafés especiales y convencionales desde el punto de vista económico para evaluar la rentabilidad entre ambos. Este análisis podría arrojar luz sobre las diferencias en los márgenes de beneficio y los costos asociados con la producción y venta de estos diferentes tipos de café.
- ✓ Realizar un estudio de mercado para segmentar la línea de cafés tostados que oferta la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña. Esto permitiría a la cooperativa entender mejor las preferencias y necesidades de diferentes segmentos de clientes, y adaptar su oferta de productos y estrategias de marketing en consecuencia.

Estas recomendaciones de investigación proporcionan un camino hacia una mayor comprensión de los factores que contribuyen a la producción, venta y consumo de café de alta calidad, y cómo maximizar la rentabilidad y la satisfacción del cliente en este sector.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, I. (2019). *Estudio de la competitividad del sector del cultivo de café de gran canaria: propuestas estratégicas 2019-2022*. Obtenido de <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/70203?mode=full>
- Alva, C. (2020). *Análisis del factor socioeconómico y su incidencia en la exportación del café en la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, provincia de Rodríguez de Mendoza, región Amazonas, 2019*". Obtenido de <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/2255/Alva%20Rituay%20Carmencita.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cardona, N., & Saldarriaga, C. (2021). *Estrategia de marketing mix para promover el aumento de consumo per-cápita de café especial en empresas del sector manufacturero de Pereira*. Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/30126>
- Cruz, L. & Moreno, A. (2008). *Capítulo 7: Estudios transversales*. Obtenido de Access Medicina: <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1464§ionid=101050145#:~:text=El%20estudio%20transversal%20descriptivo%20tiene,relativas%20a%20las%20dimensiones%20de>
- Guevara, H. M. (2014). *Plan de negocio para mejorar la producción y comercialización de café orgánico de la asociación de productores agropecuarios del distrito de Pisuquia, provincia de Luya, Región Amazonas - 2013*. Obtenido de <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/546>
- García, J., & Torres, L. M. (21 de 09 de 2020). *Análisis de la influencia de los factores económicos y comerciales en la exportación de café peruano en grano verde, partida arancelaria 0901.11.90.00, hacia Japón del 2016 al 2019*. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655598>
- Hernández, G. (2016). *Herramientas para análisis de contexto: MEFI y MEFE*. Obtenido de <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>

- Hernández, Fernández, & Sampieri. (2014). *Selección de la muestra*. Obtenido de http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf
- Labra, C. (2018). *Plan de negocio para la comercialización de cafés peruanos a través de una plataforma online en Lima Metropolitana*. Obtenido de <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1542>
- LIMA, U. M. (12 de julio de 2021). *Actualizaciones del gobierno de Perú sobre las restricciones de cuarentena y desplazamientos*. Obtenido de <https://pe.usembassy.gov/es/health-alert-updates-to-government-of-peru-quarantine-and-movement-restrictions-july-12-2021-es/#:~:text=El%2012%20de%20julio%20de,8%20de%20agosto%20de%202021.>
- MIDADRI. (27 de Diciembre de 2019). *Minagri aprobó Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2019-2030 en beneficio de 233 mil familias cafetaleras*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/76269-minagri-aprobo-plan-nacional-de-accion-del-cafe-peruano-2019-2030-en-beneficio-de-233-mil-familias-cafetalaras>
- MIDAGRI. (s.f.). *Cafés especiales en el Perú*. Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/24-sector-agrario/cafe/204-cafes-especiales-en-el-peru>
- OPS. (30 de JUNIO de 2022). Obtenido de <https://www.paho.org/es/respuesta-emergencia-por-covid-19-peru#:~:text=En%20el%20Per%C3%BA%2C%20el%2005,909%20870%20casos%20confirmados%2C%2029>
- PERUANO, E. (16 de marzo de 2020). *Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-declara-estado-de-emergencia-nacional-po-decreto-supremo-n-044-2020-pcm-1864948-2/>
- PROMPERÚ. (2020). Obtenido de <https://www.peru.travel/es/masperu/prodigio-del-mundo-6-datos-que-no-conocias-del-cafe->

ANEXOS

Anexo 1 Operacionalización de variables.

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Técnica	Instrumento
Condición socioeconómica	El nivel socioeconómico el conjunto de variables económicas, sociológicas, educativas y laborales por las que se califica a un individuo o un colectivo dentro de una jerarquía social. (Baker, 2014)	Económica	Ingresos	Encuesta	Cuestionario
			Costos		
			Vivienda		
		Social	Educación		
Beneficios sociales					
Comercialización de cafés especiales	Los cafés especiales se refieren hoy en día a las ventas de café en grano y a las bebidas de café servidas. La gama comprende cafés de calidad superior, de origen único y en mezclas, cafés no convencionales como cafés aromatizados y cafés con unos antecedentes o una historia especiales. (CCI. La guía del café)	Mercado	Oferta	Entrevista	Entrevista semi-estructurada
			Demanda		
		Puntos de venta	Geolocalización de puntos de venta		
		Canales de distribución	Directos e indirectos		
		Mercados potenciales	Principales compradores e importadores de café	Análisis documental	Análisis documental
			Evolución de los mercados potenciales		

Anexo 2 Encuesta para el análisis socioeconómico de los proveedores socios de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

CUESTIONARIO

Señores productores de café, estamos realizando un trabajo de investigación cuyo objetivo es evaluar social y económicamente la comercialización de cafés especiales en tiempos de pandemia de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña, para lo cual solicitamos su colaboración.

Encuestado:

Fecha: _____ Lugar: _____ Provincia:

(Indicaciones marcar con aspa (x) la respuesta que usted crea conveniente).

I. Condición socioeconómica.

1. Actividad principal.

- a. Producción de café. () si ()no
- b. Producción de piña. () si ()no
- c. Ganadería. () si ()no
- d. Comercio. () si ()no
- e. Transporte. () si ()no

2. ¿Cuántos integrantes conforman su familia?

- a. 1 - 3 integrantes. () si ()no
- b. 3 - 5 integrantes. () si ()no
- c. 5 - 10 integrantes. () si ()no
- d. > 10 integrantes. () si ()no

3. Ud. O alguno de los integrantes de su familia es miembro o pertenece a alguna asociación:

- a. Cooperativa Alta Montaña () si ()no
- b. Flor del café () si ()no
- c. Monte Verde () si ()no
- d. Valle Verde () si ()no
- e. Peña Blanca () si ()no

4. ¿Qué miembros de la familia aportan a la canasta básica familiar?
- a. Jefe de familia. () si ()no
 - b. Adultos. () si ()no
 - c. Menores de 18 años. () si ()no
5. ¿Con los ingresos que percibe la familia logran cubrir la canasta básica familiar?
- () si ()no
6. De la actividad principal ¿Cuál de estos son sus ingresos mensuales?
- a. S/.500.00 – S/.1000.00 () si ()no
 - b. S/.1000.00 – S/.2000.00 () si ()no
 - c. S/.2000.00 – S/.5000.00 () si ()no
 - d. > S/.5000 () si ()no
7. ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina a su principal actividad económica?
- a. 10% () si ()no
 - b. 20% () si ()no
 - c. 30% () si ()no
8. Del total de la producción de café ¿Cuánto vende a la cooperativa Alta Montaña?
- a. 100% () si ()no
 - b. 50% () si ()no
 - c. 20% () si ()no
9. Los costos de producción del café, permiten que usted tenga rentabilidad.
- () si ()no
10. Área destinada para la producción de café.
- a. < 1 Ha () si ()no
 - b. 1- 3 Has () si ()no
 - c. 3- 5 Has () si ()no
 - d. 5- 7 Has () si ()no
 - e. > 7 Has () si ()no
11. Variedades de café que Ud. Produce en mayor cantidad.
- a. Catimor () si ()no
 - b. Geisha () si ()no
 - c. Tipica () si ()no

- d. Caturra () si ()no
- e. Borbon () si ()no
- f. Otras variedades () si ()no
12. ¿A que altitud se encuentra sus plantaciones de café con nominación especial?
- a. 1300 m.s.n.m. – 1600 m.s.n.m. () si ()no
- b. 1600 m.s.n.m. – 1800 m.s.n.m. () si ()no
- c. 1800 m.s.n.m. – 2000 m.s.n.m. () si ()no
- d. 2000 m.s.n.m. – 2200 m.s.n.m. () si ()no
13. ¿Qué variedades de café son las consideradas como cafés especiales?
- a. Borbón () si ()no
- b. Geisha () si ()no
- c. Típica () si ()no
- d. Caturra () si ()no
- e. Catimor () si ()no
- f. Combinados () si ()no
14. ¿Cuántas cosechas al año realiza?
- a. 1 cosecha () si ()no
- b. 2 - 3 cosechas () si ()no
- c. 3 - 5 cosechas () si ()no
- d. > 5 cosechas () si ()no
15. ¿Cuál es el rendimiento por hectárea? (qq/ha)
- a. 5 – 10 quintales () si ()no
- b. 10 – 15 quintales () si ()no
- c. 15 – 20 quintales () si ()no
- d. 20 – 40 quintales () si ()no
- e. > 40 quintales () si ()no
16. ¿Qué tipo de manejo post cosecha realiza Ud.?
- a. Tecnificado () si ()no
- b. Semi-tecnificado () si ()no
- c. Artesanal () si ()no
17. En el proceso de fermentación ¿utiliza Ud. algún cultivo iniciador?
- () si ()no

18. El producto que Ud. Provee a la cooperativa ¿pasa por un proceso de selección?
- () si ()no
19. La humedad del café que Ud. Provee a la cooperativa, ¿cumple con estándares establecidos?
- () si ()no
20. ¿Cuál es la diferencia en puntos entre un café especial a un café convencional?
- a. 1 – 2 () si ()no
- b. 2 – 3 () si ()no
- c. 3 – 5 () si ()no
- d. > 5 () si ()no
21. El precio que paga la cooperativa por su café ¿está diferenciado?
- () si ()no
22. ¿Usted considera que la cooperativa paga el precio justo por un café especial?
- () si ()no
23. ¿Cuál es el beneficio máximo que recibe por ser miembro de la cooperativa?
- a. Me brindan apoyo técnico () si ()no
- b. Mayor precio por mi producto () si ()no
- c. Trato diferenciado () si ()no
- d. Me brindan apoyo económico () si ()no
- e. Es indiferente () si ()no
24. ¿Cómo ha mejorado su calidad de vida al ser uno de los proveedores de la CAC Alta Montaña?
- a. Se ha incrementado mis ingresos () si ()no
- b. Genero mi auto empleo y el de mi familia () si ()no
- c. Mis hijos y mi familia tienen acceso a salud y educación () si ()no
- d. Con el cultivo de café mejoro el medio ambiente () si ()no
25. ¿La vivienda que actualmente habita es propia o alquilada?
- a. Propia () si ()no
- b. Alquilada () si ()no
26. ¿Su vivienda cuenta con los servicios básicos (agua, luz y desagüe)?
- () si ()no

27. ¿Cuál es el nivel de educación máximo alcanzado por sus hijos?

a. Primaria () si ()no

b. Secundaria () si ()no

c. Universitario () si ()no

d. Técnico () si ()no

28. ¿Qué beneficios sociales tiene Ud.?

a. Seguro de vida () si ()no

b. Seguro de salud () si ()no

c. Programa Juntos () si ()no

d. Asignación familiar () si ()no

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 3 Constancia de ejecución de la prueba piloto

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

CONSTANCIA

Longar, 01 de Julio del 2022

Sres.: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza – Amazonas.

Yo: **Wilton Santillán Montano** identificado con DNI N° **46214656**, presidente de la Asociación de Productores de Cafés Especiales Peña Blanca – APC PEÑA BLANCA, mediante el presente documento deja constancia que la señorita.

NURIA ADELA RODRIGO FERNANDEZ

Identificada con DNI N° 75244209, Bach. En Ingeniería en Agronegocios de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, ha realizado la prueba piloto en la presente asociación, para su trabajo de investigación denominado: **“Evaluación socioeconómica de la comercialización de cafés especiales en tiempos de pandemia cooperativa Alta Montaña, Amazonas”**, para lo cual se le ha brindado todas las facilidades, así como para la recopilación de información requerida para su investigación.

Se expide el presente a solicitud de la interesada.

Atentamente


ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE
CAFÉS ESPECIALES PEÑA BLANCA
Wilton Santillán Montano
PRESIDENTE
DNI: 46214656

Wilton Santillán Montano
DNI: 46214656
Presidente APC Peña Blanca



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

**FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA, AGRONEGOCIOS
Y BIOTECNOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN
AGRONEGOCIOS**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

INFORME OPINIÓN DE EXPERTOS: INSTRUMENTO

I. DATOS DEL PROFESIONAL EXPERTO	
Nombres y apellidos	Fernando Alberto del Aguila Bastillo
Profesión (es)	Ingeniero Estadístico
Grado (os) académicos (s)	Bachiller en Ingeniería Estadística
Justificación (es) donde labora	Universidad Nacional de Jaén
Cargo que desempeña	Ingeniero Estadístico
II. DATOS RELACIONADOS AL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	
Título del trabajo de investigación	Evaluación Socioeconómica De La Comercialización De Cafés Especiales En Tiempos De Pandemia Cooperativa Alta Montaña, Amazonas.
Autora	Nuria Adela Rodrigo Fernandez
Denominación del instrumento a validar	Cuestionario para el análisis socioeconómico de los proveedores socios de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	CONDICIÓN		
		Bueno	Regular	Deficiente
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje claro.	X		
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.	X		
ORGANIZACIÓN	Presentan los ítems una relación lógica	X		
PERTINENCIA	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.	X		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.	X		

CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.	X		
COHERENCIA	Hay relación entre dimensiones e instrumentos.	X		
METODOLOGÍA	El instrumento responde al propósito de la investigación (en relación a la variable dependiente).	X		

IV. VALORACIÓN – OPINIÓN DE APLICABILIDAD

(.X.) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(.....) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

V. SUGERENCIAS

..... Ninguna

.....

Lugar y fecha: *Chachapoyas 12 de agosto 2022*

[Firma]
 Fernando Alberto Del Aguila Castillo
 INGENIERO ESTADÍSTICO
 COESPE 733

Firma del Experto

DNI: *40760354*

Nº de Teléf. Cel.: *973141830*

INFORME OPINIÓN DE EXPERTOS: INSTRUMENTO

I. DATOS DEL PROFESIONAL EXPERTO	
Nombres y apellidos	Eli Almer Toro Gonzales
Profesión (es)	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
Grado (os) académicos (s)	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
Justificación (es) donde labora	PROCOMPITE
Cargo que desempeña	Supervisor
II. DATOS RELACIONADOS AL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	
Título del trabajo de investigación	Evaluación Socioeconómica De La Comercialización De Cafés Especiales En Tiempos De Pandemia Cooperativa Alta Montaña, Amazonas.
Autora	Nuria Adela Rodrigo Fernandez
Denominación del instrumento a validar	Cuestionario para el análisis socioeconómico de los proveedores socios de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	CONDICIÓN		
		Bueno	Regular	Deficiente
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje claro.	✓		
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.	✓		
ORGANIZACIÓN	Presentan los ítems una relación lógica	✓		
PERTINENCIA	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.	✓		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.	✓		

CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.	✓		
COHERENCIA	Hay relación entre dimensiones e instrumentos.	✓		
METODOLOGÍA	El instrumento responde al propósito de la investigación (en relación a la variable dependiente).	/		

IV. VALORACIÓN – OPINIÓN DE APLICABILIDAD

(.✓..) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(.....) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

V. SUGERENCIAS

.....

Lugar y fecha: Chachapoyas 12/08/2022



 Firma del Experto

DNI: 47661744

Nº de Teléf. Cel.: 932 215 804

INFORME OPINIÓN DE EXPERTOS: INSTRUMENTO

I. DATOS DEL PROFESIONAL EXPERTO	
Nombres y apellidos	Ruel Guevara Diaz
Profesión (es)	Ing. Ambiental
Grado (os) académicos (s)	Ing. Ambiental
Justificación (es) donde labora	Asociación Aaratta Manos Unidas Roble Pampa- New- York
Cargo que desempeña	Coordinador administrativo de Proyectos
II. DATOS RELACIONADOS AL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	
Título del trabajo de investigación	Evaluación Socioeconómica De La Comercialización De Cafés Especiales En Tiempos De Pandemia Cooperativa Alta Montaña, Amazonas.
Autora	Nuria Adela Rodrigo Fernandez
Denominación del instrumento a validar	Cuestionario para el análisis socioeconómico de los proveedores socios de la Cooperativa Agraria Cafetalera Alta Montaña.

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	CONDICIÓN		
		Bueno	Regular	Deficiente
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje claro.	✓		
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.	✓		
ORGANIZACIÓN	Presentan los ítems una relación lógica	✓		
PERTINENCIA	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.	✓		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.	✓		

CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.	✓		
COHERENCIA	Hay relación entre dimensiones e instrumentos.	✓		
METODOLOGÍA	El instrumento responde al propósito de la investigación (en relación a la variable dependiente).	✓		

IV. VALORACIÓN – OPINIÓN DE APLICABILIDAD

(.X..) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(.....) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

V. SUGERENCIAS

.....

Lugar y fecha: Chachapoyas 12/08/2022



Ruel Guevara Diaz

Ruel Guevara Diaz
 INGENIERO AMBIENTAL
 Reg. CIP: 283997

Firma del Experto

DNI: 71101864.....

N° de Teléf. Cel.: 940691872.....

Anexo 5 Ficha de catación Specialty Coffee Association of America (SCAA)

La Asociación de cafés especiales de América Formulario de catación									
Nombre: _____ Fecha: _____ Mesa: _____ Session: _____									
Clasificación: 6.00 - Bueno 7.00 - Muy Bueno 8.00 - Excelente 9.00 - Extraordinario 6.25 7.25 8.25 9.25 6.50 7.50 8.50 9.50 6.75 7.75 8.75 9.75									
Muestra #	El Nivel de tueste	Fragancia/Aroma	Sabor	Acidez	Cuerpo	Uniformidad	Taza Limpia	Puntaje Catador	Suma
		<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	
		Seco Cualidades: Espuma	Sabor Residual	Intensidad Alto Bajo	Intensidad Alto Bajo	Balance	Dulzor	Defectos (sustraer)	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Ligero=2 # Tazas Intensidad	
								Rechazo=4 <input type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/> =	
Puntaje Final									
Notas:									
Muestra #	El Nivel de tueste	Fragancia/Aroma	Sabor	Acidez	Cuerpo	Uniformidad	Taza Limpia	Puntaje Catador	Suma
		<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	
		Seco Cualidades: Espuma	Sabor Residual	Intensidad Alto Bajo	Intensidad Alto Bajo	Balance	Dulzor	Defectos (sustraer)	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Ligero=2 # Tazas Intensidad	
								Rechazo=4 <input type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/> =	
Puntaje Final									
Notas:									
Muestra #	El Nivel de tueste	Fragancia/Aroma	Sabor	Acidez	Cuerpo	Uniformidad	Taza Limpia	Puntaje Catador	Suma
		<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	
		Seco Cualidades: Espuma	Sabor Residual	Intensidad Alto Bajo	Intensidad Alto Bajo	Balance	Dulzor	Defectos (sustraer)	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Ligero=2 # Tazas Intensidad	
								Rechazo=4 <input type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/> =	
Puntaje Final									
Notas:									
Muestra #	El Nivel de tueste	Fragancia/Aroma	Sabor	Acidez	Cuerpo	Uniformidad	Taza Limpia	Puntaje Catador	Suma
		<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	<i>Total:</i>	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	
		Seco Cualidades: Espuma	Sabor Residual	Intensidad Alto Bajo	Intensidad Alto Bajo	Balance	Dulzor	Defectos (sustraer)	
		0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Ligero=2 # Tazas Intensidad	
								Rechazo=4 <input type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/> =	
Puntaje Final									
Notas:									

Anexo 6 Costo Unitario (250 gr) de “Huayacho Coffe”

Costos de producción por 250 gr de “Huayacho Coffe”					
Costos Fijos					
Concepto	Precio Unitario	Unidad de medida	Costo Mensual	Precio (1U)	
Mano de obra	S/ 1,200.00	1 mes	S/ 105.26	S/ 0.13	
Depreciación Maquinaria y equipos	S/ 25,000.00	10 años	S/ 208.33	S/ 0.26	
Total Costos Fijos				S/ 0.39	
Costos Variables					
Concepto	Precio Unitario	Unidad de medida	Costo Mensual	Precio (1U)	
Materia Prima	S/ 18.00	250 gr	S/ 6,480.00	S/ 8.10	
Envase y Embalaje	S/ 2.50	1 U	S/ 2,000.00	S/ 2.50	
Gastos por Suministro	S/ 120.00	1 mes	S/ 120.00	S/ 0.15	
Total Costos Variables				S/ 10.75	
Total Costos de Producción por 250 gr.				S/ 11.14	

Anexo 7 Participación de la cooperativa en la EXPO AMAZONICA 2022



Anexo 8 Personal administrativo y socios de la cooperativa



Anexo 9 Visita a las instalaciones administrativas de la cooperativa



Anexo 10 Entrevista Virtual al Gerente General Ing. Eder Grandez Muñoz

