

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

**TESIS PARA OBTENER  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
ECONOMISTA**

**FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN  
DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO  
SAN NICOLÁS -AMAZONAS, 2023**

**Autor: Bach. Jean Carlos Herrera López**

**Asesor: Dr. Benjamín Roldan Polo Escobar**

**Registro: (.....)**

**CHACHAPOYAS – PERÚ**

**2024**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, cuya constante guía y apoyo han sido la base de todos mis logros. Su amor y sacrificio me han proporcionado la fortaleza necesaria para superar cada obstáculo.

A mis hermanos, por su inquebrantable amor y confianza en mí. Gracias por ser mi inspiración y motivación para alcanzar mis sueños profesionales.

Con profunda gratitud y afecto,

**Jean Carlos**

## AGRADECIMIENTO

*A Dios, por otorgarme la vida y la fortaleza para perseverar, y por su guía constante al poner en mi camino a las personas e instituciones adecuadas para lograr mis metas.*

*A mi familia, por su apoyo incondicional, y por inculcarme los valores y principios que siempre me han guiado en el camino correcto.*

*A mi asesor y docentes, por su paciencia y dedicación. Gracias por proporcionarme las herramientas y el conocimiento necesario para ejecutar esta tesis con éxito.*

*A la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas y a la Escuela de Posgrado, por ser pilares de mi formación académica y profesional en la Amazonía.*

*Con sincera gratitud,*

**Jean Carlos**

**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. María Nelly Luján Espinoza**

Vicerrectora de Investigación

**Mag. Cirilo Lorenzo Rojas Mallqui**

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

## VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



**UNTRM**

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

### ANEXO 3-L

#### VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo ( ), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Factores Competitivos y comercialización del Café en los productores del distrito San Nicolás - Amazonas, 2023; del egresado Jean Carlos Herrera López de la Facultad de Ciencias Económicas y administrativas Escuela Profesional de Economía de esta Casa Superior de Estudios.

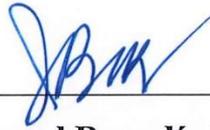
El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 26 de Junio de 2024

  
Firma y nombre completo del Asesor



**JURADO EVALUADOR DE LA TESIS**



---

**Dr. Juan Manuel Buendía Fernández**  
Presidente



---

**Mtra. Ester Roxana Muñoz Torres**  
Secretaria



---

**Mtro. Victor Manuel Valdiviezo Sir**  
Vocal

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



# UNTRM

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

## ANEXO 3-Q

### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

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

Factores Competitivos y comercialización del Café en los productores del  
Distrito San Nicolás - Amazonas 2023

presentada por el estudiante ( )/egresado (X) San Carlos Herrera López  
de la Escuela Profesional de Economía

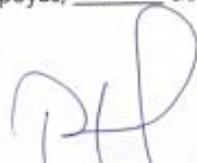
con correo electrónico institucional 7375248562@untrm.edu.pe

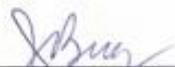
después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 20 % 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.
- 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 presentarla al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 02 de Agosto del 2024

  
SECRETARIO

  
PRESIDENTE

  
VOCAL

OBSERVACIONES:

.....  
.....

## REPORTE TURNITIN

# FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO SAN NICOLAS - AMAZONAS, 2023

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.untrm.edu.pe">repositorio.untrm.edu.pe</a> Fuente de Internet	6%
2	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="https://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1%
5	<a href="https://www.thenativetribe.org">www.thenativetribe.org</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="https://issuu.com">issuu.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="https://documentop.com">documentop.com</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://pesquisa.bvsalud.org">pesquisa.bvsalud.org</a> Fuente de Internet	<1%

*JMF*  
Juan Manuel  
Brenda Fernández

# 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-S

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 14 de agosto del año 2024, siendo las 11:00 horas, el aspirante: Juan Carlos Herrera López, asesorado por Dr. Benjamín Roldán Polo Escobar defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Factores Competitivos y Comercialización del Café en los productores del distrito San Nicolás - Amazonas, 2023, para obtener el Título Profesional de: Economista, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dr. Juan Manuel Buendía Fernández

Secretario: Mtra. Estera Roxana Muñoz Torres

Vocal: Mtro. Víctor Manuel Valdiviezo Sir

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 12:10 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

.....

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS .....	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS .....	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS .....	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS .....	vii
REPORTE TURNITIN .....	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiii
RESUMEN .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
I. INTRODUCCIÓN .....	16
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	20
2.1 Población, Muestra y Muestreo .....	20
2.2 Tipo y Nivel de investigación .....	22
2.3 Método.....	24
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	24
2.5 Procedimientos.....	26
2.6 Análisis de datos .....	26

III. RESULTADOS .....	28
3.1 Diagnóstico de factores competitivos .....	28
3.2 Comportamiento de la comercialización del Café .....	30
3.3 Relación de los factores competitivos y la comercialización.....	32
3.4 Plan de mejora a los productores del distrito de San Nicolás .....	34
IV. DISCUSIÓN .....	41
V. CONCLUSIONES .....	44
VI. RECOMENDACIONES.....	45
ANEXOS .....	49

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Procesamiento de datos .....	33
<b>Tabla 2.</b> Correlación de Rho de Spearman.....	34

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Factores competitivos del café distrito de San Nicolás.....	28
<b>Figura 2.</b> Impacto de los factores competitivos %.....	30
<b>Figura 3.</b> Comportamiento de la comercialización del Café .....	31
<b>Figura 4.</b> Propuesta de alternativas de mejora .....	35

## RESUMEN

El presente estudio abordó los factores competitivos y su impacto en la comercialización del café en los productores del distrito de San Nicolás, Amazonas. La problemática central radicó en la limitada competitividad de los productores locales, lo que restringía su acceso a mercados más lucrativos y exigentes. El objetivo del proyecto fue identificar y analizar los factores que influían en la competitividad del café, así como proponer un plan de mejora para los productores del distrito. Para ello, se empleó un diseño de investigación descriptivo, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una visión integral de la situación. Los resultados del estudio revelaron que la calidad del café, la sostenibilidad, la innovación, el acceso a mercados y las certificaciones eran factores cruciales para la competitividad del café en San Nicolás. Se encontró que los productores que invirtieron en mejorar estos aspectos lograron acceder a mercados más exigentes y obtener mejores precios por su producto. Además, se evidenció que la adopción de prácticas sostenibles y tecnologías avanzadas no solo mejoraba la eficiencia y la calidad del café, sino que también contribuía a la conservación del medio ambiente y a la mejora de la calidad de vida de los productores. En conclusión, el estudio destacó la importancia de integrar la calidad, sostenibilidad, innovación y acceso a mercados en las estrategias de producción y comercialización del café.

**Palabras Claves:** Comercialización, competitividad, factores competitivos,

## **ABSTRACT**

The present study addressed the competitive factors and their impact on coffee commercialization among producers in the district of San Nicolás, Amazonas. The central issue was the limited competitiveness of local producers, which restricted their access to more lucrative and demanding markets. The objective of the project was to identify and analyze the factors influencing coffee competitiveness and propose an improvement plan for the district's producers. To achieve this, a descriptive research design was employed, combining quantitative and qualitative techniques to obtain a comprehensive view of the situation. The study's results revealed that coffee quality, sustainability, innovation, market access, and certifications were crucial factors for coffee competitiveness in San Nicolás. It was found that producers who invested in improving these aspects were able to access more demanding markets and obtain better prices for their product. Additionally, the adoption of sustainable practices and advanced technologies not only improved the efficiency and quality of the coffee but also contributed to environmental conservation and the improvement of the producers' quality of life. In conclusion, the study highlighted the importance of integrating quality, sustainability, innovation, and market access into coffee production and commercialization strategies.

**Keywords:** Commercialization, competitiveness, competitive factors

## I. INTRODUCCIÓN

El Perú se ha consolidado como uno de los principales exportadores de café en el mundo, logrando posicionarse en el top 5 según los últimos reportes de la International Coffee Organization (ICO, 2022). Este logro es reflejo de un arduo trabajo tanto de los agricultores como de las instituciones que apoyan este sector, siendo el café un producto emblemático de la agroexportación peruana. La riqueza de sus diversos microclimas y altitudes favorecen la producción de un café de alta calidad que es apreciado en los mercados internacionales.

La región Amazonas se destaca de manera notable por su significativa aportación a la producción de café en el país. Según un detallado informe del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI, 2017), Amazonas alberga un impresionante 12.5% de la producción nacional de café. Dentro de esta región, la provincia de Rodríguez de Mendoza concentra un 8.3% de la producción nacional. Este porcentaje no solo es significativo, sino que también posiciona a Rodríguez de Mendoza como la 17ma provincia con la mayor extensión de tierras cultivables dedicadas al café en todo el territorio nacional, subrayando su importancia en la industria cafetera del país.

A pesar de su importancia en la producción de café, Amazonas ha enfrentado serios desafíos. Según el informe antes mencionado, Amazonas en los últimos años fue la región con mayores daños en plantaciones de café debido a diversos factores como plagas, enfermedades y condiciones climáticas adversas. Estos desafíos subrayan la necesidad de estudiar los factores competitivos y la comercialización del café en Amazonas para proponer estrategias que mejoren la resiliencia y sostenibilidad de este sector vital.

Amazonas se ha consolidado como el tercer departamento con mayor producción de café en Perú, con una producción total de 53 mil 941 toneladas en 2023 (MINAGRI, 2023). Esto resalta la importancia económica de esta región en el panorama cafetero nacional y justifica un análisis detallado de su cadena de valor y sus mecanismos de comercialización.

Este estudio se enfocará exclusivamente en el distrito de San Nicolás, que forma parte de la provincia de Rodríguez de Mendoza. El cual se presenta con el siguiente problema  
¿Cuál es la relación entre los factores competitivos y las estrategias de comercialización

en los productores de café del distrito de San Nicolás durante el período 2021-2023? Dentro de esta perspectiva este distrito ejemplifica la dinámica y los obstáculos inherentes a la producción de café en la región de Amazonas. El objetivo principal es determinar la relación entre los factores competitivos y las estrategias de comercialización en los productores de café del distrito de San Nicolás durante el período 2021-2023. Para lograr este objetivo, se abordarán los siguientes aspectos: OE1: Realizar un diagnóstico situacional de los factores competitivos del Café en el distrito de San Nicolás. OE2: Analizar el comportamiento de la comercialización del Café en los productores del distrito de San Nicolás en el periodo 2021 – 2023. OE3: Determinar la relación de los factores competitivos y la comercialización en los productores café del distrito de San Nicolás en el periodo 2021 – 2023. OE4: Proponer alternativas de mejora a los productores del distrito de San Nicolás para garantizar la sostenibilidad de los procesos que influyen en la producción y comercialización del café.

Este estudio es crucial no solo para comprender la dinámica actual de la producción de café en el distrito de San Nicolás, sino también para aportar conocimientos que pueden ser extrapolados a otras regiones con características similares. Al entender los factores que limitan o potencian la producción de café en esta área, se podrán diseñar políticas y estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible del sector cafetero en Amazonas y, por extensión, en otras regiones productoras del país.

La relevancia de comprender a fondo la producción y comercialización del café en el distrito de San Nicolás, provincia de Rodríguez de Mendoza, Amazonas, radica en su papel crucial en la economía local y nacional. Este distrito no solo contribuye significativamente a la producción total de café en la región amazónica peruana, sino que también refleja los desafíos y oportunidades que enfrentan los productores en un entorno donde la competencia internacional y los cambios climáticos ejercen una presión constante. En este sentido, el análisis detallado de los factores que influyen en la competitividad y sostenibilidad de la producción de café en San Nicolás no solo proporcionará una comprensión más profunda de los desafíos locales, sino que también ofrecerá una visión interna valiosa para el diseño de estrategias que impulsen el desarrollo económico y social de la región.

La indagación sobre la producción y comercialización del café en el distrito de San Nicolás, provincia de Rodríguez de Mendoza, Amazonas, se enmarca en un contexto de

investigaciones tanto a nivel internacional como nacional que han explorado los factores determinantes y competitivos en esta industria.

A nivel internacional, la investigación de Reuters (2020) evaluó los factores competitivos y su impacto en la comercialización internacional de provisiones orgánicas, destacando la competitividad del café en América Latina. Este estudio reveló que la región ha enfrentado desafíos significativos debido a factores internos y externos. Internamente, problemas como la falta de inversión en tecnología, capacitación, acceso a financiamiento y el impacto del cambio climático han afectado tanto la calidad del café como la productividad de los cultivos. Externamente, las fluctuaciones en los precios internacionales del café y la competencia de grandes productores como Brasil y Vietnam han mermado la rentabilidad y la competitividad de los productores latinoamericanos. Además, la inestabilidad política y social ha disminuido la inversión y la capacidad de expansión y mejora de los productores, mientras que la falta de regulaciones efectivas y la presencia de intermediarios han sido obstáculos adicionales para la competitividad.

En la investigación de Vargas & Castañeda (2019) se exploró la internacionalización del comercio del café y su impacto en los factores competitivos, con un enfoque en Colombia. Este estudio utilizó un enfoque descriptivo, recopilando datos sobre producción, exportación, importación y consumo de café, además de entrevistas y encuestas a actores clave de la industria. Se identificaron factores cruciales como la calidad del café, los costos de producción, el acceso a financiamiento y el conocimiento del mercado, todos los cuales influyen significativamente en la capacidad de los productores para competir en mercados internacionales. La adopción de tecnología avanzada también se destacó como un componente esencial para mejorar la eficiencia y calidad de la producción.

Según Pérez y Villafuerte (2018) en su indagación se analizaron los factores competitivos y estrategias de comercialización del café, enfocándose en la asistencia a agricultores y distribuidores dentro de las cadenas globales de valor en Chiapas, México. Este estudio empleó métodos descriptivos y comparativos, utilizando datos cuantitativos y cualitativos, y resaltó la importancia de la internacionalización para mejorar la capacidad innovadora de los productores. La asistencia técnica, el acceso a financiamiento y la adopción de tecnología avanzada fueron identificados como factores clave para mejorar la competitividad y la calidad de vida de los productores.

A nivel nacional, Alva (2019) en su indagación propuso un procedimiento para optimizar la comercialización del café soluble en Amazonas, identificando dificultades en la producción relacionadas con la gestión de cultivos y el control de plagas. Utilizando un enfoque cualitativo, basado en entrevistas con productores y análisis de casos, su estudio sugirió la implementación de un plan de negocio organizado para abordar estos problemas. Los hallazgos subrayaron la importancia de mejorar la calidad y el sabor del café, así como la necesidad de construir relaciones sólidas con proveedores y consumidores. Concluyó que un enfoque integral, que combine mejoras en la producción con estrategias de marketing efectivas, es esencial para incrementar la competitividad del café soluble en la región de Amazonas.

Por otro lado, Ccoscco et al. (2019) investigaron el impacto de la certificación en la comercialización de la cooperativa de café ecológico Lonya Grande. Este estudio empleó una metodología mixta, combinando encuestas a productores y análisis documental de registros de ventas y certificaciones. Los resultados mostraron que la certificación incrementó significativamente la demanda y mejoró la percepción de los productos entre los consumidores, lo que a su vez potenció la competitividad de la cooperativa y facilitó el acceso a mercados más lucrativos y exigentes. La investigación concluye que la certificación es un factor clave para la sostenibilidad económica y el crecimiento de los productores de café ecológico.

Finalmente, Castañeda (2018) examinó los factores competitivos y determinantes en la exportación de café en Perú entre 1994 y 2018, utilizando un modelo econométrico de regresión lineal. Este estudio analizó variables como los precios internacionales del café, los precios de sustitutos y los ingresos per cápita de los consumidores extranjeros. Los hallazgos indicaron que estos factores son determinantes clave en las exportaciones de café peruano. En particular, se encontró que los precios internacionales del café tienen una influencia significativa y positiva en el volumen de exportaciones, mientras que los precios de sustitutos y los ingresos per cápita de los consumidores extranjeros también juegan un papel crucial. La investigación destaca la importancia de estos factores económicos en la competitividad del café peruano en el mercado global.

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1 Población, Muestra y Muestreo

La población de este estudio incluye a 216 agricultores que se encuentran insertados en la cooperativa Monteverde del distrito de San Nicolás, situado en la provincia de Rodríguez de Mendoza, región de Amazonas, quienes se dedican únicamente al cultivo de café (A A R. Mendoza).

La selección de la muestra para este estudio se centra en un entorno rural específico, donde se priorizó su determinación utilizando un método de selección de productores basado en cálculos proporcionales dentro de una población finita. De esta manera la muestra queda comprendida con 138 productores de café.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N - 1)e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

N = Población

p = Probabilidad de 50%

q= Probabilidad del 50%

Z = confianza de 95%

e = Error 0.05

Reemplazando hallamos:

$$n = \frac{1,96^2 * 0.5 * 0.5 * 216}{1.962 * 0.5 * 0.5 + (216 - 1)0.05^2}$$

$$n = 138.49 = 138$$

### *Discernimientos de elección*

Razones de inclusión

- Productores comprendidos en el ámbito de intervención – San Nicolas
- Productores actualmente activos dentro de la campaña agrícola.
- Productores organizados y que vienen comercializando su café con la cooperativa cafetalera Monteverde.

Criterios de Exclusión:

- Agricultores que no se encuentran en su lugar durante la intervención por enfermedad o algún otro motivo.

### **Muestreo**

Se empleará un método de muestreo no probabilístico por conveniencia para la recolección de datos. Este enfoque implica seleccionar a los participantes de manera conveniente y accesible (Hernández, 2010).

### **Las variables de estudio**

En este contexto son fundamentales para comprender la dinámica y los desafíos en la producción y comercialización del café en el distrito de San Nicolás.

#### **Variable 1: Factores competitivos**

La entidad dedicada a promover la competitividad de un producto específico, como el café, se encuentra ante diversos desafíos y fluctuaciones en el mercado, los cuales son provocados por factores tanto internos como externos. Ante esta situación, el fortalecimiento organizacional se orienta hacia el mantenimiento de una posición competitiva. Esto se logra mediante la inversión en tecnología, la capacitación del personal y la ampliación de la gama de productos ofrecidos, así como a través del desarrollo de colaboraciones tanto en la gestión administrativa como en la interacción con la comunidad. Estas acciones tienen como objetivo mejorar gradualmente tanto los recursos productivos como la estructura organizacional (Flores, 1994).

#### **Dimensiones:**

Las condiciones naturales: se refieren a los factores ambientales y geográficos que afectan la producción agrícola, incluyendo el clima, la calidad del suelo, la disponibilidad de agua y otros recursos naturales (Ray, 1988).

Las condiciones sociales: abarcan los aspectos relacionados con la estructura social, las relaciones comunitarias, el capital social y las normas culturales que influyen en las actividades económicas y productivas (Woolcock, 1988).

Las condiciones económicas: se refieren a los factores que afectan la capacidad económica de los productores, tales como el acceso al crédito, los precios de mercado, la infraestructura económica y las políticas gubernamentales (Porter, 1985)

### **Variable 2: Comercialización de café**

De acuerdo con Araujo (2009), en su estudio sobre la "Comercialización del café", se destaca la relevancia del proceso de venta del café desde diferentes puntos de vista, incluyendo el del productor, el intermediario y el consumidor final. Asimismo, se resalta la importancia crucial de aspectos como la calidad del café, los precios y la competencia en el mercado internacional, a partir de estas consideraciones, se plantea la necesidad de analizar detenidamente las estrategias adoptadas por los productores en el ámbito global (Wintgens, 2012).

#### **Dimensiones:**

Los canales de distribución se refieren a las rutas o caminos a través de los cuales los productos se mueven desde los productores hasta los consumidores finales. Esto incluye intermediarios como mayoristas, minoristas y agentes de ventas (Kotler & Keller, 2016).

El mercado de destino: es el segmento de consumidores o mercados específicos a los cuales una empresa dirige sus productos. En el contexto del café, esto puede incluir mercados locales, nacionales o internacionales con características demográficas y preferencias particulares Cateora & Graham (2007).

Las perspectivas de la rentabilidad: se refieren a las expectativas sobre los beneficios financieros futuros que una empresa espera obtener de la comercialización de sus productos. Esto incluye análisis de costos, ingresos, márgenes de ganancia y factores que pueden afectar la rentabilidad Garrison & Brewer (2012).

### **Operacionalización de variables**

Se puede apreciar en el Anexo 1

### **2.2 Tipo y Nivel de investigación**

El enfoque de investigación adoptado es de naturaleza descriptiva, combinando elementos tanto cuantitativos como cualitativos, lo que se conoce como un enfoque mixto. Este enfoque permite abordar la investigación desde múltiples perspectivas, utilizando tanto datos numéricos como información cualitativa. A partir de esta

combinación, se pretende realizar un análisis detallado de los datos obtenidos de la muestra, empleando tanto técnicas estadísticas descriptivas como inferenciales para procesar la información.

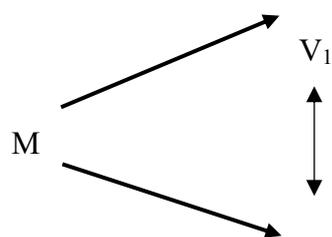
En cuanto a su carácter descriptivo, la investigación se centra en describir el contexto y las características de la agrupación de productores en San Nicolás, provincia de Rodríguez de Mendoza. Esto implica una exploración detallada del entorno en el que operan los productores, así como sus perspectivas y expectativas dentro de dicha población, tal como se presenta en el ámbito de intervención de los productores y las perspectivas anticipadas dentro de esta población, tal como se detalla en este estudio (Ray, 1998).

### **Diseño de la investigación:**

La indagación se presenta bajo un diseño no experimental, transversal, correlacional. En la indagación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Alvarado, 2015). Transversal definida como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población o subconjunto predefinido. La indagación correlacional es un tipo de método de exploración no experimental en el cual un indagador calcula dos variables. Valora la correspondencia estadística entre ellas. Correlacional: caracterización prevista en la correspondencia de las variables previstas (Díaz, 2009). Se planea medir las dos variables analizadas en el estudio y posteriormente se determinará la relación estadística entre ellas. Según Toro (2017), es importante destacar que se trata de un diseño de investigación observacional, lo que implica que se observarán en su entorno natural y se compararán sin intervención.

Figura 1

*Caracterización del diseño correlacional:*



Es decir:

M: Muestra prevista

X: Comunicación organizacional

Y: Gestión del cambio

r: Correlación

**Explicativa:** Se recopila información derivada de la investigación y sus interrelaciones para comprender la estructura y los elementos que influyen en la dinámica de dichos procesos (Sánchez et al., 2018).

### 2.3 Método

El método de investigación propuesto es el **método deductivo**, el cual se caracteriza por un enfoque escalonado y lógico que parte de conceptos y principios generales para llegar a conclusiones concretas y justificadas. Esta metodología, según Sampieri (2010), facilita la integridad analítica de la investigación al establecer una secuencia desde lo general hacia lo particular. En este caso, mediante el diagnóstico resultante, se buscará identificar las habilidades y competencias regionales que contribuyan a mejorar los aspectos de mercadeo de los productores.

Al mismo tiempo, se empleará el **método sintético analítico**, el cual, según Hernández (2010), se caracteriza por utilizar el análisis exhaustivo como medio para alcanzar sus objetivos. En este contexto, se llevará a cabo un diagnóstico a través de una interpretación objetiva, sistemática y realista, con el fin de obtener un resumen que permita una comprensión completa de la situación estudiada.

### 2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

#### Técnicas

El manejo adecuado de las técnicas de indagación se considera fundamental en el proceso de análisis de la organización.

Entre las técnicas relevantes, se destaca **la encuesta**, la cual desempeñará un papel crucial en la recolección de información, ya que permite obtener datos descriptivos específicos para el estudio. Esta técnica implica la utilización de cuestionarios

cerrados bien estructurados, lo que facilitará la recopilación de antecedentes cuantitativos.

Además, se empleó **la técnica documental**, que consiste en la recopilación de información seleccionada de fuentes complementarias importantes, como libros, revistas, folletos y otros materiales relevantes para enriquecer la investigación y asegurar un análisis completo y exhaustivo (Hernández, 2010).

Por último, se utilizó **la observación directa**, la cual se considera una metodología valiosa para mejorar la calidad y eficiencia de la investigación. Esta técnica implica trabajar en el campo y tener interacción directa con la población estudiada, lo que garantizará la obtención de datos confiables y una comprensión más profunda de la situación analizada (Hernández, 2010).

### **Instrumentos**

Se utilizó un **cuestionario** diseñado específicamente para recopilar datos de la muestra seleccionada. Este conjunto de preguntas se ha elaborado con el objetivo de obtener información relevante a partir de las respuestas proporcionadas por la población estudiada, según lo mencionado por Tamayo y Siesquén (2016). Las preguntas están formuladas en un nivel ordinal y se utilizará una escala de Likert para su clasificación.

Además del cuestionario, se empleó una **ficha de registro de datos**, la cual permitirá recopilar información importante directamente en el lugar de estudio y que será relevante para la elaboración del informe final. Asimismo, se utilizarán **fichas bibliográficas** para registrar datos obtenidos de fuentes documentales. Estas técnicas de indagación serán documentadas en los anexos correspondientes.

El propósito de la investigación se centró en realizar un análisis crítico, con la colaboración activa de la agrupación de productores del distrito de San Nicolás. Se empleó materiales y criterios estratégicos para anticipar las expectativas de los productores.

Además de la recopilación de datos, se llevó a cabo reuniones de trabajo con los productores y sus familias para orientarlos en el proceso de comercialización de su

producto. Se aplicarán dinámicas participativas y se brindará capacitación con un enfoque empresarial.

El tratamiento de la información recopilada se realizó a través de un análisis estadístico, que permitirá tanto el análisis descriptivo como inferencial. Se utilizarán herramientas como SPSS V.26, Word y Excel 2010 para este fin. Se aplicará la medida de asociación no paramétrica de Spearman y se presentarán los resultados mediante tablas, figuras y diagramas de dispersión, los cuales serán interpretados detalladamente.

## **2.5 Procedimientos**

El progreso de las actividades estuvo sujeto a una estructuración siguiendo las normativas establecidas por la universidad. Se garantiza que el trabajo se llevará a cabo conforme a estos lineamientos y dentro de los plazos previamente definidos.

Desde la perspectiva de D'Alessio (2008), este enfoque implica la concreción de los mecanismos de intervención a corto plazo y su respectiva asignación de recursos financieros. Además, se establecen políticas para cada actividad en función de un conjunto relevante de información, cuyo desarrollo y planteamiento son esenciales para la toma de decisiones.

## **2.6 Análisis de datos**

La investigación se enmarcó en un enfoque sistemático para asegurar la confiabilidad y validez de los resultados. Se priorizó la confiabilidad mediante la evaluación de tres expertos en el área. Para determinar la fiabilidad del instrumento, se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach, siguiendo las valoraciones estándar:

Excelente:  $\alpha \geq 0.90$       Bueno:  $0.80 \leq \alpha < 0.90$       Aceptable:  $0.70 \leq \alpha < 0.80$   
Deficiente:  $0.60 \leq \alpha < 0.70$       Inaceptable:  $\alpha < 0.60$

El proceso de análisis de datos se desarrolló en varias etapas:

Ámbito de Intervención: inicialmente, se analizó el contexto y ámbito de intervención para establecer un marco claro de la investigación. La validación de los dos instrumentos se llevó a cabo a partir de su evaluación y su respectiva valoración, y su estructura se detalla en los anexos correspondientes.

El proceso de caracterización y observación de la investigación implica el uso de herramientas como Word y Excel. Se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar la confiabilidad de los datos, y se verificó la validez del instrumento mediante la opinión de tres expertos. También se empleó las tablas bidimensionales y la correlación estadística de Rho de Spearman. Para realizar estos análisis, se utilizó el programa SPSS v.26. Una vez obtenidos los resultados, se procedió a elaborar la caracterización de la propuesta.

Recolección y Diligenciamiento de la Información: se procedió al diligenciamiento de la información recolectada mediante encuestas, entrevistas y otros instrumentos de recopilación de datos.

Elaboración de la Base de Datos: los datos recolectados fueron organizados y examinados para crear una base de datos adecuada para el análisis estadístico.

Análisis Estadístico: para el análisis de datos se realizó utilizando el software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 26. Donde: se llevaron a cabo los análisis descriptivos y se presentaron los resultados mediante su análisis según corresponda al análisis requerido acompañados de tablas bidimensionales y figuras. Para evaluar las relaciones entre variables, se empleó el coeficiente de correlación de Spearman, el cual permitió realizar inferencias estadísticas relevantes.

Interpretación y Conclusión: A partir de los resultados obtenidos, se realizaron inferencias estadísticas que permitieron aclarar el análisis y conclusiones fundamentadas.

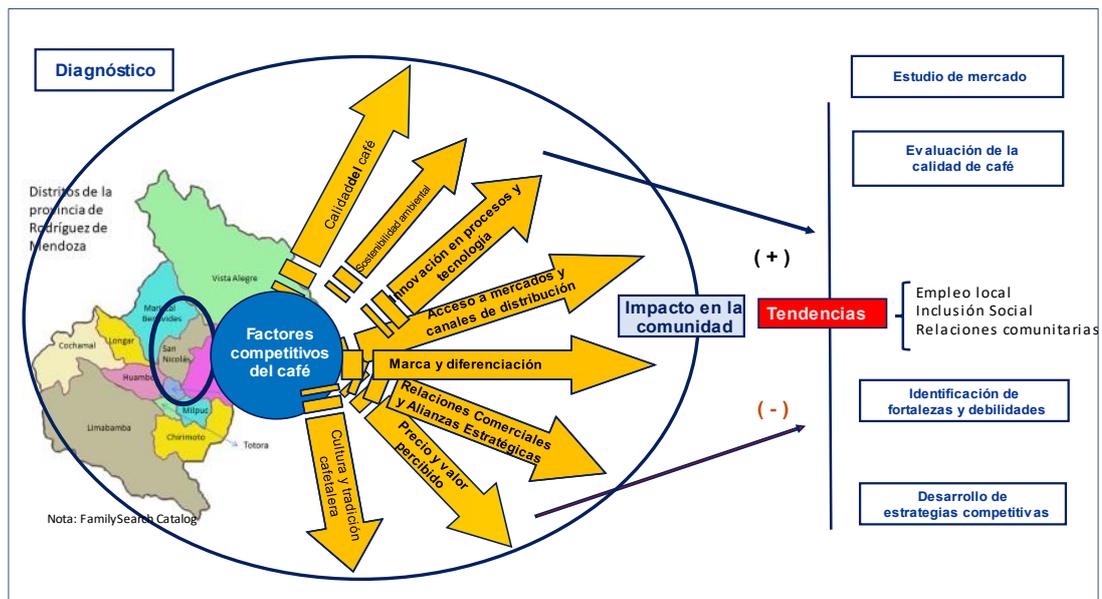
### III. RESULTADOS

#### 3.1 Diagnóstico de factores competitivos

El diagnóstico de los factores competitivos del café en el distrito de San Nicolás revela una estructura compleja que abarca múltiples dimensiones esenciales para el desarrollo y sostenibilidad de la producción cafetalera en la región.

**Figura 1.**

*Factores competitivos del café distrito de San Nicolás*



Nota: Elaboración propia

En el diagnóstico, se destaca la importancia de la calidad del café como un pilar central para mantener la competitividad en el mercado. La calidad se mide a través de atributos como el sabor, aroma y la pureza del grano, los cuales son determinantes para la aceptación del café en mercados tanto locales como internacionales. Una calidad superior puede justificar precios más altos y generar una mayor lealtad del cliente. La sostenibilidad y el cuidado del ambiente también emergen como factores críticos. La producción sostenible no solo satisface las demandas de los consumidores preocupados por el medio ambiente, sino que también asegura la viabilidad a largo plazo de las operaciones cafetaleras al preservar los recursos naturales y minimizar el impacto ecológico.

La innovación en procesos y tecnología es otro componente esencial. La adopción de nuevas tecnologías y métodos innovadores puede incrementar la eficiencia de la

producción, mejorar la calidad del producto y reducir los costos. Esto puede incluir desde técnicas avanzadas de cultivo hasta mejoras en el procesamiento y empaque.

El acceso a mercados y canales de distribución es vital para el crecimiento y sostenibilidad de la producción cafetalera. Establecer una red de distribución robusta y diversificada permite a los productores llegar a un mayor número de consumidores y mercados, tanto locales como internacionales. Este acceso facilita la expansión del mercado y la mitigación de riesgos asociados a la dependencia de un solo mercado.

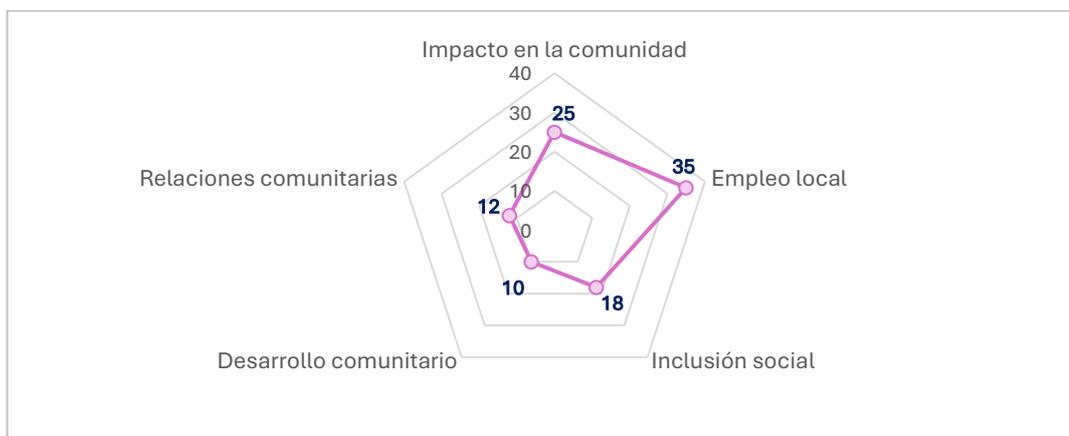
La marca y diferenciación del producto son fundamentales para destacar en un mercado competitivo. Una marca fuerte y bien posicionada puede atraer y retener a consumidores, estableciendo una identidad única para el café de San Nicolás. La diferenciación puede basarse en la calidad, el origen, las prácticas de producción sostenibles, entre otros aspectos.

Las relaciones comerciales y alianzas estratégicas desempeñan un papel crucial en la expansión de oportunidades y recursos. Al establecer vínculos sólidos con otros actores de la cadena de valor, como distribuidores, minoristas y otros productores, los caficultores pueden beneficiarse de sinergias y acceso a nuevos mercados. El precio y valor del café son igualmente importantes. Los productores deben equilibrar un precio competitivo con un valor percibido para asegurar la satisfacción del consumidor y la rentabilidad del negocio. Un precio adecuado que refleje la calidad y las características únicas del café puede influir positivamente en la demanda.

Por último, el cumplimiento de estándares y certificaciones es crucial para acceder a mercados exigentes y mejorar la reputación del café. Certificaciones como Fair Trade, orgánico o de denominación de origen pueden abrir nuevas oportunidades de mercado y proporcionar un sello de garantía para los consumidores.

**Figura 2.**

*Impacto de los factores competitivos %*



Nota: Elaboración a partir del diagnóstico situacional en el distrito.

La Figura 2 muestra el impacto de los factores competitivos en la comunidad de San Nicolás en cinco dimensiones: Empleo Local (35%): La producción de café genera numerosos empleos, reduciendo la emigración y mejorando la estabilidad económica. Inclusión Social (18%): Promueve la igualdad de oportunidades e integra a grupos vulnerables en la cadena productiva. Relaciones Comunitarias (12%): Impacto moderado. La cooperación y participación fortalecen los lazos comunitarios, pero se necesita mayor colaboración. Desarrollo Comunitario (10%): Impacto bajo. Requiere inversiones en infraestructuras, educación y servicios comunitarios. Impacto General (25%): Influencia significativa con margen de mejora. A partir de ello se resalta las siguientes prioridades: Inversiones en Infraestructura y Educación para potenciar el desarrollo comunitario. Fortalecimiento de las Relaciones Comunitarias mediante mayor colaboración y comunicación. Promoción de la Inclusión Social integrando a grupos vulnerables en la cadena productiva del café. Estas acciones pueden maximizar los beneficios de la producción cafetalera, mejorando la calidad de vida en San Nicolás. El diagnóstico revela una estructura compleja donde calidad, sostenibilidad, innovación, acceso a mercados, marca, relaciones comerciales, precio y certificaciones son cruciales. El impacto en la comunidad es significativo en empleo e inclusión social, con oportunidades de mejora en desarrollo y relaciones comunitarias.

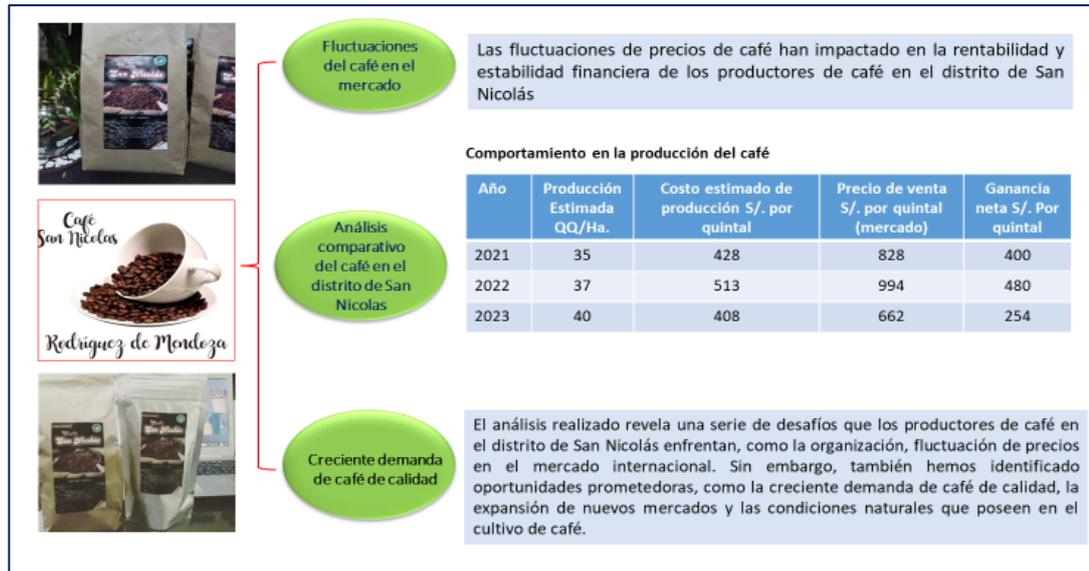
### **3.2 Comportamiento de la comercialización del Café**

El análisis comparativo revela una serie de desafíos que enfrentan los productores de café en el distrito de San Nicolás. Entre estos desafíos se encuentran las fluctuaciones

de precios en el mercado internacional, que han afectado significativamente la rentabilidad y estabilidad financiera de los productores locales. Además, se observan variaciones en los costos de producción y en los precios de venta del café, lo que añade una capa adicional de incertidumbre. Sin embargo, también se han identificado oportunidades prometedoras, como el incremento gradual en la producción y la creciente demanda de café de alta calidad.

**Figura 3.**

*Comportamiento de la comercialización del Café*



Nota: Elaboración a partir del diagnóstico

Las fluctuaciones de los precios del café en el mercado internacional han tenido un impacto significativo en la rentabilidad y estabilidad financiera de los productores. Estas fluctuaciones, reflejadas en las variaciones del precio de venta del café por quintal a lo largo de los años, demuestran la volatilidad del mercado y la vulnerabilidad de los productores locales frente a factores externos. La producción de café en San Nicolás ha mostrado un incremento gradual a lo largo de los años. En 2021, la producción fue de 35 quintales por hectárea, mientras que en 2022 aumentó a 37 quintales por hectárea y en 2023 alcanzó los 40 quintales por hectárea. Este aumento en la producción puede ser atribuido a mejoras en las técnicas de cultivo, condiciones climáticas favorables, o una combinación de ambos factores. Este crecimiento es una señal positiva, ya que demuestra que los productores están adoptando prácticas que optimizan el rendimiento de sus cultivos. En esa misma línea, el costo estimado de producción por quintal ha experimentado variaciones significativas. En 2021, el costo de producción era de S/. 428 por quintal, que

aumentó considerablemente a S/. 513 por quintal en 2022. En 2023, el costo de producción disminuyó a S/. 408 por quintal. Al mismo tiempo, el precio de venta del café también ha mostrado una tendencia fluctuante. En 2021, el precio de venta era de S/. 828 por quintal, alcanzando su punto máximo en 2022 con S/. 994 por quintal. Este aumento en el precio sugiere una alta demanda de café en la oferta global durante ese año. Sin embargo, en 2023, el precio de venta cayó a S/. 662 por quintal.

El aumento en la producción, los costos, la ganancia neta por quintal ha disminuido drásticamente en 2023. Esta reducción en la rentabilidad subraya la importancia de adoptar estrategias sostenibles y diversificadas. Los productores deben enfocarse en mejorar continuamente la calidad del café y buscar formas de agregar valor para mantener precios de venta competitivos y asegurar la viabilidad económica de sus operaciones. Para abordar los desafíos y capitalizar las oportunidades identificadas, es esencial que los productores de café en San Nicolás implementen una serie de estrategias clave. En primer lugar, deben invertir en la mejora continua de la calidad del café. Esto implica adoptar técnicas avanzadas de cultivo y procesamiento, así como estrictos controles de calidad. Al asegurar que el café de San Nicolás mantenga altos estándares, los productores podrán atraer precios más altos en el mercado internacional, compensando así las fluctuaciones de precios. Además, la implementación de prácticas agrícolas sostenibles también es fundamental. Estas prácticas no solo mejoran la calidad del café, sino que también pueden reducir los costos a largo plazo y aumentar la resiliencia ante las fluctuaciones del mercado. La sostenibilidad en la producción no solo se refiere a aspectos ambientales, sino también a la sostenibilidad económica y social, asegurando que las comunidades productoras se beneficien equitativamente.

### **3.3 Relación de los factores competitivos y la comercialización**

La relación entre la comercialización de café y el impacto de los factores competitivos se revela en un análisis detallado de su distribución porcentual. Al examinar cómo varía la comercialización en diferentes niveles de impacto competitivo, emerge un patrón que ilustra cómo estos factores influyen en la industria del café.

**Tabla 1.***Procesamiento de datos*

		Comercialización de café			Total	
		Alto	Regular	Bajo		
<b>Factores competitivos</b>	<b>Bueno</b>	Recuento	14	28	12	54
		% dentro de FC	25.93%	51.85%	22.22%	100.00%
	<b>Regular</b>	Recuento	17	33	14	64
		% dentro de FC	26.56%	51.56%	21.88%	100.00%
	<b>Malo</b>	Recuento	4	9	7	20
		% dentro de FC	20.00%	45.00%	35.00%	100.00%
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>	<b>35</b>	<b>70</b>	<b>33</b>	<b>138</b>	
	<b>% dentro FC</b>	<b>25.36%</b>	<b>50.72%</b>	<b>23.91%</b>	<b>100.00%</b>	

Fuente: Elaboración a partir del diagnóstico situacional.

**Análisis:** La distribución porcentual de la comercialización del café muestra cómo los factores competitivos afectan a los productores. El 23.91% de los productores señala que la comercialización es baja debido a la falta de estrategias de venta. El 50.72% considera que los factores competitivos tienen un impacto regular, principalmente por la falta de publicidad y promoción del café local, a pesar de su calidad. Solo el 25.36% de los productores reporta una comercialización alta, gracias a tener un mercado asegurado. Estos datos destacan la necesidad de fortalecer la promoción y las estrategias de venta para mejorar el impacto económico y social en la comunidad de San Nicolás.

**Hipótesis:**

Ha: Existe una relación significativa entre los factores competitivos y la comercialización del café en los productores del distrito de San Nicolás durante el periodo 2021-2023.

**Tabla 2.***Correlación de Rho de Spearman*

		<b>Factores competitivos</b>	<b>Comercialización de café</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Factores competitivos</b>	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.513*
		N	138
	<b>Comercialización de café</b>	Coefficiente de correlación	0.513*
		Sig. (bilateral)	0.021
		N	138

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración a partir del diagnóstico situación del ámbito en intervención.

Los hallazgos demuestran una relación positiva entre el impacto de los factores competitivos y la comercialización del café en el distrito de San Nicolás. El coeficiente de correlación de Spearman de 0.513 indica una correlación moderada y estadísticamente significativa (p-valor = 0.021) entre estas variables, respaldando la hipótesis alterna. Este resultado subraya la importancia de los factores competitivos, como la calidad del café, la sostenibilidad, la innovación, el acceso a mercados, la marca, las relaciones comerciales, el precio y las certificaciones, en la mejora de la comercialización del café. La comercialización efectiva no solo impulsa el crecimiento económico local, sino que también fortalece la inclusión social al generar más empleos y oportunidades para los productores. Para maximizar estos beneficios, es esencial que se implementen estrategias de venta robustas, así como una promoción adecuada del café local, reconocida por su calidad. Estos esfuerzos contribuirán a un desarrollo comunitario más equitativo y sostenible, beneficiando tanto a los productores como a la comunidad en su conjunto.

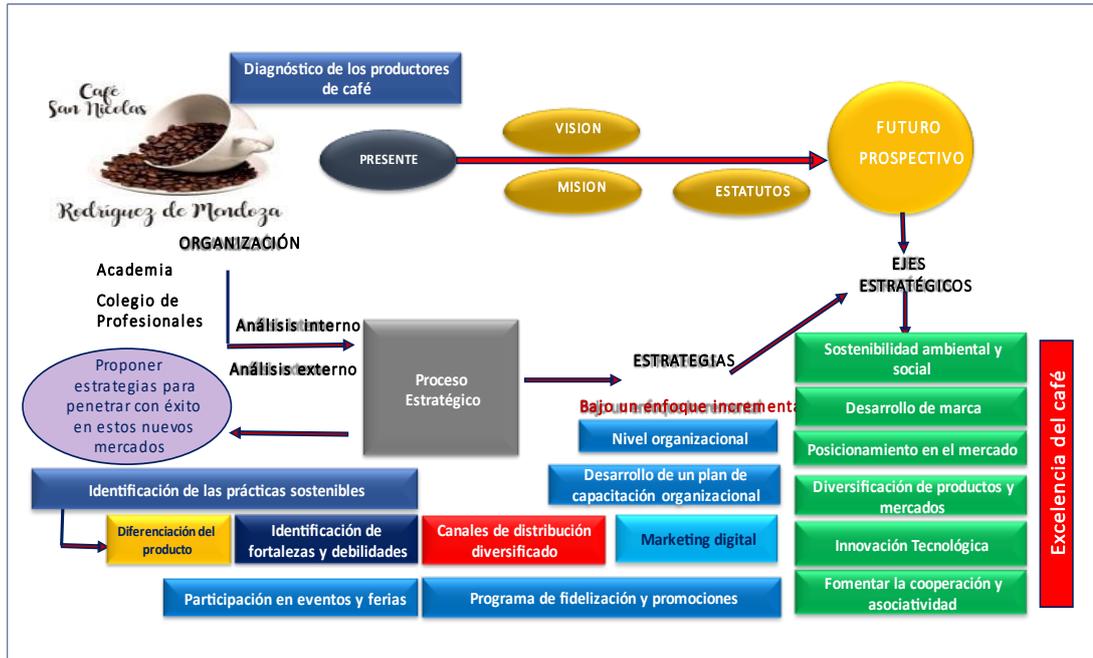
### 3.4 Plan de mejora a los productores del distrito de San Nicolás

Con el objetivo de fortalecer la comercialización de café y optimizar su desempeño en el mercado, se propone un plan integral de mejora. Este plan surge como respuesta a la necesidad de adaptarse a un entorno competitivo en constante evolución y maximizar las oportunidades disponibles en la industria cafetalera.

Este plan no solo busca mejorar la visibilidad, calidad y rentabilidad del café, sino también transformar la vida de los productores locales, promoviendo su inclusión y fortaleciendo el tejido social de la comunidad. Al elevar la posición de los agricultores en el mercado global, se impulsa un desarrollo económico que favorece la equidad y el bienestar colectivo.

**Figura 4.**

*Propuesta de alternativas de mejora*



Fuente: Elaboración propia

### Objetivo general

Proponer mejoras para los agricultores de San Nicolás que aseguren la sostenibilidad en la producción y venta de café, fortaleciendo su competitividad y bienestar comunitario.

### Objetivos Específicos

1. Llevar a cabo una evaluación detallada de las estrategias actuales empleadas en la producción y venta de café en San Nicolás, con el propósito de reconocer sus puntos fuertes y posibles áreas de desarrollo.
2. Investigar y elegir métodos agrícolas y comerciales sustentables que los agricultores locales puedan adoptar para aumentar la eficacia y minimizar el impacto en el medio ambiente.

3. Desarrollar un plan de formación completo dirigido a agricultores que abarque aspectos como prácticas agrícolas sostenibles, gestión eficiente de recursos y estrategias de comercialización efectivas.
4. Promover la integración de tecnologías accesibles y apropiadas para mejorar tanto la producción como la comercialización del café, elevando así su calidad y competitividad en el mercado.
5. Fomentar la creación de asociaciones y cooperativas entre los productores para facilitar la adopción de prácticas sostenibles y ampliar su acceso a mercados más lucrativos.
6. Implementar un sistema de seguimiento y evaluación para valorar el impacto de las iniciativas propuestas, garantizando una mejora constante en la sostenibilidad de los procesos de producción y venta del café.

#### **Fines de la propuesta**

1. Incrementar los ingresos y disminuir la inestabilidad económica de los productores para elevar su calidad de vida.
2. Garantizar la preservación de recursos naturales y la protección de la biodiversidad mediante técnicas agrícolas sostenibles.
3. Potenciar la competitividad y sostenibilidad del café de San Nicolás mediante la introducción de innovación, tecnología y la apertura a mercados más extensos.

#### **Caracterización de la propuesta**

El presente trabajo de investigación propone un plan estratégico integral para fortalecer la comercialización del café en el distrito de San Nicolás. Con un enfoque innovador, este plan busca no solo optimizar la presencia del café en los mercados, sino también transformar la realidad de los productores locales, generando un impacto duradero en la comunidad.

#### **Cronograma de Principales Actividades**

Para organizar las principales acciones del plan de mejora para la comercialización del café, es esencial establecer un cronograma que detalle las actividades clave, los tiempos estimados y los responsables de cada una.

Actividad	Responsable	Duración	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización
Diagnóstico de la situación actual de la comercialización del café	Equipo de Investigación	1 mes	Julio 2024	Agosto 2024
Elaboración del plan de marketing y promoción	Consultores en marketing	2 meses	Agosto 2024	Setiembre 2024
Capacitación de productores en calidad del café y sostenibilidad	Expertos en agricultura y sostenibilidad	3 meses	Setiembre 2024	Noviembre 2024
Implementación de canales de comercialización directa (online/offline)	Equipo de comercialización	3 meses	Enero 2025	Marzo 2025
Creación de alianzas con mercados locales e internacionales	Coordinadores de ventas internacionales	3 meses	Febrero 2025	Abril 2025
Evaluación de resultados iniciales	Equipo de evaluación Área de comercialización del Municipio	2 mes	Agosto 2025	Setiembre 2025

### Posible Financiamiento de Implementación:

Para el financiamiento del plan de mejora, se puede considerar diversas fuentes, tanto locales como internacionales. A continuación, se sugiere algunas fuentes y opciones que se podría coordinar y gestionar a partir de la propuesta:

- **Gobierno local o regional:** Fondos destinados a proyectos de desarrollo agrícola y sostenibilidad.
- **Programas internacionales de cooperación:** Organizaciones como el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)** o el **Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)**, que apoyan iniciativas de desarrollo rural y sostenibilidad.
- **Cooperativas Cafetaleras:** Fondos propios de cooperativas que vienen funcionando en el distrito de San Nicolas, que podrían destinar una parte de sus ingresos al financiamiento del plan.
- **Créditos Agrícolas:** Acceso a microcréditos o financiamiento agrícola para pequeños productores de café.
- **Empresas privadas o donaciones:** Compañías involucradas en la cadena de valor del café, interesadas en proyectos de responsabilidad social empresarial (RSE).

<b>Concepto</b>	<b>Monto Estimado S/.</b>	<b>Fuente de Financiamiento</b>
Capacitación de productores	15,000	Programa de Cooperación Internacional
Plan de marketing y promoción	10,000	Gobierno Local / Fondos Regionales
Implementación de infraestructura tecnológica	8,000	Créditos Agrícolas / Cooperativas cafetaleras
Evaluación y monitoreo del proyecto	5,000	Fondos propios de las Cooperativas cafetaleras
Gastos operativos generales	7,000	Donaciones de Empresas Privadas

### **Responsables del Plan:**

Es fundamental asignar responsabilidades claras para garantizar que cada actividad se ejecute correctamente. Aquí te propone algunos roles que podrían ser designados para la implementación y seguimiento del plan:

- **Coordinador General del Proyecto:** Será el encargado de supervisar y gestionar todas las actividades del proyecto, asegurando que los plazos se cumplan y que los recursos se asignen eficientemente.
- **Consultores en Marketing:** Especialistas en promoción y ventas que diseñarán las estrategias para mejorar la visibilidad del café en el mercado.
- **Expertos en Calidad del Café:** Profesionales encargados de capacitar a los productores en temas de calidad, sostenibilidad, y buenas prácticas agrícolas.
- **Equipo de Comercialización y Alianzas:** Responsables de establecer contactos y alianzas con mercados locales e internacionales, además de gestionar los nuevos canales de comercialización.
- **Equipo de Evaluación y Monitoreo:** Serán los encargados de medir los resultados, evaluar el progreso del plan y sugerir mejoras continuas.

### **Caracterización de la puesta en marcha del plan:**

Al integrar un cronograma detallado de actividades, una estrategia de financiamiento clara y la designación de responsables específicos, la propuesta de tesis no solo tendrá

una estructura organizada, sino que también garantizará la viabilidad de su implementación.

### **Fortalecimiento de la Comercialización del Café**

El café del distrito de San Nicolás tiene un potencial significativo para destacarse en el mercado global, pero enfrenta desafíos en términos de visibilidad y rentabilidad. Este plan de mejora se centra en superar estas barreras mediante la implementación de estrategias de comercialización que realcen la calidad y la singularidad del café local. Se busca introducir prácticas de diferenciación, incluyendo el posicionamiento de la marca, certificaciones de calidad, y el aprovechamiento de canales de distribución innovadores. Estas acciones permitirán que el café de este distrito compita eficazmente en mercados nacionales e internacionales, aumentando su valor percibido y, consecuentemente, su precio en el mercado.

### **Factores Competitivos Clave**

El plan identifica y potencia los factores competitivos esenciales para el éxito del café del distrito de San Nicolás. Entre ellos se destacan la calidad del grano, la sostenibilidad en la producción, y la narrativa de origen que conecta a los consumidores con la historia y el esfuerzo de los productores locales. Se desarrollarán alianzas estratégicas con empresas de exportación, cooperativas y plataformas de comercio justo, asegurando que los productos lleguen a los mercados adecuados y que los beneficios se distribuyan equitativamente entre los productores.

### **Impacto Social y Desarrollo Comunitario**

Este plan no se limita a los aspectos comerciales; integra un profundo compromiso con el desarrollo social. Al enfocar las mejoras en la comercialización del café, se promueve la inclusión de los productores más vulnerables, mejorando sus condiciones de vida y fortaleciendo la cohesión social. La iniciativa busca empoderar a los agricultores, proporcionándoles herramientas y conocimientos para que puedan negociar mejor sus productos, acceder a créditos y participar activamente en el mercado global. Al mejorar la posición económica de los productores, se impulsa un ciclo virtuoso de desarrollo comunitario, donde la prosperidad se traduce en mayor inversión en educación, salud y bienestar general, beneficiando a toda la comunidad de San Nicolás.

### **Perspectiva de inserción en el mercado**

El plan de mejora propuesto representa una oportunidad única para transformar el sector cafetalero en el distrito de San Nicolás. No solo se busca aumentar la competitividad y rentabilidad del café, sino también generar un impacto social positivo y sostenible. Al elevar el perfil del café local en el mercado global, se favorece el bienestar colectivo y se sientan las bases para un desarrollo equitativo y duradero.

#### **IV. DISCUSIÓN**

El diagnóstico de los factores competitivos del café en el distrito de San Nicolás revela una estructura compleja e interconectada que abarca múltiples dimensiones esenciales para el desarrollo y sostenibilidad de la producción cafetalera en la región. En el diagnóstico, se destaca la importancia de la calidad del café como un pilar central para mantener la competitividad en el mercado. Esta observación es consistente con la investigación de Vargas & Castañeda (2019), quienes también identificaron la calidad del café como un factor crucial para la competitividad en Colombia. Ambos estudios resaltan que atributos como el sabor, aroma y la pureza del grano son determinantes para la aceptación del café en mercados tanto locales como internacionales, y una calidad superior puede justificar precios más altos y generar una mayor lealtad del cliente.

La sostenibilidad y el cuidado del ambiente emergen como factores críticos en el diagnóstico. La producción sostenible no solo satisface las demandas de los consumidores preocupados por el medio ambiente, sino que también asegura la viabilidad a largo plazo de las operaciones cafetaleras al preservar los recursos naturales y minimizar el impacto ecológico. Esto se alinea con la investigación de Pérez y Villafuerte (2018), que también subraya la importancia de la sostenibilidad y asistencia técnica para mejorar la competitividad del café en Chiapas, México. Ambas investigaciones coinciden en que las prácticas sostenibles son fundamentales para mejorar la calidad del café y la calidad de vida de los productores.

La innovación en procesos y tecnología es otro componente esencial identificado en el diagnóstico. La adopción de nuevas tecnologías y métodos innovadores puede incrementar la eficiencia de la producción, mejorar la calidad del producto y reducir los costos. Esta observación está en consonancia con la investigación de Reuters (2020), que evaluó los desafíos y oportunidades para los productores de café en América Latina. Reuters identificó la falta de inversión en tecnología como un obstáculo significativo para la competitividad, y ambos estudios destacan la necesidad de adoptar tecnologías avanzadas para superar estas barreras y mejorar la eficiencia.

El acceso a mercados y canales de distribución es vital para el crecimiento y sostenibilidad de la producción cafetalera. Establecer una red de distribución robusta y diversificada permite a los productores llegar a un mayor número de consumidores y

mercados, tanto locales como internacionales. Esta conclusión es similar a la de Alva (2019), quien sugirió la implementación de un plan de negocio organizado para optimizar la comercialización del café en Amazonas. Ambos estudios reconocen la importancia de una distribución efectiva para mitigar riesgos asociados a la dependencia de un solo mercado y maximizar el alcance del producto.

El análisis comparativo del comportamiento de la comercialización del café en el distrito de San Nicolás revela una serie de desafíos y oportunidades. Las fluctuaciones de precios en el mercado internacional han afectado significativamente la rentabilidad y estabilidad financiera de los productores locales, un problema reflejado en la investigación de Reuters (2020), que también observó que las fluctuaciones en los precios internacionales del café y la competencia de grandes productores han mermado la rentabilidad de los productores latinoamericanos.

El incremento gradual en la producción de café en San Nicolás es un hallazgo positivo. Este aumento puede atribuirse a mejoras en las técnicas de cultivo y condiciones climáticas favorables, lo cual está en línea con la investigación de Castañeda (2018), que identificó los precios internacionales del café y las mejoras en las técnicas de cultivo como factores determinantes en la producción cafetalera en Perú. Ambas investigaciones sugieren que los esfuerzos por mejorar las prácticas agrícolas y adoptar nuevas tecnologías pueden conducir a un aumento en la producción y una mayor competitividad.

Sin embargo, el costo estimado de producción por quintal ha experimentado variaciones significativas, lo que añade una capa adicional de incertidumbre para los productores. Estas fluctuaciones en los costos y precios de venta subrayan la importancia de adoptar estrategias sostenibles y diversificadas para mantener la viabilidad económica de las operaciones. Esta observación es consistente con la investigación de Pérez y Villafuerte (2018), que también resaltaron la necesidad de asistencia técnica y acceso a financiamiento para estabilizar y mejorar la competitividad.

La relación entre la comercialización de café y el impacto de los factores competitivos se revela en un análisis detallado de su distribución porcentual. La investigación muestra que existe una relación positiva entre el impacto de los factores competitivos y la comercialización de café. Esta hipótesis se ve respaldada por el coeficiente de correlación

de Spearman de 0.513, el cual indica una correlación moderada y estadísticamente significativa entre estas variables.

Esta correlación es comparable con los hallazgos de la investigación de Ccoscco et al. (2019), que concluyó que la certificación puede mejorar la demanda y percepción de los productos, influyendo positivamente en la competitividad y acceso a nuevos mercados. Ambos estudios sugieren que la implementación de factores competitivos, como la certificación y la adopción de nuevas tecnologías, puede tener un impacto directo y positivo en la comercialización y la capacidad de los productores para competir en mercados internacionales.

El diagnóstico de factores competitivos del café en San Nicolás y su impacto en la comercialización revelan una interconexión compleja y multifacética. Los factores como la calidad del café, sostenibilidad, innovación, acceso a mercados, y certificaciones juegan roles cruciales en la competitividad del producto y su comercialización. Los estudios de antecedentes corroboran estos hallazgos y destacan la necesidad de una adopción continua de prácticas sostenibles y tecnologías avanzadas para mejorar la calidad y eficiencia de la producción cafetalera.

## V. CONCLUSIONES

Respecto al OE1, el diagnóstico de factores competitivos reveló una serie de elementos clave que influyen en la competitividad del café producido en San Nicolás. Destacando su calidad, la sostenibilidad, la innovación, el acceso a mercados y las certificaciones. Se identificó que la calidad del café es un aspecto fundamental que determina su aceptación en el mercado y, por ende, su éxito comercial. Además, la implementación de prácticas sostenibles y la adopción de tecnologías innovadoras son cruciales para mejorar la eficiencia y la calidad de la producción cafetalera. Estos hallazgos son consistentes con estudios que subrayan la importancia en la competitividad del café.

Respecto al OE2, se observó que el comportamiento de la comercialización del café está estrechamente vinculado con los factores competitivos. Los productores que implementaron estrategias de certificación y adoptaron nuevas tecnologías lograron mejorar la demanda y la percepción de sus productos en el mercado, lo cual tuvo un impacto positivo en su capacidad para acceder a nuevos mercados y aumentar su competitividad. Este comportamiento fue corroborado por la investigación, que mostró una correlación significativa entre los factores competitivos y comercialización del café.

En el análisis respecto al OE3 sobre la relación entre los factores competitivos y la comercialización del café confirmó la existencia de una interconexión compleja, moderada y significativa indicando que los factores competitivos no solo influyen directamente en la comercialización, sino que también interactúan entre sí de maneras que pueden ampliar sus efectos, pudiendo mejorar conjuntamente la percepción del producto y su aceptación en el mercado.

Finalmente, se elaboró un plan de mejora para los productores del distrito de San Nicolás. El cual precisa la adopción de prácticas sostenibles, la inversión en tecnologías innovadoras y la obtención de certificaciones que puedan mejorar la calidad y competitividad del café. También la necesidad de fortalecer las capacidades organizativas y comerciales mediante programas de capacitación y acceso a financiamiento destinada a mejorar la eficiencia de la producción y comercialización del café, asegurando así la sostenibilidad y el crecimiento económico de los productores locales.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Es fundamental que los productores continúen invirtiendo en prácticas agrícolas que mejoren la calidad del café. Esto incluye la adopción de técnicas de cultivo sostenibles, el uso de variedades de café resistentes y de alta calidad, y la implementación de procesos de postcosecha eficientes.

Es crucial que los productores adopten prácticas agrícolas que minimicen el impacto ambiental y promuevan la conservación de los recursos naturales. Además, deben buscar la certificación en estándares de sostenibilidad reconocidos internacionalmente. La sostenibilidad debe ser el eje central en las estrategias de producción de café, asegurando no solo la viabilidad económica a largo plazo, sino también la protección del medio ambiente y el bienestar de las comunidades productoras.

Se recomienda invertir en nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y competitividad en la producción de café. Esto incluye sistemas de riego eficientes, maquinaria moderna para cosecha y procesamiento, y plataformas digitales para venta y promoción.

Los productores deben explorar nuevas oportunidades de mercado diversificando los canales de distribución, estableciendo alianzas estratégicas con compradores internacionales y participando en ferias comerciales. Buscar nichos de mercado que valoren la calidad y sostenibilidad del café fortalecerá la comunidad productora. Además, obtener certificaciones que avalen la calidad y sostenibilidad del producto mejorará la percepción del café en el mercado, abriendo puertas a mercados más exigentes y lucrativos y promoviendo el desarrollo social y económico de las comunidades productoras.

Es esencial que los productores reciban capacitación continua en temas relacionados con la producción, comercialización y gestión empresarial. Además, se recomienda el fortalecimiento de las organizaciones de productores para mejorar la colaboración y el intercambio de conocimientos y recursos.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Agraria Rodríguez de Mendoza (2023). Registro de información de la base de datos de los productores de café de las diferentes asociaciones y organizaciones.
- Alva, J. (2019). Propuesta de plan de negocio para la comercialización de café soluble “Ocscho –Cashapampa” del Distrito de Camporredondo, Región Amazonas. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38787/Alva\\_RJ.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38787/Alva_RJ.pdf?sequence=1)
- Alvarado, G . (2015). Factores que determinan la informalidad de Micro, Pequeña y Medianas Empresas, Sector de comercialización de prendas de vestir. Distrito de Belén, Provincia de Maynas. Iquitos - Perú.
- Araujo, Carlos A. (2009). La Comercialización del café.
- Castañeda, R. (2018). Factores determinantes de la exportación de café en el Perú; período 1994 -2018. Universidad Nacional de Trujillo- Tesis de Pregrado.
- Cateora, P. R. & Graham, J. L. (2007). International Marketing (13th Edition). Editorial: McGraw-Hill/Irwin.
- Ccoscco, S., Vivanco, L y Zúñiga, A (2019). El rol de los sellos de certificación en los procesos productivos, comercial y organizacional de las cooperativas cafetaleras [Tesis de Licenciatura, Pontifica Universidad Católica del Perú]. [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13134/COSCCO\\_VENTOCILLA\\_VIVANCO\\_GARC%C3%8DA\\_ZU%C3%91IGA\\_ASTUDILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13134/COSCCO_VENTOCILLA_VIVANCO_GARC%C3%8DA_ZU%C3%91IGA_ASTUDILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- D’Alessio. (2008). El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia. Pearson Educación de México S.A. De C.V.
- Díaz. (2009). *Introducción a la metodología de investigación científica*.
- Flores, F. (1994). Creando organizaciones para el futuro. Santiago: Dolmen.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2012). Managerial Accounting (14th Edition). Editorial: McGraw-Hill Education.

- Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. [http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/134/Arce\\_Malvas\\_tesis\\_mest r%C3%ADa\\_2014.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/134/Arce_Malvas_tesis_mest r%C3%ADa_2014.pdf?sequence=1)
- International Coffee Organization – ICO (2022). Exports of all forms of coffee by exporting countries to all destinations January 2022. <https://ico.org/prices/m1-exports.pdf>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Edition). Editorial: Pearson
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego – MIDAGRI (2017). Línea de base del Sector Café en el Perú. <https://www.midagri.gob.pe/portal/download/2017/pncafe/sector-cafe-peru.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego – MIDAGRI (2023). Nota técnica de coyuntura económica agraria N.º 014-2023-MIDAGRI: Producción y exportación de café convencional y orgánico en el Perú. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4922461/N.%C2%B0014%7C%20Producci%C3%B3n%20y%20exportaci%C3%B3n%20de%20caf%C3%A9%20convencional%20y%20org%C3%A1nico%20en%20el%20Per%C3%BA.pdf?v=1690851294>
- Pérez, E. y Villafuerte, D. (2018). Efectos del mercado desregulado sobre los campesinos productores de café de Los Altos de Chiapas: el caso de UCIPA. México, *Limina R* [online], 16(1), 134-149. <https://doi.org/10.29043/liminar.v16i1.569>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
- Ray, D. (1998). *Development Economics*. Princeton University Press. Editorial: *Princeton University Press*
- Reuters. (2020). Un enfoque del comportamiento del café en Brasil y Latinoamérica. <https://lta.reuters.com/article/businessNews/idLTAKBN1EF1KS-OUSLB;lta.Reuters.com>
- Sampiere, R. (2010). Metodología de la Investigación. (pág. 509). México: McGraw Hill.

- Sánchez, H. H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Bussiness Support Aneth S.R.L.
- Tamayo, C., y Siesquén, I. (2016). Técnicas de recolección de datos. Tesis de posgrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Áncash, Perú. <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educación/23.pd>.
- Toro. (2017). *Enfoque de la metodología científica*.
- Vargas, A. y Castañeda, D. C. (2019). Efecto de las cooperativas exportadoras de café en el crecimiento de la economía solidaria en Colombia. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 130, 213-234. <https://doi.org/10.5209/REVE.62810>
- Wintgens, J. N. (2012). *Coffee: Growing, Processing, Sustainable Production*. Wiley-VCH.
- Woolcock, M. (1988). *Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework*. Editorial: Theory and Society.

## ANEXOS

### Anexo A1

#### Operacionalización de variable

Variable	Definición	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento
<b>Factores competitivos</b>	Los factores competitivos son elementos que afectan la capacidad de una empresa para competir eficazmente en el mercado. Estos factores incluyen las estrategias de la empresa, sus recursos, capacidades, y el entorno en el que opera, incluyendo la estructura de la industria y las acciones de los competidores (Porter, 1985).	Dentro de la perspectiva de su evaluación se tiene tres dimensiones a evaluar que permitirán evaluar su comportamiento de sus factores competitivos. Método: Encuesta con escala Likert de 5 puntos, dirigida a familias productoras de café en San Nicolás, para medir percepciones y prácticas en cada dimensión.	<b>Calidad y Condiciones naturales</b>	Zonas ideales para producir cafés	Cuestionario  Escala de Likert: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Aspectos climáticos	
				Calidad de suelos	
				Altitud, calidad de taza	
			<b>Condiciones sociales</b>	Tecnología en la producción de café -Producción de café -Vías de comunicación, calidad de vida	
			<b>Condiciones Económicas</b>	<b>Desempeño económico</b> - Crecimiento económico - Proyectos de inversión	
Mercado laboral - Demanda de mano de obra - Rendimiento - Mejora del valor del jornal					
<b>Comercialización del café</b>	La comercialización de café se refiere al conjunto de actividades y procesos involucrados en el movimiento del café desde su producción hasta el consumo final. Esto incluye la	El comportamiento de su evaluación esta referida a la evaluación de sus tres dimensiones, la que permitirá detallar los diversos aspectos de la comercialización del café, desde las prácticas agrícolas hasta las estrategias	<b>Canales de distribución</b>	- Promedio de venta directa	Cuestionario  Escala de Likert: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				- Venta a través de asociación	
				- Venta a centro de acopio	
			<b>Mercado de destino</b>	- Participación en ferias, expo ferias - Estrategias de ventas mercado interno, externo	

	<p>promoción, distribución, venta y entrega del café a los consumidores Wintgens (2012)</p>	<p>de mercado que aseguran que el producto llegue a los consumidores de manera eficiente y efectiva. Método: Encuesta con escala Likert de 5 puntos, dirigida a familias productoras de café en San Nicolás, para medir las prácticas y percepciones en cada dimensión.</p>	<p><b>Perspectivas de la rentabilidad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visión de mercado en rentabilidad, estrategias comerciales.</li> <li>- Promoción de un café</li> <li>- Interés en la optimización, crecimiento sostenible</li> </ul>	
--	---	---	---	---	--

**Anexo A2:**

**Cuestionario - Factores competitivos en los productores de café, distrito San Nicolas -Amazonas, 2023**

**Escala de medición**

Sr(a) trabajador(a), con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto al P Factores competitivos en los productores de café, distrito San Nicolas, para lo cual solicito su colaboración, respondiendo todas las preguntas. Los resultados nos permitirán proponer sugerencias para mejorar la Comercialización en los productores de café distrito San Nicolas -Amazonas.  
 Marque con una (X) la alternativa que considera pertinente en cada caso.

**Escala Valorativa**

5	4	3	2	1
Excelente	Bueno	Aceptable	Deficiente	Inaceptable

	<b>Calidad y condiciones naturales</b>	1	2	3	4	5
1	Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones de los terrenos son ideales para una producción de la caficultura					
2	Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones climáticas son apropiadas para la producción de la caficultura					
3	Ud. como productor de café puede indicar que la calidad de los suelos es apropiada para una buena producción en la caficultura					
4	Ud. como productor de café puede indicar que la altitud de los terrenos es ideal para una buena producción en la caficultura					
5	Ud. como productor de café puede indicar que con todas las condiciones antes mencionadas se puede esperar una buena calidad en taza					
	<b>Tecnología y asociatividad</b>					
6	Usted como productor cómo valora la tecnológica de producción de café					
7	Usted como productor de café considera que el estado de las vías de comunicación son las apropiadas					

8	En los últimos años Usted cree que ha mejorado la calidad de vida de los caficultores					
9	Cuál es su apreciación sobre la asociatividad de los caficultores en la zona					
10	Usted como productor de café considera que la producción de café es óptima según sus expectativas.					
	<b>Condiciones económicas</b>					
11	La producción de las últimas campañas le ha permitido tener un crecimiento económico					
12	En el último año se ha insertado en algún proyecto de inversión					
13	Usted como productor de café cree que la calidad del café en la zona es un factor clave en la comercialización					
14	Usted como productor de café cree que ha mejorado la demanda del mercado internacional					
15	Usted como productor de café, estima que si hubiera un mejor apoyo por parte del estado permitiría una mejora de la comercialización del café					

### Anexo A3

#### Comercialización en los productores de café distrito San Nicolas -Amazonas, 2023

Sr(a) trabajador(a), con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto al P Factores competitivos en los productores de café, distrito San Nicolas, para lo cual solicito su colaboración, respondiendo todas las preguntas. Los resultados nos permitirán proponer sugerencias para mejorar la Comercialización en los productores de café distrito San Nicolas -Amazonas.

Marque con una (X) la alternativa que considera pertinente en cada caso.

#### Escala Valorativa

5	4	3	2	1
Excelente	Bueno	Aceptable	Deficiente	Inaceptable

	<b>Canales de distribución</b>	1	2	3	4	5
1	Ud. como productor de café participa directamente con la venta de café a terceros					
2	Usted como productor participa en alguna asociación					
3	A usted como productor de café le interesa ser parte de una asociación de cafetaleros para así unir alianzas estratégicas para su respectiva distribución					
4	La venta de su café lo realiza a algún centro de acopio					
5	Tiene Usted algún convenio con alguna institución para realizar la venta de su café					
	<b>Mercado destino</b>					
6	Considera alguna estrategia de venta para la comercialización de su café					
7	Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan dentro de la provincia de Rodríguez de Mendoza					
8	Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan fuera de la provincia de Rodríguez de Mendoza					
9	Su producción de café está dirigido a algún intermediario-acopiador					

10	Su producción de café está dirigido a la venta de la cooperativa con expectativa de conseguir un mejor precio en el mercado					
	<b>Perspectivas de la rentabilidad</b>					
11	Considera usted que la rentabilidad del negocio de café tiene bien claro los objetivos de inserción en el mercado					
12	Usted como productor de café considera que las estrategias comerciales están alineadas con el logro de una rentabilidad sostenible en el largo plazo.					
13	Usted como productor de café puede indicar que las inversiones realizadas en publicidad y promoción del café se traducen en un aumento en la rentabilidad del negocio.					
14	Usted como productor se enfoca en optimizar los costos y mejorar la rentabilidad del cultivo y procesamiento del café					
15	Usted como productor de café ha experimentado un crecimiento sostenible en términos de rentabilidad en los últimos años.					

**Anexo A4**  
**Confiabilidad de los instrumentos**  
**Factores competitivos en los productores de café**

<b>Casos</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Nro. preguntas prueba piloto</b>
Validos	15	100	
Excluidos (*)	0	0.0	
Total	15	100	16

(\*) La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadística de fiabilidad**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Nro. De elementos</b>
<b>0.965</b>	<b>15</b>

**Estadística del total de elementos**

	<b>Preguntas</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Alfa de Cronbach si se elimina el elemento</b>
Item1	<b>1</b>		0.963
Item2	<b>2</b>		0.962
Item3	<b>3</b>	Calidad y condiciones	0.965
Item4	<b>4</b>		0.963
Item5	<b>5</b>	naturales	0.959

Item9	6		0.961
Item10	7		0.961
Item11	8	Tecnología y asociatividad	0.962
Item12	9		0.959
Item14	10		0.965
Item15	11		0.965
Item6	12		0.964
Item16	13		0.961
Item17	14		0.961
Item18	15		0.959

Condiciones Económicas

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	16	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	16	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
58.38	112.117	10.589	15

alfa1.sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

16: ITEM1 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	15

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM1	54,60	103,114	,782	,967
ITEM2	54,07	100,781	,832	,966
ITEM3	54,33	109,238	,718	,968
ITEM4	54,27	107,352	,763	,967
ITEM5	54,00	99,714	,930	,964
ITEM6	54,13	105,267	,882	,965
ITEM7	54,00	100,143	,836	,966
ITEM8	54,07	100,781	,832	,966
ITEM9	54,00	99,714	,930	,964
ITEM10	54,33	109,238	,718	,968
ITEM11	54,40	103,971	,682	,969
ITEM12	54,60	107,400	,684	,968
ITEM13	54,13	105,267	,882	,965
ITEM14	54,00	100,143	,836	,966
ITEM15	54,00	99,714	,930	,964

Visible: 37 de 37 variables

Unicode: ON

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON H: 84, W: 1097 pt

Accesibilidad: es necesario investigar

Alfa-Cronbach.xlsx - Excel

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

Calibri 11 Ajustar texto General

Portapapeles Fuente Alineación Número Formato condicional

A2 V1D1 Condiciones Naturales

Factores competitivos																	
V1D1 Condiciones Naturales					V1D2 Condiciones Sociales					V1D3 Condiciones Económicas							
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	TV1D1Condiciones Naturales	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	TV1D2Condiciones Sociales	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	TV1D3Condiciones Económicas
4	5	4	4	5	22	4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	5	22
5	3	3	3	3	16	3	4	3	4	3	17	2	3	3	4	4	16
6	2	2	3	2	12	3	2	2	2	3	12	3	3	3	2	2	13
7	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18
8	3	4	4	4	19	4	5	4	4	4	21	4	3	4	5	4	20
9	4	4	4	5	21	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25
10	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	21	3	3	4	4	4	18
11	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24
12	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	3	4	3	4	18
13	4	4	3	4	19	3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	4	17
14	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
15	5	4	3	4	5	21	4	5	4	5	3	21	3	4	4	5	21
16	2	2	3	3	12	3	2	2	2	3	12	3	3	3	2	2	13
17	3	4	4	4	19	4	5	4	4	4	21	4	3	4	5	4	20
18	3	5	4	3	4	19	4	4	5	4	21	3	3	4	4	4	18
19	5	4	3	4	5	21	4	5	4	5	3	21	3	4	4	5	21

Alfa Hoja3 AlfaV1 alfa v2 Hoja1

Accesibilidad: es necesario investigar

## Anexo A5

### Confiabilidad de los Instrumentos

#### Cuestionario: Comercialización en los productores de café

Casos	N	%	Nro. Preguntas prueba piloto
Validos	15	100	
Excluidos (*)	0	0.0	
Total	15	100	16

(\*) La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nro. De elementos
0.954	15

#### Estadística del total de elementos

	Preguntas	Dimensiones	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Item1	1		0.951
Item2	2		0.950
Item3	3	Canales de distribución	0.949
Item4	4		0.950
Item5	5		0.948
Item6	6		0.949
Item7	7		0.954
Item8	8	Mercado destino	0.951
Item9	9		0.949
Item10	10		0.950
Item11	11		0.952
Item12	12		0.956
Item13	13	Perspectivas de la Rentabilidad	0.950
Item14	14		0.954
Ítem 15	15		0.954

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	16	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	16	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de escala

Media	Varianza	Dev. Desviación	N de elementos
-------	----------	-----------------	----------------

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON | H. 99, W. 339 pt | 05:29 20/06/2023

Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos
	,968	15

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM1	54,60	103,114	,782	,967
ITEM2	54,07	100,781	,832	,966
ITEM3	54,33	109,238	,718	,968
ITEM4	54,27	107,352	,763	,967
ITEM5	54,00	99,714	,930	,964
ITEM6	54,13	105,267	,882	,965
ITEM7	54,00	100,143	,836	,966
ITEM8	54,07	100,781	,832	,966
ITEM9	54,00	99,714	,930	,964
ITEM10	54,33	109,238	,718	,968
ITEM11	54,40	103,971	,682	,969
ITEM12	54,60	107,400	,684	,968
ITEM13	54,13	105,267	,882	,965
ITEM14	54,00	100,143	,836	,966
ITEM15	54,00	99,714	,930	,964

Alfa-Cronbach.xlsx - Excel | Benjamin Polo

Comercialización en los productores de café

Comercialización en los productores de café																
V2D1 Canales de distribución					V2D2 Mercado destino					V2D3 Rentabilidad						
ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	ITEM20	ITEM21	ITEM22	ITEM23	ITEM24	ITEM25	ITEM26	ITEM27	ITEM28	ITEM29	ITEM30	ITEM31	ITEM32
3	5	4	4	3	19	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	5
3	3	3	4	3	16	3	2	3	3	3	14	3	4	4	2	4
2	2	3	2	2	11	2	3	3	3	2	13	3	3	2	3	3
3	4	4	4	3	18	3	4	3	4	4	18	3	3	4	4	3
4	3	4	5	3	19	4	4	3	4	3	18	3	3	5	4	4
4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	4	22	3	3	5	4	3
3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	3	16	3	4	4	3	3
4	5	5	5	4	23	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	4
2	2	4	3	3	14	4	4	3	4	2	17	3	3	3	4	3
3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3
4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
3	3	4	5	4	19	5	3	4	4	3	19	4	4	5	3	5
2	2	3	2	2	11	2	3	3	3	2	13	3	3	2	3	3
4	3	4	5	3	19	4	4	3	4	3	18	3	3	5	4	4
3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	3	16	3	4	4	3	3
3	3	4	5	4	19	5	3	4	4	3	19	4	4	5	3	5

**Anexo 6:**  
**Validación por juicio de expertos**

**FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS ( )**  
**TÍTULO: FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO**  
**SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023**

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADO		RELACION ENTRE EL INDICADO R, Y EL ÍTEM		RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)				
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Factores competitivos en los productores de café	Calidad y condiciones naturales	Estrategias de calidad	Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones de los terrenos son ideales para una producción de la caficultura	x		x		x		x				
			Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones climáticas son apropiadas para la producción de la caficultura											
			Ud. como productor de café puede indicar que la calidad de los suelos es apropiada para una buena producción en la caficultura											
			Ud. como productor de café puede indicar que la actitud de los terrenos es ideal para una buena producción en la caficultura	x		x		x		x				
			Ud. como productor de café puede indicar que con todas las condiciones antes mencionadas se puede esperar una buena calidad en taza	x		x		x		x				
	Tecnología y asociatividad	Trascendencia de la tecnología	Usted como productor cómo valora la tecnológica de producción de café	x		x		x		x				
			Usted como productor de café considera que el estado de las vías de comunicación son las apropiadas	x		x		x		x				
			En los últimos años Usted cree que ha mejorado la calidad de vida de los caficultores	x		x		x		x				
			Cuál es su apreciación sobre la asociatividad de los caficultores en la zona	x		x		x		x				
	Condiciones económicas	Condiciones económicas	Usted como productor de café considera que la producción de café es óptima según sus expectativas.	x		x		x		x				
			La producción de las últimas campañas le ha permitido tener un crecimiento económico	x		x		x		x				
			En el último año se ha insertado en algún proyecto de inversión											
			Usted como productor de café cree que la calidad del café en la zona es un factor clave en la comercialización	x		x		x		x				
			Usted como productor de café cree que ha mejorado la demanda del mercado internacional	x		x		x		x				
			Usted como productor de café, estima que si hubiera un mejor apoyo por parte del estado permitiría una mejora de la comercialización del café	x		x		x		x				

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash*

  
EXPERTO EVALUADOR

**FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS (.)**

**TÍTULO: FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023**

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)					
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
Comercialización en los productores de café	Canales de distribución	Comportamiento de los canales de distribución	Ud. como productor de café participa directamente con la venta de café a terceros	x		x		x		x					
			Usted como productor participa en alguna asociación												
			A usted como productor de café le interesa ser parte de una asociación de cafetaleros para así unir alianzas estratégicas para su respectiva distribución												
			La venta de su café lo realiza a algún centro de acopio	x		x		x		x					
			Tiene Usted algún convenio con alguna institución para realizar la venta de su café	x		x		x		x					
	Mercado destino	Comportamiento del mercado externo	Considera alguna estrategia de venta para la comercialización de su café	x		x		x		x					
			Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan dentro de la provincia de Rodríguez de Mendoza												
			Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan fuera de la provincia de Rodríguez de Mendoza												
			Su producción de café está dirigido a algún intermediario-acopiador	x		x		x		x					
			Su producción de café está dirigido a la venta de la cooperativa con expectativa de conseguir un mejor precio en el mercado	x		x		x		x					
	Perspectivas de la rentabilidad del negocio	Perspectivas de la rentabilidad del negocio	Considera usted que la rentabilidad del negocio de café tiene bien claro los objetivos de inserción en el mercado	x		x		x		x					
			Usted como productor de café considera que las estrategias comerciales están alineadas con el logro de una rentabilidad sostenible en el largo plazo.												
			Usted como productor de café puede indicar que las inversiones realizadas en publicidad y promoción del café se traducen en un aumento en la rentabilidad del negocio.												
			Usted como productor se enfoca en optimizar los costos y mejorar la rentabilidad del cultivo y procesamiento del café	x		x		x		x					
			Usted como productor de café ha experimentado un crecimiento sostenible en términos de rentabilidad en los últimos años.	x		x		x		x					

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash*

Firma del experto:

  
**EXPERTO EVALUADOR**

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO

### 2. SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO

### 3. SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023TESISTAS:

- Alum.: Jean Carlos Herrera López

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chachapoyas, 20 de diciembre de 2023



---

Firma / DNI: 41420781  
Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash  
EXPERTO

**FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS (.)**  
**TÍTULO: FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO**  
**SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023**

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES	
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Factores competitivos en los productores de café	Calidad y condiciones natural	Estrategias de calidad	Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones de los terrenos son ideales para una producción de la cañafutura	x		x		x		x			
			Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones climáticas son apropiadas para la producción de la cañafutura										
			Ud. como productor de café puede indicar que la calidad de los suelos es apropiada para una buena producción en la cañafutura										
			Ud. como productor de café puede indicar que la altitud de los terrenos es ideal para una buena producción en la cañafutura	x		x		x		x			
			Ud. como productor de café puede indicar que con todas las condiciones antes mencionadas se puede esperar una buena calidad en taza	x		x		x		x			
	Tecnología y asociatividad	Trascendencia de la tecnología	Usted como productor cómo valora la tecnológica de producción de café	x		x		x		x			
			Usted como productor de café considera que el estado de las vías de comunicación son las apropiadas	x		x		x		x			
			En los últimos años Usted cree que ha mejorado la calidad de vida de los cañafuteros	x		x		x		x			
			Cuál es su apreciación sobre la asociatividad de los cañafuteros en la zona	x		x		x		x			
			Usted como productor de café considera que la producción de café es óptima según sus expectativas.	x		x		x		x			
	Condiciones económicas	Condiciones económicas	La producción de las últimas campañas le ha permitido tener un crecimiento económico	x		x		x		x			
			En el último año se ha insertado en algún proyecto de inversión										
			Usted como productor de café cree que la calidad del café en la zona es un factor clave en la comercialización	x		x		x		x			
			Usted como productor de café cree que ha mejorado la demanda del mercado internacional	x		x		x		x			
			Usted como productor de café, estima que si hubiera un mejor apoyo por parte del estado permitiría una mejora de la comercialización del café	x		x		x		x			

Grado y Nombre del Experto: *Dr. Rosas Carranza Guevara*

  
 EXPERTO EVALUADOR

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS ( )

TÍTULO: FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO  
SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES	
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Comercialización en los productores de café	Canales de distribución	Comportamiento de los canales de distribución	Ud. como productor de café participa directamente con la venta de café a terceros	x		x		x		x			
			Usted como productor participa en alguna asociación										
			A usted como productor de café le interesa ser parte de una asociación de cafetaleros para así unir alianzas estratégicas para su respectiva distribución										
			La venta de su café lo realiza a algún centro de acopio	x		x		x		x			
			Tiene Usted algún convenio con alguna institución para realizar la venta de su café	x		x		x		x			
	Mercado destino	Comportamiento del mercado externo	Considera alguna estrategia de venta para la comercialización de su café	x		x		x		x			
			Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan dentro de la provincia de Rodríguez de Mendoza										
			Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan fuera de la provincia de Rodríguez de Mendoza										
			Su producción de café está dirigido a algún intermediario-acopiador	x		x		x		x			
			Su producción de café está dirigido a la venta de la cooperativa con expectativa de conseguir un mejor precio en el mercado	x		x		x		x			
	Perspectivas de la rentabilidad del negocio	Perspectivas de la rentabilidad del negocio	Considera usted que la rentabilidad del negocio de café tiene bien claro los objetivos de inserción en el mercado	x		x		x		x			
			Usted como productor de café considera que las estrategias comerciales están alineadas con el logro de una rentabilidad sostenible en el largo plazo.										
			Usted como productor de café puede indicar que las inversiones realizadas en publicidad y promoción del café se traducen en un aumento en la rentabilidad del negocio.										
			Usted como productor se enfoca en optimizar los costos y mejorar la rentabilidad del cultivo y procesamiento del café	x		x		x		x			
			Usted como productor de café ha experimentado un crecimiento sostenible en términos de rentabilidad en los últimos años.	x		x		x		x			

Grado y Nombre del Experto: Dr. Rosas Carranza Guevara

EXPERTO EVALUADOR

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023

### 3. TESISISTAS:

- Alum.: Jean Carlos Herrera López

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chachapoyas, 18 de diciembre de 2023



---

*Firma / DNI: 33432189*  
*Dr. Rosas Carranza Guevara*  
**EXPERTO**

**FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS (.)**  
**TÍTULO: FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO**  
**SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023**

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)				
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Factores competitivos en los productores de café	Calidad y condiciones natural	Estrategias de calidad	Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones de los terrenos son ideales para una producción de la cañicultura	x		x		x		x				
			Ud. como productor de café puede indicar que las condiciones climáticas son apropiadas para la producción de la cañicultura											
			Ud. como productor de café puede indicar que la calidad de los suelos es apropiada para una buena producción en la cañicultura											
			Ud. como productor de café puede indicar que la altitud de los terrenos es ideal para una buena producción en la cañicultura	x		x		x		x				
			Ud. como productor de café puede indicar que con todas las condiciones antes mencionadas se puede esperar una buena calidad en taza	x		x		x		x				
	Tecnología y asociatividad	Trascendencia de la tecnología	Usted como productor cómo valora la tecnológica de producción de café	x		x		x		x				
			Usted como productor de café considera que el estado de las vías de comunicación son las apropiadas	x		x		x		x				
			En los últimos años Usted cree que ha mejorado la calidad de vida de los cañicultores	x		x		x		x				
			Cuál es su apreciación sobre la asociatividad de los cañicultores en la zona	x		x		x		x				
			Usted como productor de café considera que la producción de café es óptima según sus expectativas.	x		x		x		x				
	Condiciones económicas	Condiciones económicas	La producción de las últimas campañas le ha permitido tener un crecimiento económico	x		x		x		x				
			En el último año se ha insertado en algún proyecto de inversión											
			Usted como productor de café cree que la calidad del café en la zona es un factor clave en la comercialización	x		x		x		x				
			Usted como productor de café cree que ha mejorado la demanda del mercado internacional	x		x		x		x				
			Usted como productor de café, estima que si hubiera un mejor apoyo por parte del estado permitiría una mejora de la comercialización del café	x		x		x		x				

Grado y Nombre del Experto: *Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar*

**EXPERTO EVALUADOR**

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS (,)

TÍTULO: FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES				
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM			RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO			SI	NO	
Comercialización en los productores de café	Canales de distribución	Comportamiento de los canales de distribución	Ud. como productor de café participa directamente con la venta de café a terceros	x		x		x		x				
			Usted como productor participa en alguna asociación											
			A usted como productor de café le interesa ser parte de una asociación de cafetaleros para así unir alianzas estratégicas para su respectiva distribución											
			La venta de su café lo realiza a algún centro de acopio	x		x		x		x				
			Tiene Usted algún convenio con alguna institución para realizar la venta de su café	x		x		x		x				
	Mercado destino	Comportamiento del mercado externo	Considera alguna estrategia de venta para la comercialización de su café	x		x		x		x				
			Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan dentro de la provincia de Rodriguez de Mendoza											
			Usted participa o ha participado en ferias o expo ferias que se realizan fuera de la provincia de Rodriguez de Mendoza											
			Su producción de café está dirigido a algún intermediario-acopiador	x		x		x		x				
			Su producción de café está dirigido a la venta de la cooperativa con expectativa de conseguir un mejor precio en el mercado	x		x		x		x				
	Perspectivas de la rentabilidad	Perspectivas de la rentabilidad del negocio	Considera usted que la rentabilidad del negocio de café tiene bien claro los objetivos de inserción en el mercado	x		x		x		x				
			Usted como productor de café considera que las estrategias comerciales están alineadas con el logro de una rentabilidad sostenible en el largo plazo.											
			Usted como productor de café puede indicar que las inversiones realizadas en publicidad y promoción del café se traducen en un aumento en la rentabilidad del negocio.											
			Usted como productor se enfoca en optimizar los costos y mejorar la rentabilidad del cultivo y procesamiento del café	x		x		x		x				
			Usted como productor de café ha experimentado un crecimiento sostenible en términos de rentabilidad en los últimos años.	x		x		x		x				

Grado y Nombre del Experto: Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

EXPERTO EVALUADOR

---

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

FACTORES COMPETITIVOS Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO SAN NICOLAS -AMAZONAS, 2023

### 3. TESISISTAS:

- Alum.: Jean Carlos Herrera López

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chachapoyas, 12 de enero de 2024



---

Firma / DNI: 33958820  
Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar  
FVDEDTQ

## Anexo 7

### Coeficientes correlación Rho de Spearman (r) para toma de decisiones

Intervalo de la Variación, puede variar entre -1 a +1

---

De -0.91 a -1	Correlación muy alta
De -0.71 a -0.90	Correlación alta
De -0.41 a -0.70	Correlación moderada
De -0.21 a -0.40	Correlación baja
De 0 a -0.20	Correlación prácticamente nula
De 0 a 0.20	Correlación prácticamente nula
De +0.21 a 0.40	Correlación baja
De +0.41 a 0.70	Correlación moderada
De +0.71 a 0.90	Correlación alta
De +0.91 a 1	Correlación

---

Nota: caracterización fundamentada del libro de Lincoln