

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ, DEL  
DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, 2022.**

**PRESENTADO POR:**

**Br. DÁVILA DÍAZ, Yuleisi**

**Br. JULCAPOMA VARGAS, Mayra Jhudit**

**Asesor:**

**Mg. Antero Manuel Zelada Chávarry**

**Cajamarca – Perú**

**Setiembre 2023**

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ, DEL  
DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, 2022.**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el Título  
Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

**PRESENTADO POR:**

**Br. DÁVILA DÍAZ, Yuleisi**

**Br. JULCAPOMA VARGAS, Mayra Jhudit**

**Asesor:**

**Mg. Antero Manuel Zelada Chavarry**

**Cajamarca – Perú**

**Setiembre 2023**

COPYRIGHT © 2023 by  
YULEISI DÁVILA DÍAZ.  
MAYRA JHUDIT JULCAPOMA VARGAS  
Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y  
ADMINISTRATIVAS**

**APROBACIÓN DE LICENCIATURA**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ, DEL  
DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, 2022.**

Presidente: \_\_\_\_\_

Secretario: \_\_\_\_\_

Vocal: \_\_\_\_\_

Asesor: \_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

A:

El presente trabajo va dedicado con aprecio infinito a mis queridos padres por todo el inmenso apoyo brindado durante mi formación profesional, quienes día a día me han formado en valores y guiado para ser una persona de bien, capaz de sobreponerme a cualquier obstáculo de la vida. (Yuleisi).

El presente trabajo lo dedico con profunda gratitud a Dios, mis padres y hermanos, quienes me brindaron su apoyo incondicional hasta la culminación del mismo haciéndose realidad una de mis metas. (Mayra).

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, dar infinitas gracias a Dios por la vida y por permitirme llegar hasta donde estoy y, en segundo lugar, a mis padres por su apoyo incondicional en todo momento, para que de esa manera pueda culminar mis estudios con éxito y seguir hacia el cumplimiento de mis metas, también a todos los profesores por brindarme sus conocimientos, apoyo y consejos a lo largo de toda mi carrera profesional. (Yuleisi)

En primer lugar, agradecer a Dios por darme la vida, salud y el regalo más grande mis padres, quienes durante todo este tiempo cada instante me han apoyado con sus consejos para salir adelante siempre guiándome y siguiendo de la mano de Dios para cumplir mis objetivos profesionales, a la vez mis hermanos quienes ellos han estado conmigo en cada momento, brindándome todo su apoyo y conocimiento para lograr una de mis metas. (Mayra).

## TABLA DE CONTENIDOS

|                                                             |                                      |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| DEDICATORIA.....                                            | 5                                    |
| AGRADECIMIENTO.....                                         | 6                                    |
| TABLA DE CONTENIDOS.....                                    | 7                                    |
| LISTA DE TABLA.....                                         | 9                                    |
| LISTA DE FIGURAS.....                                       | 9                                    |
| RESUMEN .....                                               | 10                                   |
| CAPITULO I.....                                             | 12                                   |
| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....                              | 12                                   |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                         | 12                                   |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....                          | 13                                   |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....                        | 14                                   |
| 1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....                     | 15                                   |
| CAPÍTULO II.....                                            | 16                                   |
| MARCO TEÓRICO.....                                          | 16                                   |
| 2.1 Antecedentes de la investigación.....                   | 16                                   |
| 2.2 Bases Teóricas.....                                     | 23                                   |
| 2.3 Definición de términos básicos .....                    | 34                                   |
| 2.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....                     | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| CAPÍTULO III.....                                           | 37                                   |
| MÉTODOLÓGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....                       | 37                                   |
| 3.1 Área de investigación, población y muestra.....         | 37                                   |
| 3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación.....              | 38                                   |
| 3.3 Método de investigación. ....                           | 39                                   |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de investigación .....          | 40                                   |
| 3.5 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos..... | 40                                   |
| 3.6. Interpretación de datos .....                          | 41                                   |
| CAPÍTULO IV .....                                           | 42                                   |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....                                 | 42                                   |
| 4.1. Producción de café .....                               | 42                                   |
| 4.2. Exportaciones de café .....                            | 46                                   |

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1. Exportaciones de café en Valor FOB .....                     | 47 |
| 4.2.2. Exportaciones de café en toneladas (Tn) .....                | 48 |
| 4.3. Factores en la producción, gestión y exportación de café ..... | 50 |
| 4.3.2.1. Planificación .....                                        | 53 |
| 4.4. Discusión de resultados .....                                  | 70 |
| CAPITULO V .....                                                    | 75 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....                                | 75 |
| 5.1 CONCLUSIONES .....                                              | 75 |
| 5.2 RECOMENDACIONES .....                                           | 78 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....                                    | 80 |
| ANEXOS.....                                                         | 82 |



## LISTA DE TABLA

|                                                                                                   |                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Tabla 1. Principales países importadores de café.....                                             | 30                                   |
| Tabla 2. Principales exportadores de café.....                                                    | 31                                   |
| Tabla 3. Relación de exportadores de café peruano.....                                            | 32                                   |
| Tabla 4. Principales mercados.....                                                                | 33                                   |
| Tabla 5. Producción nacional en sacos por departamentos.....                                      | 33                                   |
| Tabla 6 Producción regional de café pergamino en Toneladas (Tn).....                              | 44                                   |
| Tabla 7 Exportación de café (Valor FOB).....                                                      | 47                                   |
| Tabla 8 Exportación de café en toneladas.....                                                     | 49                                   |
| Tabla 9 Temperatura promedio anual Cajamarca 2010-2021.....                                       | 51                                   |
| Tabla 10 Precipitación total anual Cajamarca 2010-2021.....                                       | 52                                   |
| Tabla 11 Humedad relativa promedio anual Cajamarca 2010-2021.....                                 | 52                                   |
| Tabla 12 Evaluación de proceso de planificación en organizaciones exportadoras de café. 54        |                                      |
| Tabla 13 Análisis de control en las organizaciones cafetaleras.....                               | 57                                   |
| Tabla 14 Análisis del clima organizacional en las organizaciones cafetaleras.....                 | 58                                   |
| Tabla 15 Análisis del aspecto comercial en organizaciones cafetaleras.....                        | 61                                   |
| Tabla 16 Análisis del aspecto financiero en organizaciones cafetaleras.....                       | 64                                   |
| Tabla 17 Análisis de los factores de comercio exterior.....                                       | 69                                   |
| Tabla 18. Ingresos obtenidos están dentro de lo previsto, empresa cafetalera durante el 2020..... | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 Perú: Área cosechada de café en hectáreas (Ha) de terreno.....                    | 42 |
| Figura 2 Producción nacional de café en miles de Toneladas (Tn).....                       | 43 |
| Figura 3 Producción de café pergamino en Toneladas según región potencial.....             | 45 |
| Figura 4 Contribución de las regiones a la producción nacional de café.....                | 46 |
| Figura 5 Exportaciones de café peruano en valor FOB (2010-2021).....                       | 48 |
| Figura 6 Exportaciones de café peruano en toneladas métricas (2010-2021).....              | 50 |
| Figura 7 Evaluación de proceso de planificación en organizaciones exportadoras de café. 54 |    |
| Figura 8 Análisis de control en las organizaciones cafetaleras.....                        | 57 |
| Figura 9 Análisis del clima organizacional en las organizaciones cafetaleras.....          | 59 |
| Figura 10 Análisis del aspecto comercial en organizaciones cafetaleras.....                | 62 |
| Figura 11 Análisis del aspecto financiero en organizaciones cafetaleras.....               | 65 |
| Figura 12 Análisis de los factores de comercio exterior.....                               | 70 |

## RESUMEN

La presente investigación de los estudiantes de administración y negocios internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, es una tesis con la finalidad de conocer los factores en la exportación de café en el departamento de Cajamarca, puesto que, con el paso del tiempo el Perú es el cuarto país exportador de café a nivel mundial. Tiene como objetivo principal determinar los factores en la exportación de café. El tipo de investigación es aplicada – no experimental – descriptiva y transversal, se tomó como muestra a 196 productores de café, del sector el Huito, Jaén 2022. La técnica utilizada para la presente investigación es la encuesta y como instrumento el cuestionario para recopilar la información necesaria. La principal conclusión es que, los factores en la exportación de café son factores naturales, factores de gestión y factores de comercio exterior.

**Palabras clave:** Exportación, competencia, calidad, precio, inversiones, operaciones internacionales.

## **ABSTRACT**

The present investigation of the students of administration and international business of the Private University Antonio Guillermo Urrelo, it is a thesis with the purpose of knowing the factors in the export of coffee in the department of Cajamarca, since, with the passage of time, Peru is the fourth coffee exporting country worldwide. Its main objective is to determine the factors in the export of coffee. The type of research is applied - non-experimental - descriptive and cross-sectional, all coffee companies in the Huito sector, Jaén 2022 were taken as a sample. The technique used for this research is the survey and the questionnaire as an instrument to collect the necessary information, aimed at employees of coffee companies in the Huito sector, Jaén. The main conclusion is that the factors in the export of coffee, which are natural factors, management factors and foreign trade factors.

**Keywords:** Export, competition, quality, price, investment, international operations.

# CAPITULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel global el café es uno de los productos que más se exporta en la actualidad, dicho producto actualmente es un commodity cuenta con múltiples beneficios y sabor agradable; debido a esto el número de consumidores sigue aumentando con una tasa anual del 2.2%. Dentro de los principales productores de café se encuentran Brasil, Vietnam y Colombia; teniendo como principales importadores de café a Estados Unidos, Alemania e Italia, dichos países consumen productos benéficos debido que su población prefiere cuidar mucho su salud.

En el Perú las exportaciones son el motor del crecimiento, ayudan a mejorar niveles de vida de la sociedad: es por ello que; durante el 2018 el Perú se ubicó en el tercer lugar entre los países de mayor crecimiento de oferta exportable en el mundo y siendo el primero en la región por encima de países como Colombia, Brasil y México con un incremento en sus exportaciones del 22% durante el 2017. El café es un producto que ayuda mucho al crecimiento del PBI nacional, dicho producto es reconocido como uno de los mejores productos a nivel mundial.

De acuerdo a (Gestión, 2020) informó que, a pesar de los problemas generados por el coronavirus en el mundo, las agro exportaciones peruanas sumaron en el mes de enero sus ventas por USS 75 millones, es decir, hubo un aumento de 1.5% en comparación con el mismo mes del 2019 de USS 763 millones. Por otro lado, Minagri reveló que dentro de los diez principales envíos de destinos están Estados Unidos, Holanda, Hong Kong,

España, China, Colombia, México, Ecuador, Corea del Sur y Canadá, estos países ayudaron llegar a un 82% del valor FOB exportado.

Mientras tanto, en la región de Cajamarca las exportaciones no están en su mejor auge por lo que se requiere que el gobierno regional de un cambio radical para mejorar las exportaciones. De acuerdo a ello determinaremos los factores que influyen en la exportación de café de la región y de esta manera poder conocer ciertos puntos para un mejor desarrollo en las exportaciones en un futuro; asimismo aumentar el empleo, la productividad, el desarrollo y la competitividad en mercados internacionales.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son los factores en la exportación de café, del departamento de Cajamarca 2022?

### **Problemas Específicos:**

- ¿Qué características presentan los factores naturales en la exportación de café, del departamento de Cajamarca?
- ¿Qué características presentan los factores de gestión en las organizaciones en la exportación de café, del departamento de Cajamarca?
- ¿Qué características presentan los factores de comercio exterior en la exportación de café, del departamento de Cajamarca?

## **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

### **Justificación teórica**

La presente investigación se realizará con el propósito de conocer los factores existentes que intervienen en la exportación de productos agrícolas (café), dado que, en los últimos años ha sido un producto muy comercializado a nivel mundial basándose en estudios que demuestran los beneficios (mejora aspectos de la función cerebral, ayuda a quemar grasas, mejora el rendimiento físico, previniendo enfermedades) y/o inclinación de un estilo de vida saludable optado por la sociedad actual.

### **Justificación práctica**

El desarrollo de la presente investigación relacionado a determinar los factores en la exportación de café, puesto que, en los últimos años ha tenido un incremento de las exportaciones los diferentes mercados del mundo, cuyos principales destinos son la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá, gracias a la relación político – comercial existentes con nuestro país; al igual que la producción agrícola en estudio va en aumento, por ello, es necesario y fundamental el análisis de los factores para una eficiente comercialización que genera un impacto favorable en las exportaciones.

### **Justificación metodológica**

La presente investigación basándose en determinar los factores en la exportación de café, se evaluará teniendo en cuenta un enfoque mixto de las variables, para obtener resultados de naturaleza cuantitativa y cualitativa; de esta

manera poder ser utilizados en otros trabajos de investigación en otros tipos de productos de exportación.

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar los factores en la exportación de café, del departamento de Cajamarca 2022.

### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

- Identificar las características que presentan los factores naturales en la exportación de café, del departamento de Cajamarca.
- Determinar las características que presentan los factores de gestión en las organizaciones de productores en la exportación de café, del departamento de Cajamarca.
- Estudiar las características que presentan los factores de comercio exterior en la exportación de café, del departamento de Cajamarca.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.2.1 Antecedentes internacionales:**

Para (Carmona, 2019) en su trabajo de investigación “Logística Internacional de la Exportación de Café Colombiano a Alemania”, el presente trabajo se centra en determinar la logística internacional de la exportación de café colombiano a Alemania, desde su origen hasta su destino en puerto final. Por consiguiente, el desarrollo de esta investigación se inició con entrevistas a caficultores, sobre la forma en que se exporta, ya sea tostado o verde, el tipo de empaque y la cantidad de kilos en cada empaque, como se transporta, por donde se transporta, que cuidados hay que tener en cuenta para la exportación, toda la parte logística necesaria desde el origen hasta la puesta en puerto internacional, en este caso, Alemania. Como resultado se logró determinar la logística internacional para exportación de café colombiano a Alemania. Sobre todo, dando como rango de costos para que el caficultor pueda tener una idea de lo que puede costar el transporte nacional e internacional, teniendo en cuenta documentos necesarios, tiempos, modos y formas de embalaje y más importantes aún los cuidados necesarios para el café y sus propiedades.

Según (Alcaráz, V.; Hernández, A. , 2018) en su trabajo de investigación “Factores Competitivos para la Exportación de Café a Estados Unidos Caso: Xicotepec, Puebla, México”, la presente investigación tuvo por objetivo identificar las



variables competitivas que influyen en la exportación de café de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU. la metodología utilizada para determinar la incidencia de la calidad, producción laboral y el precio en el proceso de exportación consistió en la aplicación de un cuestionario para la recolección de la información. Para el procedimiento y análisis de los datos se utilizó la escala de tipo Likert, así como los programas Excel y SPSS. Los resultados determinan que la calidad es una de las principales variables competitivas que influyen positivamente en la exportación de café de Xicotepec al mercado de Estados Unidos. Se finaliza la investigación con una propuesta para los productos del municipio con el propósito de impulsar las exportaciones de café al mercado de EE.UU. y al mismo tiempo eliminar el intermediarismo.

Según investigaciones del ámbito internacional los factores son determinantes claves y a la vez de mucha influencia en la producción y exportación de café.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales:**

Los factores influyentes en las exportaciones son de tipo interno y externo que afectan al desarrollo exportador de las pequeñas y medianas empresas (PYMES); es por ello; que se han realizado múltiples estudios para determinar dichos factores.

Para (Toribio, O. & Vasquez, V., 2019) en su trabajo de investigación “Análisis de los Factores que Influyen en las Exportaciones de Café Orgánico hacia el mercado de los Estados Unidos entre los años 2011 – 2017”, desarrolló una investigación con enfoque cualitativo y cuantitativo donde se consideró una

muestra a 13 productores y especialistas en la materia, luego de realizar las entrevistas se pudo determinar que los factores que influyen en las exportaciones de café orgánico están relacionadas con las certificaciones orgánicas en el precio de venta de café, las carencias que presentan las entidades exportadoras de café orgánico; es así como se llega a la conclusión que para la comercialización de café hacia el mercado de los Estados Unidos no requiere de certificaciones sanitarias y fitosanitarias emitidos por SENASA.

Por otro lado, (Gonzales, A. & Cafe, O., 2017) en su trabajo de investigación indica que existen factores limitantes que pueden generar un bajo nivel de exportación; es así que su estudio se basa en los “Factores que influyen en la producción exportable de café de la región de Amazonas”, el autor determina y analiza el impacto de la gestión administrativa en las empresas que agrupan a los productores de café en la Región de Amazonas; en tal sentido se desarrolló una investigación de diseño explicativo usando como instrumento la aplicación de entrevistas en el área administrativa de las empresas cafetaleras de dicha región, asimismo, se realizó una encuesta a los productores miembros de estas empresas cafetaleras; así como se obtuvo los resultados donde se observa que las gerencias en las empresas asociadas de cafetaleros en Amazonas es deficiente al igual que la capacitación y el conocimiento de la tecnología empleada por parte de los productores, de acuerdo a esta investigación se llegó a la conclusión que la realidad de las empresas cafetaleras en Amazona es negativo debido que no están preparados, motivados para que los productores maximicen la producción y de esa manera aumente la economía peruana.

A pesar de la importancia del sector tradicional y no tradicional para el crecimiento de la economía, los factores siguen siendo recursos que ayudarán a acceder a nuevos mercados internacionales.

Según (Arevalo, F. & Ihuaquai, C., 2018) mencionan en su trabajo de investigación “Estudio de mercado de exportación de café en el distrito de Lonya Grande - Región Amazonas periodo 2015”, identificar el comportamiento del café en el mercado mundial, este estudio es de carácter descriptivo y diseño no experimental; la muestra estuvo conformada por 71 productores de café que fue desarrollada a través de utilización de una encuesta, asimismo, se utilizó el instrumento de alfa de Crombach para medir el grado de fiabilidad; en efecto los resultados mostraron que el mercado de Alemania es atractivo con una tasa promedio anual de 4.45%, finalmente se llega a conclusión que el consumo mundial de café es un mercado en constante crecimiento con tasa promedio anuales superiores del consumo poblacional de café; lo cual muestra un mercado atractivo para los caficultores.

En consecuencia, (Castañeda, 2018) indica que los “Factores determinantes de la exportación de café en el Perú; periodo 1994 – 2016”, sustentó que; sí existen factores en la exportación de café, para lo cual evaluó el precio mundial de café, productos sustitutos e ingresos per cápita de los principales países importadores de café peruano. La investigación tiene como objetivo demostrar si existen factores determinantes en la exportación de café, periodo 1994 – 2016; en tal sentido que el diseño de la investigación es de enfoque de corte longitudinal de carácter mixto y descriptivo; de este modo los resultados obtenidos nos muestran una relación

negativa en cuanto a las exportaciones y el precio mundial de café. Sin embargo, el precio de productos sustitutos y los ingresos per cápita tiene una relación positiva en las exportaciones; finalmente para concluir los factores de exportaciones son: el precio mundial de café, precio sustituto y el ingreso per cápita de los principales exportadores de café peruano.

En tal sentido, los factores económicos que influyen en las exportaciones se manifiestan en el precio internacional, tipo de cambio, crecimiento del PBI, en consecuencia, en una economía el crecimiento del PBI ayuda obtener mayores compras de productos nacionales.

Por otra parte (Perez, V. & Quicio, B., 2016) en su investigación “Las exportaciones de café y su impacto en el crecimiento del PBI en la Región Lambayeque 2001 – 2013”, sustentó que Lambayeque es una de las principales regiones productoras y exportadoras de café; puesto que, este es un excelente commodity que ayuda activar el PBI; por consiguiente, dicho estudio tuvo como objetivo determinar el impacto de las exportaciones de café en el PBI y su participación en el desarrollo en el mercado económico de la Región Lambayeque; lo cual permitió realizar una investigación de tipo descriptiva - no experimental tomando como poblacional a todas las empresas exportadoras de la región. Las conclusiones de esta investigación nos indican que, se requiere el manejo de cultivos, riego computarizado, mejoramiento de espacios, luchar contra la pobreza debido que la producción para la exportación genera empleos sostenibles y garantiza el crecimiento económico de la región.

Las investigaciones del ámbito internacional analizarán los factores que influyen en la exportación de café los cuales están relacionadas con las certificaciones orgánicas en el precio de venta de café, deficiencias en las gerencias dentro de ello la capacitación y el conocimiento de la tecnología empleada por arte de los productores, también encontramos al precio de productos sustitutos e ingresos per cápita de los principales países importadores de café peruano, como también carencia de manejo de cultivos, riego computarizado y mejoramiento de espacios para el café

### **2.1.3 Antecedentes locales:**

Para un análisis de los factores que influyen en la exportación de café se ha recopilado información necesaria que tiene que ver directamente con el problema planteado. A continuación, se muestran las distintas investigaciones de diversos autores.

El aporte microeconómico es satisfactorio, generando que las exportaciones alcancen un nivel suficiente lo que permitirá que instituciones financieras como BCRP contar con divisas suficientes para manejar la política cambiaria. De acuerdo a (Goicochea, E. & Medina, M., 2016), en su estudio “Las variables macroeconómicas que influyen en las exportaciones peruanas de café”, en el mercado alemán, en los años 2007 – 2015”, sustentó que el café es uno de los productos con mayor lanzamiento para el comercio entre Latinoamérica y Alemania; la investigación será analizada mediante un Vector de Integración de Error (VEC); dicho estudio tiene como objetivo determinar si las variables

macroeconómicas influyen significativamente en las exportaciones peruanas de café al mercado alemán en los años 2007 – 2015; esta investigación es de diseño descriptiva - correlacional, en efecto se tomó una muestra de las exportaciones peruanas de café 2007 – 2015; asimismo, se obtuvieron como resultados que las exportaciones peruanas son explicadas mediante variables como tipo de cambio alemán, PBI de Alemania en el periodo 2007 – 2015; finalmente esta investigación concluye que la demanda de café peruano durante estos periodos ha tenido un crecimiento aproximado del 30% en el mercado de Alemania.

Según (Marín, M. & Peralta, R., 2015) es su estudio “Determinantes que explican el comportamiento de las exportaciones de café en el Perú, una aproximación empírica 1991 – 2015”, mencionó que para explicar los determinantes se recurrirá a un método de investigación histórica tomando datos de BCRP, en tal sentido señalan que dicha investigación tuvo como objetivo identificar las variables económicas que determinan la exportación de café en el Perú; por consiguiente, los resultados nos muestra una comparación entre la hipótesis de estudio con relación al precio internacional, superficie cosechada y tipo de cambio de acuerdo a las exportaciones de café; este estudio llegó a la conclusión que el modelo propuesto es significativamente positivo.

De esta manera los resultados realizados por estos autores son muy relevantes para una economía creciente, aumento del PBI nacional, mejorar estilos de vida y motivar a los caficultores, dado que, de ellos depende las estrategias y competencias en el comercio internacional.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Marco Histórico:**

#### **El café en el Perú**

En 1783, Lamas y Huánuco eran las principales ciudades de producción de café. (Castillo, 2017) mencionó que en el siglo XIX colonos europeos se asientan en selva central donde impulsan el cultivo de cacao, coca, café y caña de azúcar. A finales del siglo XIX se registran las primeras exportaciones a Chile e Inglaterra. A inicios del XX el Estado peruano entrega 500 mil hectáreas a Peruvian Corporation en pago de créditos para red ferroviaria, se promueve el cultivo en la selva central, otros registros dan cuenta que desde 1 030, San Miguel de Cajamarca, con café de UDIMA proveía a mercados ingleses.

#### **Exportación**

Es un término de comercio exterior que se refiere a la salida de mercancías o servicios con destino al exterior, con la finalidad de que sean consumidos fuera del país (PromPerú, 2016).

#### **Regímenes de exportación**

##### **Exportación definitiva**

Régimen establecido por Aduanas que permite la salida de mercancías exportadas con carácter definitivo para uso o consumo en el exterior. Sin el pago de derechos arancelarios (SUNAT, 2020).

El canal de control puede ser:

Naranja: En este canal de Adunas se requiere una revisión documentaria.

Rojo: En este canal se pasará por una revisión documentaria y física; es decir van a revisar nuestras cajas, contenedores y ver si nuestra declaración es cierta.

### **Exportación temporal para reimportación en el mismo estado**

Es un régimen bajo el cual se permite el ingreso de mercancías nacionales o nacionalizadas con la condición que no hayan sido sometidas bajo ninguna transformación en el extranjero, sin el pago de derechos arancelarios (SUNAT, 2020).

### **Tipos de exportación**

#### **Exportación directa**

La exportación directa se refiere a los canales de comercialización para realizar sus exportaciones, mediante los cuales una empresa se contacta directamente con el consumidor final en el mercado de destino (Mondragón, 2016).

#### **Ventajas**

El exportador se encarga de controlar desde la fabricación hasta la entrega al consumidor final de tal forma se cumpla con todos los requisitos para el producto ser exportado y cumpla con las necesidades de las personas.

Contar con la información necesaria respecto al público objetivo, lo que ayuda a tomar las decisiones en un futuro y ver si es factible invertir en establecimientos en el mercado.



## **Desventajas**

Fundamental realizar e invertir en un estudio de mercado y en un plan de marketing.

Falta de experiencia al exportar, suele resultar en errores costosos.

## **Exportación indirecta**

Para el Ministerio de Agricultura y Riego, la exportación indirecta es realizar una venta mediante empresas exportadoras, dado que ellos tienen mayor experiencia y mayor número de compradores en el mercado extranjero.

## **Ventajas**

Alternativa de entrada más económica para una empresa.

Las empresas intermediarias realizan todo el manejo de actividades de exportación.

## **Desventajas**

Desconocimiento del mercado por parte de las empresas al extenderse a un mercado de destino.

No poder realizar servicios de post venta o agregar valor al ofrecer productos en el exterior.

## **Beneficios de exportar**

Según (Rojas, 2022), experto en comercio exterior, CEO en inteligencia comercial nos muestra 7 principales beneficios de exportación.

**Acceso a nuevos mercados.** Es de gran importancia ya que incrementa las oportunidades de negocio, así mismos volúmenes de producción, niveles de calidad, así como nuevas formas y también presentaciones de nuevos productos.

**Desarrollo y crecimiento de tu empresa al generar nuevos ingresos.** Una oportunidad de adquirir divisas nos da la posibilidad de hacer inversiones en nuevas tecnologías, así mismo también generar una mayor eficiencia en los productos y servicios.

**Aprovecha la capacidad de producción instalada.** Si la capacidad de producción instalada de nuestra empresa no está al 100%, es un buen momento de ponerla a trabajar para otros mercados y que con el tiempo se pueda ir incrementando.

**No depender solamente del mercado local.** Al trabajar en mercados internacionales, tenemos la oportunidad de no solo depender del mercado local, regional o nacional, con precios marginados de venta y competencias desleales.

**Fortalecimiento de la competitividad de los productos en calidad y precio.** Al ingresar a otros mercados que tienen mucha diferencia a los nuestros nos hace ser mejores en algunos aspectos como presentación y canal de venta, lo cual nos lleva en busca de una alta competitividad, mejor calidad y menor costo.

**Actualización tecnológica y mejora de la imagen empresarial.** Como se mencionó antes, la Revolución Digital 4.0 nos facilita las formas de venta en diferentes plataformas a través del e-commerce, lo cual será a través de redes sociales, con las cuales a su vez estamos entrando a los mercados de manera masiva, también con menores costos.

**Generación de empleos y de divisas para el país.** Al vender en una moneda la cual es diferente a la de nuestro país nos está permitiendo poder ser rentables, competitivos y con ello podremos acceder a compras de maquinaria e insumos en el extranjero y así poder mejorar la producción de nuestros productos o servicios.

## **2.2.2. Marco Teórico:**

### **2.2.2.1. Café**

El café pertenece a la familia de las rubeaceas y se produce del árbol “cafeto”; dicho commodity es a granel y son originarios de los países de África tropical y varias islas del océano Índico (Cámara Peruana de Café y Cacao, citado en (Gonzales, A. & Cafe, O., 2017)).

Por otro lado, la cosecha de café es altamente intensiva en mano de obra, porque crece en zonas montañosas y porque en las mismas ramas de un árbol maduro hay capullos, frutos verdes, amarillos y maduros floreciendo todos al mismo tiempo.

### **2.2.2.2. Variedades de café**

Actualmente las variedades más conocidas de café son:

#### **2.2.2.2.1 Variedad Arábica**

El nivel de cafeína de la variedad arábica y variedad robusta es menor; producido en Colombia, Centroamérica y Brasil.

#### **2.2.2.2.2 Variedad robusta**

La diferencia entre la variedad robusta y variedad arábica es mayor contenido en cafeína, no requiere de mucho cuidado y es fuerte ante las plagas. Dicha variedad es producida en los países de África e Indonesia.

#### **2.2.2.2.3. Otras variedades**

Existen otras variedades menos importantes y difundirlas, como son: Coffea Liberica. Coffea Dewevrei. Coffea Stenophylla, Coffea Congensis, Coffea Abeokutae, Coffea Klaini, Coffea Zanguebarriae y Coffea Racenosa.

#### **2.2.2.2.4. Variedades Nacionales**

El Perú cuenta con distintas variedades de café y se produce de 600 a 1800 metros sobre el nivel del mar, las variedades más cultivadas de café son: Típica, Caturra, Catimores y Borbon. Es importante señalar que algunos cafetaleros de la región son especiales en café orgánico y otros cafés especiales.

#### **2.2.2.2.5 Importancia de exportación**

La exportación es una operación mercantil donde se va a vender productos y servicios a un país extranjero, es por ello, que existen modos de transporte para trasladar la mercancía; el envío puede realizarse por transporte marítimo, aéreo o

terrestre. Es importante resaltar que las exportaciones son fundamentales puesto que conforman una fuente de ingresos adicionales a la que nos da la demanda interna. La exportación es parte fundamental, puesto que, es fuente de empleo y mayores remuneraciones para muchas personas lo que permite mejores condiciones de vida (Pérez, 2018)

### **Ventajas**

Diversificar el riesgo, no depender solo del mercado nacional.

Ampliar facturación, porque posibilita la expansión y el crecimiento.

Mejorar imagen y prestigio.

Facilita el incremento de clientes potenciales al comenzar a exportar.

### **Desventajas**

Modificar el producto, envase y su presentación.

Adaptarse a nuevos canales de distribución.

Solicitar apoyo financiero.

Crear nuevos productos para adaptarse a nuevos mercados.

## **2.2.3. Mapa mundo de café**

### **2.2.3.1. Principales países importadores de café**

La demanda de café cada año está incrementándose debido a la globalización que actualmente se está viviendo, el café es un producto con

múltiples beneficios para la salud, es por ello que, es un producto muy demandado en el mercado nacional e internacional.

*Tabla 1. Principales países importadores de café*

| Países         | % Variación<br>2018 – 2017 | % Participación<br>2018 | Total Importado 2018<br>(millones de US\$) |
|----------------|----------------------------|-------------------------|--------------------------------------------|
| Estados Unidos | -15%                       | 26%                     | 6,511.50                                   |
| Alemania       | -14%                       | 18%                     | 4,515.55                                   |
| Japón          | -19%                       | 7%                      | 1,951.90                                   |
| Bélgica        | -19%                       | 5%                      | 1,391.69                                   |
| Francia        | -16%                       | 4%                      | 1,054.44                                   |
| España         | -12%                       | 4%                      | 897.69                                     |
| Canadá         | -15%                       | 3%                      | 795.11                                     |
| Suiza          | -11%                       | 3%                      | 712.99                                     |
| Reino Unido    | -16%                       | 3%                      | 637.50                                     |
| Suecia         | -13%                       | 2%                      | 571.84                                     |
| Otros          | -31%                       | 24 %                    | 7,395.83                                   |

COMTRADE

En la tabla 1 podemos observar a Estados Unidos como el primer país importador de café con una participación de 26% en el mercado durante el 2018 y llegando a un total importado de US\$ 6 511.50 millones; como segundo país importador está Alemania con una participación 18%, y un total importado de US\$ 4 515.55 millones; como tercer país se encuentra Japón con una participación de 7%, y un total importado de US\$ 1 951.90 millones. A continuación, observaremos los principales países exportadores de café.

### 2.2.3.2. Principales exportadores de café

Durante los últimos años las exportaciones han sido positivas, lo cual, es favorable para los países exportadores de café, de igual modo ayuda con el crecimiento del PBI nacional, contribuyendo al bienestar de la sociedad.

Tabla 2. Principales exportadores de café

| Países    | % Variación<br>2018 - 2017 | % Participación<br>2018 | Total Exportado 2018<br>(millones de US\$) |
|-----------|----------------------------|-------------------------|--------------------------------------------|
| Brasil    | -29%                       | 35%                     | 7,998.20                                   |
| Colombia  | -27%                       | 12%                     | 2,608.17                                   |
| Indonesia | 20%                        | 8%                      | 1,034.72                                   |
| Perú      | -35%                       | 6%                      | 1,580.37                                   |
| Guatemala | -10%                       | 6%                      | 1,060.52                                   |
| Bélgica   | -21%                       | 5%                      | 938.63                                     |
| Alemania  | -10%                       | 4%                      | 821.03                                     |
| México    | 16%                        | 4%                      | 567.82                                     |
| India     | -10%                       | 4%                      | 675.21                                     |
| Nicaragua | 21%                        | 3%                      | 429.30                                     |
| Otros     | -63%                       | 15%                     | 6,499.77                                   |

COMTRADE

En la tabla 2 se observa que tenemos grandes mercados para las exportaciones de café. Siendo Brasil el primer país exportador de café durante el 2018 con una participación de 35%, con un total exportado de US\$ 7 998.20 millones; mientras que es el segundo exportador es Colombia con una participación de 12% con un total exportado de US\$ 2 608.17 millones; y el 6% representa las exportaciones del Perú teniendo un total exportado durante el 2018 de US\$ 1 580.37.

### 2.2.3.3. Principales exportadores de café peruano

En los últimos años la producción de café a nivel nacional ha ido incrementándose; es así que, esto ha permitido a la economía peruana incrementar el PBI, ayudando de una manera positiva al país.

Tabla 3. Relación de exportadores de café peruano

| Empresas                                              | % Var. 2019 – 2018 | % Part. 2019 |
|-------------------------------------------------------|--------------------|--------------|
| Perales Huancaruna S.A.C.                             | -24%               | 15%          |
| Olam Perú S.A.C.                                      | -15%               | 11%          |
| Procesadora del Sur S.A.                              | -4%                | 8%           |
| Compañía Internacional del Café S.A.C.                | -20%               | 7%           |
| Cooperativa de Servicios Múltiples<br>Cenfrocafe Perú | -16%               | 5%           |
| H.V.C. Exportaciones SAC.                             | 6%                 | 5%           |
| Comercio Amazonia S.A.                                | -                  | 3%           |
| Louis Dreyfus Company Perú S.R.L.                     | 2%                 | 3%           |
| Otras                                                 | -                  | 29%          |
| SUNAT                                                 |                    |              |

La tabla 3, nos muestra la relación de exportadores de café peruano durante 2018 – 2019 teniendo una participación creciente en el mercado extranjero. Teniendo como punto más alto a la empresa Perales Huancaruna S.A.C. con un 15% de participación en el mercado, luego se encuentra Olam Perú S.A.C con un 11%, finalmente la empresa exportadora Louis Dreyfus Company Perú S.R.L., con una participación en el mercado de 3% en el 2019.

### 2.2.3.4. Principales mercados

La demanda de café en los últimos años ha sido positiva, lo cual, ayuda en la economía nacional, de igual forma será de ayuda para los cafetaleros a seguir en el trabajo en la actividad económica.



Tabla 4. *Principales mercados*

| Mercado       | % Variación<br>2019 - 2018 | % Participación 2019 | FOB 2019 (millones de<br>US\$) |
|---------------|----------------------------|----------------------|--------------------------------|
| USA           | - 5%                       | 27%                  | 172,178.60                     |
| Alemania      | -6%                        | 23%                  | 145,982.22                     |
| Bélgica       | -21%                       | 10%                  | 62,283.72                      |
| Suecia        | -5%                        | 6%                   | 38,433.97                      |
| Canadá        | 0%                         | 5%                   | 34,886.53                      |
| Italia        | 1%                         | 4%                   | 22,595.56                      |
| Reino Unido   | -17%                       | 4%                   | 22,292.06                      |
| Corea del Sur | 23%                        | 3%                   | 21,534.41                      |
| Francia       | 18%                        | 3%                   | 20,796.66                      |
| Otros         | -                          | 15%                  | 93,422.84                      |
| SUNAT         |                            |                      |                                |

Según la tabla 4, los principales mercados son: USA con una participación de 27% en el 2019, un valor FOB de US\$ 172 178.60 millones; seguido de Alemania con 23%, un valor FOB de 145 982.22 millones, y en tercer lugar Bélgica con 10%, un valor FOB de US\$ 62 283.72 millones.

### 2.2.3.5. Mercado nacional

En los últimos años la producción de café ha tenido un crecimiento positivo, lo cual, es de suma importancia para el país; dado que, contribuye al incremento del PBI.

Tabla 5. *Producción nacional en sacos por departamentos*

| Posición | Departamentos | Producción en sacos |
|----------|---------------|---------------------|
| 1        | San Martín    | 1 519 995           |
| 2        | Junín         | 1 251 665           |
| 3        | Cajamarca     | 1 069 501           |
| 4        | Amazonas      | 690 629             |
| 5        | Cusco         | 443 587             |
| 6        | Pasco         | 194 489             |
| 7        | Huanuco       | 157 117             |
| 8        | Puno          | 129 228             |

Fuente: Midagri

La tabla 5, nos indica que el departamento con mayor producción de café es San Martín con 1 519 995; teniendo como segundo lugar Junín con 1 251 665, Cajamarca es el tercer departamento de producción de café con 1 069 501 y finalmente se encuentra Puno con 129 228 producción en sacos.

### **2.3 Definición de términos básicos**

#### **Commodity**

Los commodities son aquellos productos que son enviados para uso comercial, puesto que, no tienen valor agregado; es por ello que, se usan con materias primas para fabricar otros bienes. De igual forma los commodities se negocian mediante los mercados futuros y los spots, en el primer mercado las empresas fijan un precio al futuro de esta manera aseguran ganancias. Sin embargo, en el mercado spot, el activo financiero se paga al contado.

#### **Producción**

Es una actividad que funciona de manera directa, donde se utiliza materias primas para poder elaborar o fabricar productos para ser comercializados y satisfacer las necesidades de las personas.

#### **Mercado**

Se podría definir como un proceso en el cual las personas pueden actuar como compradores y vendedores de bienes y servicio, es decir, donde se genera un intercambio entre ambas partes.

#### **Exportaciones**

Es una venta de productos nacionales a nacionalizados para ser comercializado en el exterior con la finalidad de generar mayores ingresos y mejorar estilo de vida de la sociedad.

### **PBI nacional**

Valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un periodo determinado, sirve para medir la economía de un país.

### **Competitividad**

La competencia es fundamental, puesto que, depende de la altura en que se encuentra un país en su capital y trabajo, también el interés que tengan los consumidores en el extranjero.

### **Mercados internacionales**

Actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios hacia el exterior, lo cual, permite el crecimiento de la producción; asimismo, trae beneficios para un país.

### **Demanda interna**

Indicador fundamental del nivel de desarrollo y bienestar de un país; corresponde al gasto que hacen las personas, empresas y gobierno que habitan en un país, en bienes y servicios como para consumo e inversión durante un periodo determinado.

## 2.5.2 Operacionalización de variables

| Variable                      | Definición conceptual                                                                                                                                                                                                          | Definición operacional                                                                                                                | Dimensiones                   | Indicadores                                  | Instrumento              |              |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------|--------------|
| Exportación                   | “Exportaciones es la comercialización de un conjunto de bienes o servicios desde una empresa local hacia mercados extranjeros; esta actividad genera ganancias en moneda extranjera” (Dongo, H. & Pequeño, A., 2019, pág. 22). | Se entiende por exportación a la comercialización, que realizan los mercados extranjeros para generar ganancias en moneda extranjera. | Factores naturales            | Temperatura promedio                         | Registros de información |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Precipitación promedio                       |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Humedad relativa                             |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       | Factores de gestión           | Planificación                                |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Control de calidad                           |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Clima organizacional                         |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Comercial                                    |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       | Factores de comercio exterior | Finanzas                                     |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Acceso a divisas en operaciones virtuales    |                          | Cuestionario |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Tipo de cambio y exportaciones               |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Alternativas de medios de pagos              |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Beneficios de operaciones internacionales    |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               | Socialización de operaciones internacionales |                          |              |
| Factores de comercio exterior | Facilidad para comercializar en mercado extranjero                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                       |                               |                                              |                          |              |
|                               | Asesoramiento en operaciones comerciales                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                       |                               |                                              |                          |              |
|                               | Frecuencia de las exportaciones                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |                               |                                              |                          |              |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       | Contratos en el exterior      |                                              |                          |              |

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Área de investigación, población y muestra

##### 3.1.1 Área de investigación

Programa: Administración y Negocios Internacionales

Área: Marketing

Línea de investigación: Gestión Comercial

##### 3.1.2 Población

Constituida por todas las personas dedicadas a la actividad cafetalera en la zona norte del departamento de Cajamarca, (Cutervo, Jaén, San Ignacio).

Entendiendo que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de determinada característica y denomina población (Tamayo, 1997).

##### 3.1.3 Muestra

Para calcular el tamaño de muestra para una población desconocida la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)e^2 + z^2pq}$$

En donde:

**Z** = Nivel de confianza.

**P** = Probabilidad de éxito.

**Q** = Probabilidad de fracaso.

**D** = Error de estimación.

**n** = Tamaño de la muestra.

$$Z = 1.96 \quad P = 50\% \quad Q = 50\% \quad D = 5\%$$

$$n = [400 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5) / (400-1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)]$$

$$n = 196$$

### **3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación.**

La investigación es de tipo aplicada – no experimental.

La investigación aplicada también conocida como empírica o práctica, se caracteriza por buscar la generación de conocimientos con la aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo y se basa fundamentalmente en hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto (Lozada, 2014).

La investigación es de diseño no experimental, es un diseño que se realiza sin manipular las variables, se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después poder analizarlos, es decir en hechos que ya ocurrieron (Costa, 2007)

La investigación es de nivel descriptivo, encargada de puntualizar las características de la población estudiada y su objetivo es describir algunas características fundamentales utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura de la variable de estudio (Guevara. G, 2020)

La investigación desarrollada tiene corte transeccional o transversal, porque los datos se recolectarán en un solo momento.

Este diseño se lleva a cabo cuando la investigación se centra en analizar cuál es el estado o nivel de las variables en un momento dado, pueden abarcan varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores

### **3.3 Método de investigación.**

El método de investigación a seguir es el analítico, inductivo, deductivo.

**Método Analítico**, para analizar la correlación de las variables “Factores que influyen en la exportación” del café de exportación en la categoría cafés especiales. Se evidencia en los antecedentes y el marco referencia y marco teórico.

**Método Inductivo**, para estudiar el problema planteado y la particularidad de cada aspecto.

**Método deductivo**, nos apoyamos en el pensamiento deductivo para explicar el problema propuesto para la investigación llegando a indicadores e instrumentos para comprobar la hipótesis establecida.

Así mismo se utiliza la estadística descriptiva, para procesar datos y obtener resultados en porcentajes, frecuencias, representaciones en gráficos y tablas que contienen los resultados de la presente investigación.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de investigación**

#### **Técnicas**

Para la obtención de información, respecto a la exportación de café en Cajamarca se aplicará la encuesta.

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (Ortíz, 2020).

#### **Instrumentos**

El instrumento que se va utilizar para la investigación es el cuestionario.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemáticamente y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo.

### **3.5 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos**

En la investigación se usará el análisis de datos de la estadística descriptiva. La estadística descriptiva es la rama de la estadística que formula recomendaciones sobre como resumir la información en cuadros o tablas, graficas o figuras (Rendón-Macías, Mario. & Villasís-Keeve, M. & Miranda-Novales, M., 2020).

Para el procesamiento y análisis de datos se utilizará el software Microsoft Excel, mediante tablas, gráficos (barras), con la finalidad de analizar la variable exportación.



### **3.6. Interpretación de datos**

El análisis de datos de la presente investigación se realizó mediante gráficos de barras; en la cual, se determinó los porcentajes para cada uno de los indicadores.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Producción de café

La producción de café consiste en generar las plántulas o plantines del vivero, luego trasladarlo a la finca para sembrar en terreno firme y cumplir con las labores culturales y cuando los cerezos (frutos) se encuentren maduros, óptimos para la cosecha, se elimina la pulpa de dichos cerezos del café, se pasa al secado para transformar el café recolectado en café listo para cumplir con las etapas siguientes. El siguiente paso es diferenciado depende de las características del pedido, se elige un método (húmedo o seco) donde el café obtendrá características diferentes en su sabor.

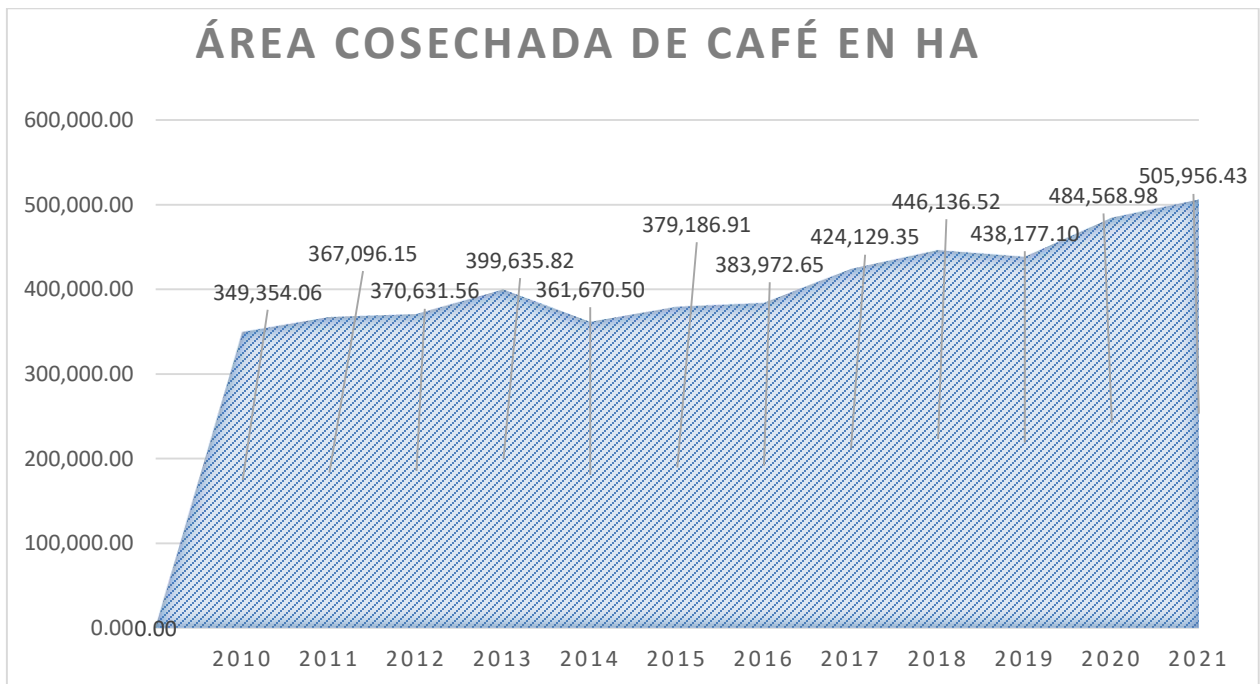
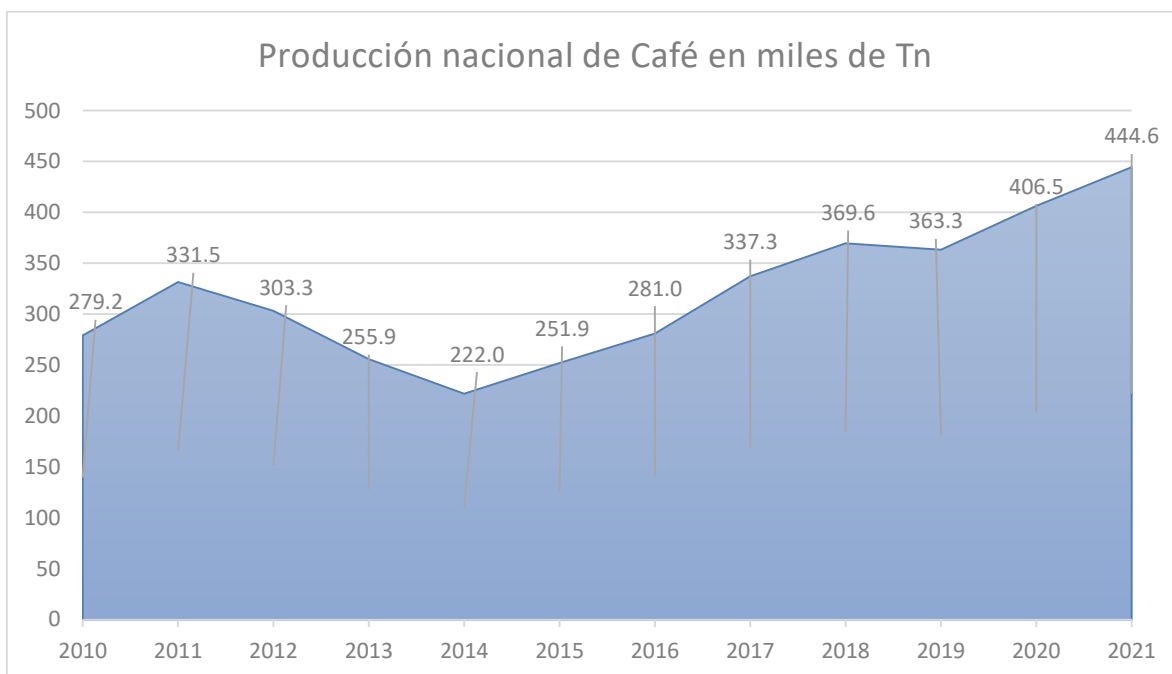


Figura 1 Perú: Área cosechada de café en hectáreas (Ha) de terreno

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego - Midagri

El Perú ha presentado un comportamiento en términos generales de incremento en el área cosechada expresada en hectáreas de terreno, según el reporte del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) en la información de la figura 1 desde el año 2010 cosechando en un total de 349,354 Ha de terreno pasando a un incremento de 156,602.37 Ha en 11 años; para el año 2021 se alcanzó a 505, 956.43 Ha de terreno.

Las Ha de terreno descritas anteriormente, son las que reportan la producción de café en nuestro país y se expresan en toneladas métricas (Tn); en el caso peruano la producción de café registro 279,200 Tn en el año 2010; sufrió una reducción en el año 2014 a 222,000 Tn.



*Figura 2 Producción nacional de café en miles de Toneladas (Tn)*  
Fuente: Midagri

La figura 2 muestra también la recuperación de la producción de café a partir del año 2015 de 251,900 Tn hasta las 369,600 Tn en el año 2018; se evidencia una ligera caída en la

producción en el año 2019 a 363,300 Tn, recuperándose en el 2020 a 406,500 Tn y luego a 444,600 Tn en el año 2021. Por lo que vemos un buen desempeño de la producción de café, que actualmente se ha convertido en el principal producto agrícola de exportación del Perú.

La plaga conocida como la roya amarilla ocasionada por un hongo, daña las hojas de las plantas y las debilita, además, uno de sus principales síntomas es la aparición de pústulas o abultamientos en el haz y envés de la hoja. Si esa enfermedad se agrava, se desprenderá la hoja, afectando a la planta y calidad del fruto.

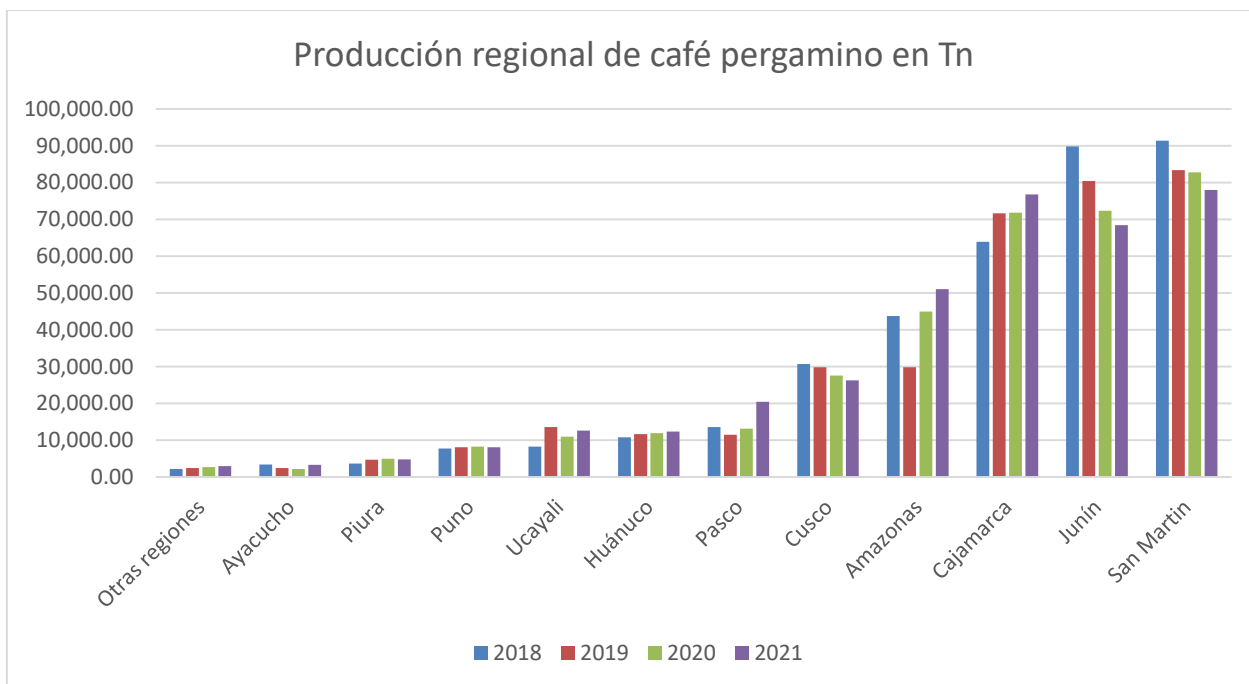
A continuación, se presenta información sobre la producción de café en las regiones con mayor producción, esta información comprende el período desde el año 2018 al 2021.

2018 y 2021.

*Tabla 6 Producción regional de café pergamino en Toneladas (Tn)*

| Región         | Producción de café pergamino en toneladas (Tn) |           |           |           |
|----------------|------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
|                | 2018                                           | 2019      | 2020      | 2021      |
| Otras regiones | 2,177.00                                       | 2,450.00  | 2,723.00  | 2,996.00  |
| Ayacucho       | 3,430.00                                       | 2,450.00  | 2,212.00  | 3,353.00  |
| Piura          | 3,660.00                                       | 4,731.00  | 4,987.00  | 4,854.00  |
| Puno           | 7,784.00                                       | 8,122.00  | 8,313.50  | 8,105.10  |
| Ucayali        | 8,325.00                                       | 13,622.00 | 10,967.68 | 12,658.83 |
| Huánuco        | 10,782.00                                      | 11,699.00 | 11,921.00 | 12,409.00 |
| Pasco          | 13,610.00                                      | 11,484.00 | 13,193.33 | 20,429.94 |
| Cusco          | 30,754.00                                      | 29,838.00 | 27,627.15 | 26,265.33 |
| Amazonas       | 43,754.00                                      | 29,838.00 | 44,991.04 | 51,086.55 |
| Cajamarca      | 63,893.00                                      | 71,622.00 | 71,792.87 | 76,757.77 |
| Junín          | 89,837.00                                      | 80,430.00 | 72,334.99 | 68,462.78 |
| San Martín     | 91,423.00                                      | 83,425.00 | 82,808.90 | 77,993.60 |

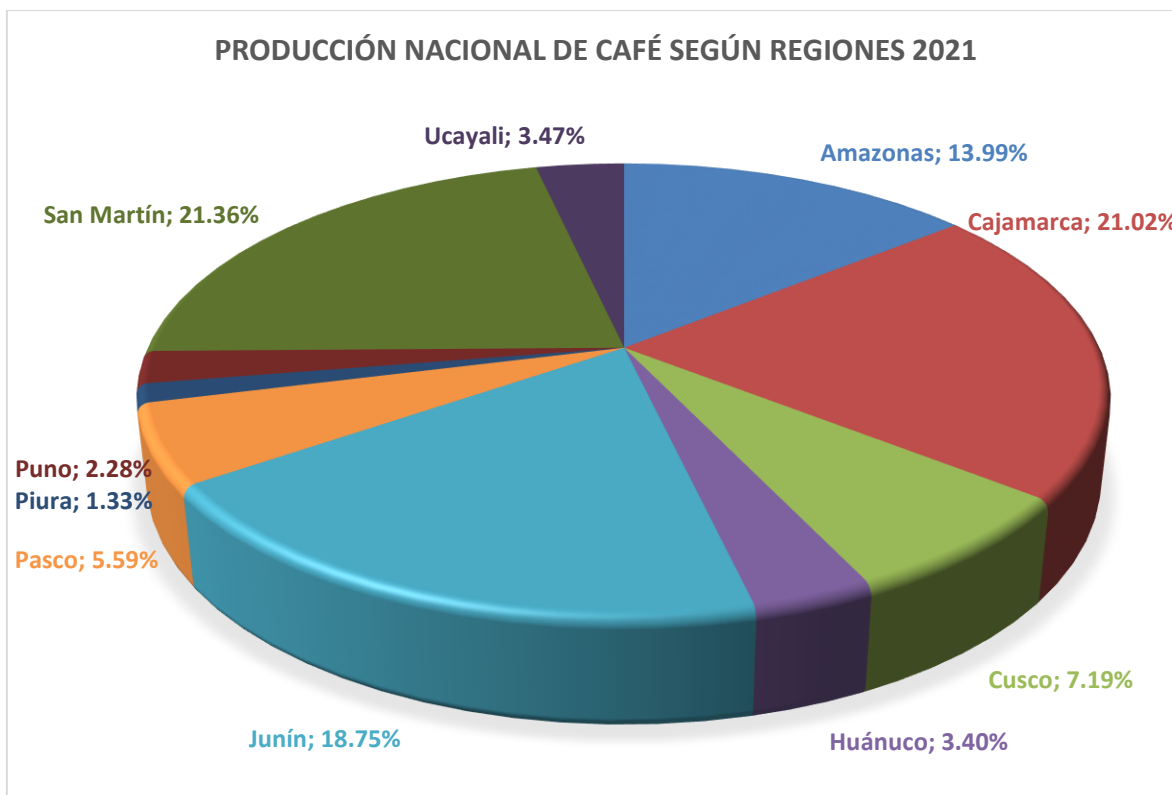
Fuente: Midagri



*Figura 3 Producción de café pergamino en Toneladas según región potencial*

Fuente: Midagri

En el consolidado, la región Cajamarca resalta como la tercera en la producción de café a nivel nacional, luego de San Martín y Junín respectivamente, posición que le ha permitido no solo incrementar la frontera de cultivo de café, sino que además acceder a certificaciones de calidad y responsabilidad en las labores agrícolas, fortalecer las organizaciones con equipos multidisciplinarios que mejoran sus competencias y habilidades para cumplir con los estándares del comercio internacional.



*Figura 4 Contribución de las regiones a la producción nacional de café en el año 2021*  
 Fuente: Midagri

Según el reporte del Midagri al cierre del año 2021, la región Cajamarca ha contribuido con el 21.02% a la producción nacional de café para la exportación, ubicándose de tras de San Martín que es la región que más contribuye con el 21.32% a la producción nacional. Como se aprecia en la figura 4, la región de Cajamarca ha superado a Junín (18.75%) y Amazonas

(13.99%) que conforman las cuatro regiones que concentran más del 75% de la producción nacional.

## **4.2. Exportaciones de café**

### **4.2.1. Exportaciones de café en Valor FOB**

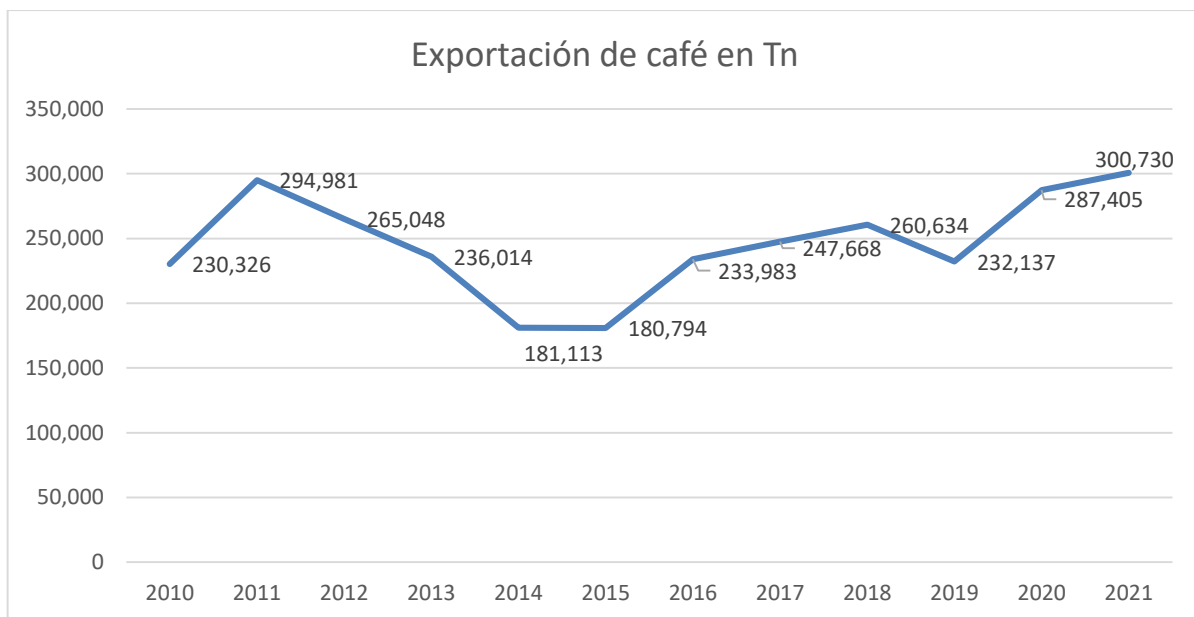
Analizamos el valor FOB de los años 2010-2021, según Trade Map, los valores para dichos años son los siguientes:

*Tabla 7 Exportación de café (Valor FOB)*

| <b>Año</b> | <b>Valor FOB (dólares estadounidenses)</b> |
|------------|--------------------------------------------|
| 2010       | 888,727                                    |
| 2011       | 1,597,222                                  |
| 2012       | 1,023,608                                  |
| 2013       | 699,061                                    |
| 2014       | 749,468                                    |
| 2015       | 584,507                                    |
| 2016       | 757,820                                    |
| 2017       | 710,054                                    |
| 2018       | 667,893                                    |
| 2019       | 621,335                                    |
| 2020       | 781,027                                    |
| 2021       | 817,583                                    |

Fuente: Trade Map

La siguiente figura, se obtuvo a partir de los datos del cuadro anterior, esta nos muestra el comportamiento del valor FOB y de ella se puede notar un claro descenso.



*Figura 5 Exportaciones de café peruano en valor FOB (2010-2021)*

Fuente: Trade Map

Debido a que la competencia internacional en el rubro cafetalero se ha incrementado, los precios internacionales del café se han visto reducidos.

Como podemos notar del gráfico, el valor FOB empezó a caer debido al descenso de dichos precios y sumado los daños que generó la plaga de la roya en el periodo 2012-2013, la cual afectó al 75% del área de producción del Perú, los valores han seguido cayendo. Actualmente hay una baja productividad y altos costos de producción. Por ello, se debe hacer más competitivo el producto, es decir reducir los costos.

#### **4.2.2. Exportaciones de café en toneladas (Tn)**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, las exportaciones en toneladas de los años 2010 hasta el 2021 han presentado un proceso de evolución al crecimiento y se observa en la siguiente tabla:



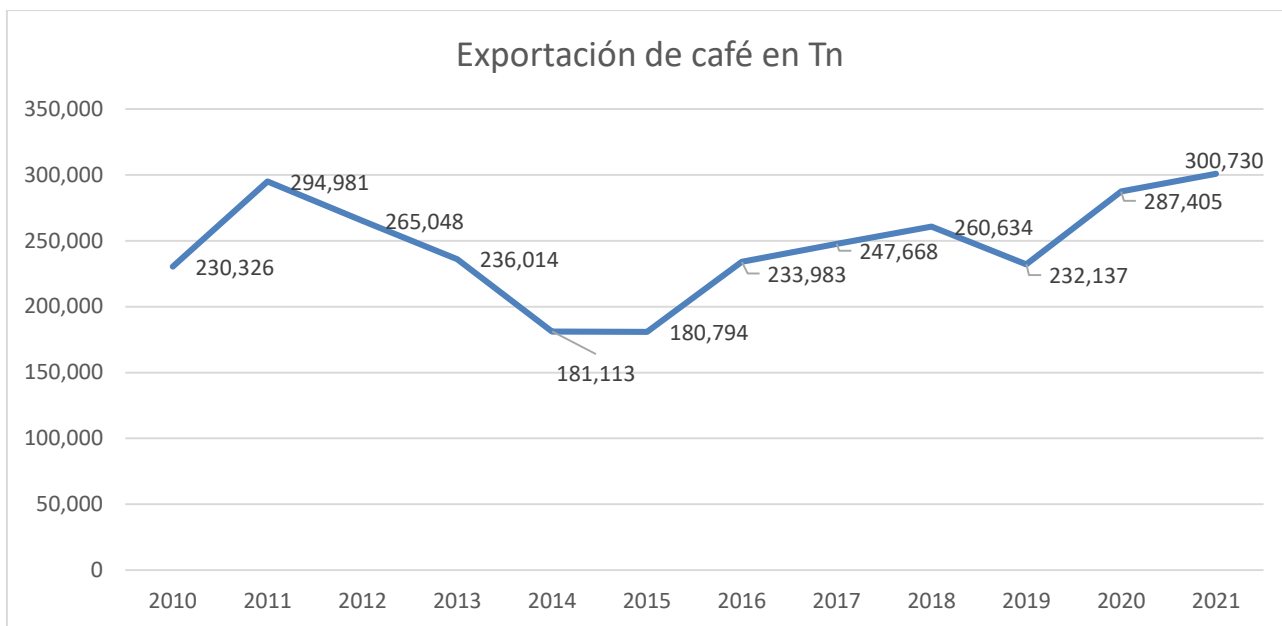
*Tabla 8 Exportación de café en toneladas*

| <b>Año</b> | <b>Toneladas de café</b> |
|------------|--------------------------|
| 2010       | 230,326                  |
| 2011       | 294,981                  |
| 2012       | 265,048                  |
| 2013       | 236,014                  |
| 2014       | 181,113                  |
| 2015       | 180,794                  |
| 2016       | 233,983                  |
| 2017       | 247,668                  |
| 2018       | 260,634                  |
| 2019       | 232,137                  |
| 2020       | 287,405                  |
| 2021       | 300,730                  |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

En la tabla 8 presentada y la figura se muestra que la crisis del café se ha producido por un exceso en la producción mundial del grano, que no se ha visto compensado por un incremento equivalente en el consumo de este producto.

Como se observa, se alcanzó su pico máximo de exportaciones el año 2011, que por consecuencia de la plaga de roya generó una fuerte crisis productiva para los cafetaleros. Por ello, la cantidad en toneladas exportadas de café se vino abajo, el cual a partir del 2016 se viene recuperando; sin embargo, no se ha podido salir de esta crisis debido a la sobreproducción de café de los dos principales productores, Brasil y Vietnam. A su vez el café Arábica está sufriendo del incremento de las temperaturas y de las consecuencias del cambio climático. Por lo cual se sigue cayendo el nivel de exportaciones del Perú. Se espera encontrar los factores que incrementen dicho volumen de exportaciones en los siguientes puntos de este trabajo



*Figura 6 Exportaciones de café peruano en toneladas métricas (2010-2021)*

Fuente: INEI

La figura 6 nos muestra el comportamiento de las exportaciones peruanas de café en toneladas desde el año 2010 hasta el 2021; los resultados más bajos obtenidos han sido en el año 2014 al registrar 181,113 toneladas mu por debajo de las 236,014 toneladas del año 2013. El año 2019 ha sido también un año difícil al registrar exportaciones de 232,137 toneladas por debajo de las 260,634 toneladas del año anterior (2018).

### **4.3. Factores en la producción, gestión y exportación de café**

#### **4.3.1. Factores naturales que intervienen en la producción de café**

Los factores naturales identificados y que afectan en la producción de café en la región Cajamarca son temperatura, precipitación y humedad relativa, que a continuación se detalla.

#### 4.3.1.1. Temperatura

Cajamarca como región, tiene una altura media de 2,750 metros sobre el nivel del mar (msnm), una temperatura promedio de 15 grados centígrados (°C). presenta dos regiones naturales como sierra y selva; en la parte selva propicia para el cultivo de café y pisos altitudinales que permiten cosechar café de altura para calificar en la categoría de cafés especiales, actualmente los más demandados por su calidad. A continuación, se analizan su temperatura, precipitación y humedad como factores naturales que intervienen en la producción de café en el período 2010 y 2021.

*Tabla 9 Temperatura promedio anual Cajamarca 2010-2021*

| Año  | Tempera (°C) |
|------|--------------|
| 2010 | 14.90        |
| 2011 | 14.40        |
| 2012 | 14.60        |
| 2013 | 14.90        |
| 2014 | 15.00        |
| 2015 | 15.40        |
| 2016 | 15.60        |
| 2017 | 15.00        |
| 2018 | 14.90        |
| 2019 | 15.00        |
| 2020 | 15.27        |
| 2021 | 15.32        |

Fuente: Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología - Senamhi 2022

En tabla se muestra que la temperatura promedio anual en Cajamarca del 2010 al 2021 no varió mucho, pues estuvo entre 14 y 16°C, pero está un poco por debajo de lo ideal que es 20°C aproximadamente para un buen crecimiento de plantas de café.

#### 4.3.1.2. Precipitación

*Tabla 10 Precipitación total anual Cajamarca 2010-2021*

| <b>Año</b> | <b>Precipitación<br/>(mm)</b> |
|------------|-------------------------------|
| 2010       | 644.5                         |
| 2011       | 1247.2                        |
| 2012       | 823.3                         |
| 2013       | 724.1                         |
| 2014       | 610.9                         |
| 2015       | 772.2                         |
| 2016       | 522.8                         |
| 2017       | 767.5                         |
| 2018       | 730.4                         |
| 2019       | 813.9                         |
| 2020       | 817.2                         |
| 2021       | 817.6                         |

Fuente: Senamhi 2022

En la tabla anterior se muestra que la precipitación total anual del año 2011 fue casi el doble a comparación del año anterior, para el año 2012 disminuyó considerablemente y en los años siguientes se mantuvo entre 600 y 800 mm.

#### 4.3.1.3. Humedad relativa

*Tabla 11 Humedad relativa promedio anual Cajamarca 2010-2021*

| <b>Año</b> | <b>Humedad</b> |
|------------|----------------|
| 2010       | 65             |
| 2011       | 65             |
| 2012       | 65             |
| 2013       | 64             |
| 2014       | 63             |
| 2015       | 63             |
| 2016       | 64             |
| 2017       | 64             |
| 2018       | 62             |
| 2019       | 66             |
| 2020       | 64             |
| 2021       | 63             |

Fuente: Senamhi 2022

Del último esquema se expone que la humedad relativa anual de esa región entre esos años fue menor al requisito de humedad óptima según MIDAGRI, dado que, estuvo entre 62 y 66%.

Por lo expuesto los factores naturales contribuyen de manera desventajosa a la mejora de la producción y productividad de las fincas de café; el productor por lo tanto incurre en mayor inversión para poder mitigar el poco aporte en temperatura, precipitación y humedad.

#### **4.3.2. Factores de gestión**

Los factores de gestión estudiados son la planificación, control de calidad, clima organizacional, aspecto comercial y el aspecto financiero.

##### **4.3.2.1. Planificación**

En la tabla 12, se muestra la participación de los colaboradores en la planificación de la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 54.08%, seguido un 39.80% con totalmente de acuerdo y un 6.12% respondieron neutral.

En la figura 1, se muestra la participación de colaboradores en planificación, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 54.08%, seguido un 39.80% con totalmente de acuerdo y un 6.12% respondieron neutral.

Tabla 12 Evaluación de proceso de planificación en organizaciones exportadoras de café

| Descripción                                                | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutral | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo | Total |
|------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|---------|---------------|--------------------------|-------|
| Participación de colaboradores en proceso de planificación | 40%                   | 54%        | 6%      | 0%            | 0%                       | 100%  |
| Necesidad de planificación estratégica en la organización  | 40%                   | 51%        | 9%      | 1%            | 0%                       | 100%  |
| Disponibilidad de plan de exportación                      | 32%                   | 49%        | 17%     | 2%            | 0%                       | 100%  |
| Necesidad de nuevos planes de exportación                  | 22%                   | 43%        | 27%     | 8%            | 0%                       | 100%  |

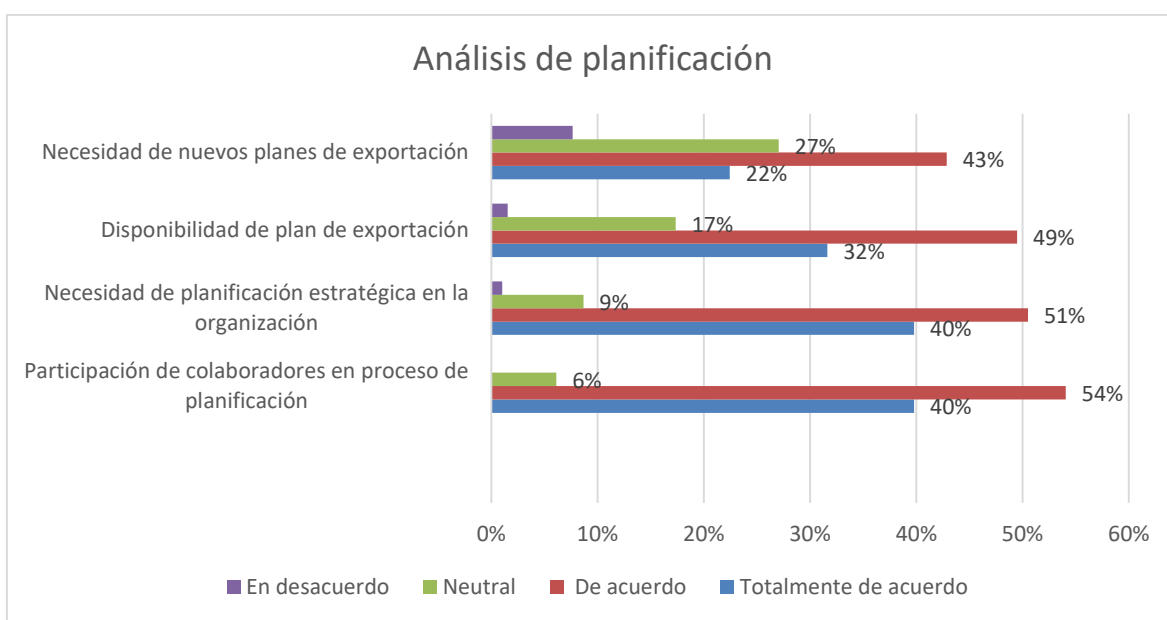


Figura 7 Evaluación de proceso de planificación en organizaciones exportadoras de café

En la tabla 7, se muestra la planeación estratégica en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 50.51%, seguido un 39.80% con totalmente de acuerdo, un 8.67% con neutral y un 1.02% en desacuerdo.

En la figura 2, se muestra la planeación estratégica, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 50.51%, seguido un 39.80% con totalmente de acuerdo, un 8.67% con neutral y un 1.02% en desacuerdo.

En la tabla 8, se muestra el plan de exportación en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 49.49%, seguido un 31.63% con totalmente de acuerdo, un 17.35% con neutral y un 1.53% en desacuerdo.

En la figura 3, se muestra el plan de exportación, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 49.49%, seguido un 31.63% con totalmente de acuerdo, un 17.35% con neutral y un 1.53% en desacuerdo.

En la tabla 9, se muestra la elaboración de nuevos planes de exportación en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.86%, seguido un 22.45% con totalmente de acuerdo, un 27.04% con neutral y un 7.65% en desacuerdo.

En la figura 4, se muestra la elaboración de nuevos planes de exportación, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.86%, seguido un 22.45% con totalmente de acuerdo, un 27.04% con neutral y un 7.65% en desacuerdo.

#### **4.3.2.2. Control de calidad**

En la tabla 13, se muestra el control de gestión para alcanzar metas en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 49.49%, seguido un 25.00% con totalmente de acuerdo, un 22.96% con neutral y un 2.55% en desacuerdo.

En la figura 8, se muestra el control de gestión, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 49.49%, seguido un 25.00% con totalmente de acuerdo, un 22.96% con neutral y un 2.55% en desacuerdo.

En la tabla 13, se muestra la existencia de una inspección en el producto, se muestra la inspección del producto, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 46.43%, seguido un 27.55% con totalmente de acuerdo, un 20.41% con neutral y un 5.61% en desacuerdo.

En la figura 8, se muestra la inspección del producto, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 46.43%, seguido un 27.55% con totalmente de acuerdo, un 20.41% con neutral y un 5.61% en desacuerdo.

En la tabla 13, se muestra el control adecuado en sus exportaciones, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 53.06%, seguido un 30.10% con totalmente de acuerdo, un 16.33% con neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la figura 8, se muestra el control en sus exportaciones, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 53.06%, seguido un 30.10% con totalmente de acuerdo, un 16.33% con neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la tabla 13, se muestra el cumplimiento de objetivos de las ventas en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 51.02%, seguido un 27.55% con totalmente de acuerdo, un 18.37% con neutral y un 3.06% en desacuerdo.

En la figura 8, se muestra el cumplimiento de objetivos, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 51.02%, seguido un 27.55% con totalmente de acuerdo, un 18.37% con neutral y un 3.06% en desacuerdo.



Tabla 13 Análisis de control en las organizaciones cafetaleras

| Descripción                          | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutral | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo | Total |
|--------------------------------------|-----------------------|------------|---------|---------------|--------------------------|-------|
| Existe control de gestión            | 25%                   | 49%        | 23%     | 3%            | 0%                       | 100%  |
| Inspección en el producto            | 28%                   | 46%        | 20%     | 6%            | 0%                       | 100%  |
| Control de exportaciones             | 30%                   | 53%        | 16%     | 1%            | 0%                       | 100%  |
| Control de calidad                   | 28%                   | 50%        | 21%     | 1%            | 0%                       | 100%  |
| Cumplimiento con objetivos de ventas | 28%                   | 51%        | 18%     | 3%            | 0%                       | 100%  |

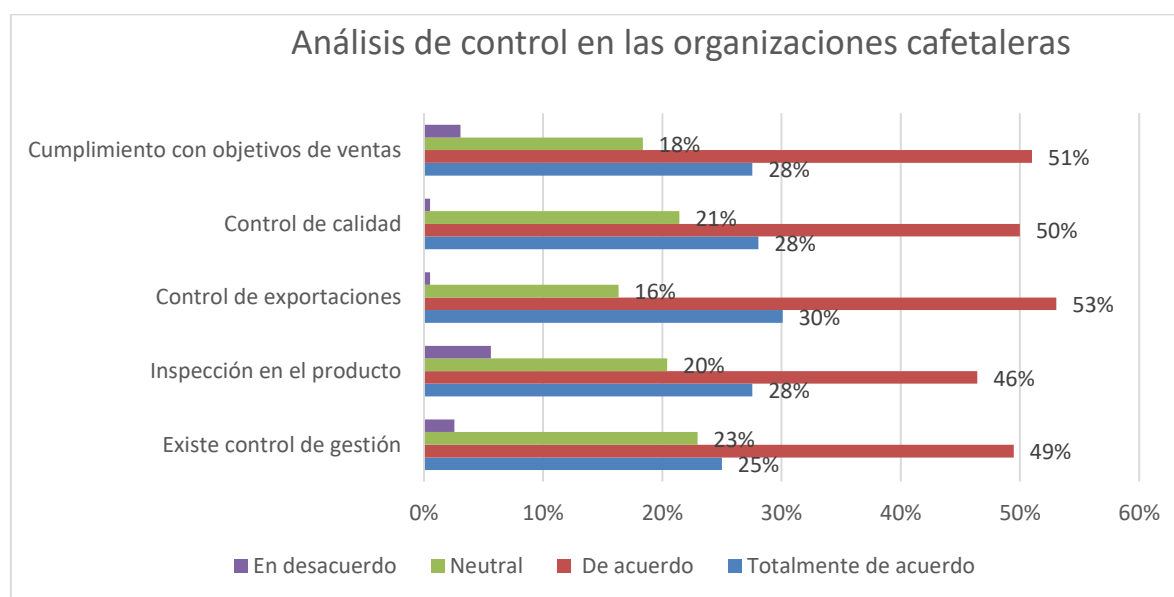


Figura 8 Análisis de control en las organizaciones cafetaleras

#### 4.3.2.3. Clima organizacional

En la tabla 14, se muestra la satisfacción de trabajar en la organización, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 56.12%, seguido un 26.02% con totalmente de acuerdo, un 16.84% con neutral y un 1.02% en desacuerdo.

En la figura 9, se muestra la satisfacción de trabajar en la organización, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 56.12%, seguido un 26.02% con totalmente de acuerdo, un 16.84% con neutral y un 1.02% en desacuerdo.

*Tabla 14 Análisis del clima organizacional en las organizaciones cafetaleras*

| Descripción                                  | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutral | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo | Total |
|----------------------------------------------|-----------------------|------------|---------|---------------|--------------------------|-------|
| Colaborador identificado con su organización | 26%                   | 56%        | 17%     | 1%            | 0%                       | 100%  |
| Medio de pago a colaboradores                | 22%                   | 52%        | 17%     | 9%            | 0%                       | 100%  |
| Otros medios de pago                         | 30%                   | 53%        | 17%     | 0%            | 0%                       | 100%  |
| Satisfacción con su empleador                | 32%                   | 52%        | 15%     | 1%            | 0%                       | 100%  |

En la tabla 14, se muestra el medio de pago adelantado, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 51.53%, seguido un 21.94% con totalmente de acuerdo, un 17.35% con una posición neutral y un 9.18% en desacuerdo.

En la figura 9, se muestra el medio de pago adecuado, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 51.53%, seguido un 21.94% con totalmente de acuerdo, un 17.35% con una posición neutral y un 9.18% en desacuerdo.

En la tabla 14, se muestra si se conoce otros medios de pago en la empresa, en el cual los colaboradores que están con una posición neutral se encuentran en primer lugar con un 52.55%, seguido un 30.10% de acuerdo, un 17.35% en desacuerdo.

En la figura 9, se muestra si se conoce otros medios de pago, en el cual los colaboradores que están con una posición neutral se encuentran en primer lugar con un 52.55%, seguido un 30.10% de acuerdo, un 17.35% en desacuerdo.

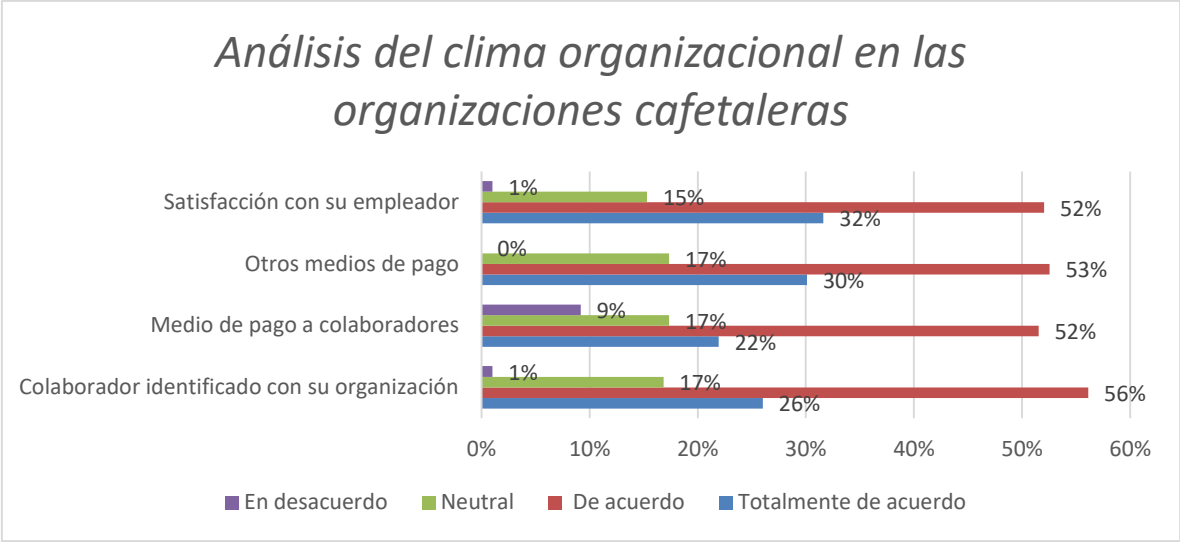


Figura 9 Análisis del clima organizacional en las organizaciones cafetaleras

En la tabla 14, se muestra la satisfacción respecto al medio de pago en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 52.04%, seguido un 31.63% con totalmente de acuerdo, un 15.31% con una opción neutral y un 1.02% en desacuerdo.

En el gráfico 9, se muestra la satisfacción respecto al medio de pago, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 52.04%, seguido un 31.63% con totalmente de acuerdo, un 15.31% con una opción neutral y un 1.02% en desacuerdo.

#### **4.3.2.4. Aspecto comercial**

En la tabla 15, se muestra como la publicidad influye en las ventas de la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 47.45%, seguido un 41.84% con totalmente de acuerdo, un 10.20% con neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la figura 10, se muestra como la publicidad influye en las ventas, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 47.45%, seguido un 41.84% con totalmente de acuerdo, un 10.20% con neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la tabla 15, se muestra la forma de presentación de producto, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 30.10%, seguido un 21.94% en desacuerdo, un 19.39% con totalmente en desacuerdo, un 18.88% con totalmente de acuerdo y un 9.69% con neutral.

En la figura 10, se muestra la forma de presentación del producto, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 30.10%, seguido un 21.94% en desacuerdo, un 19.39% con totalmente en desacuerdo, un 18.88% con totalmente de acuerdo y un 9.69% con neutral.

En la tabla 15, se muestra como el tipo de cambio elevado afecta los ingresos de la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 27.04%, seguido un 26.53% con totalmente en desacuerdo, un 21.43% con totalmente de acuerdo, un 17.35% en desacuerdo y un 7.65% con neutral.

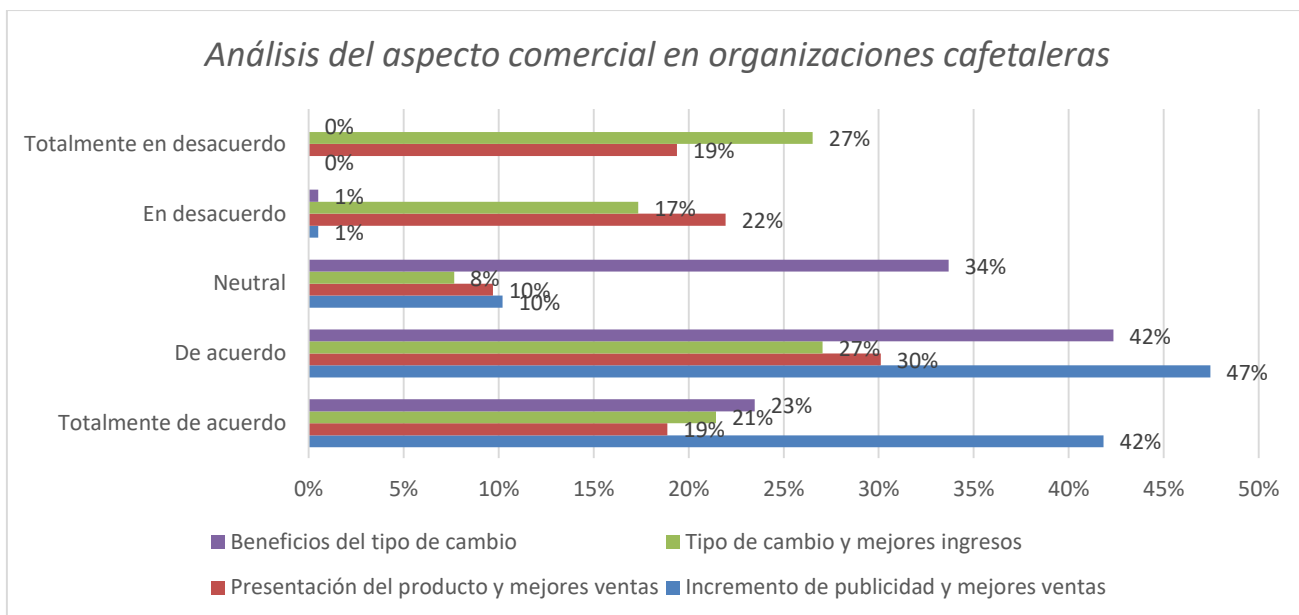
En la figura 10, se muestra como el tipo de cambio elevado afecta ingresos, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 27.04%, seguido un 26.53% con totalmente en desacuerdo, un 21.43% con totalmente de acuerdo, un 17.35% en desacuerdo y un 7.65% con neutral.

En la tabla 15, se muestra como el tipo de cambio trae beneficios en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.35%, seguido un 33.67% con posición neutral, un 23.47% totalmente de acuerdo y un 0.51% en desacuerdo.

En la figura 10, se muestra el tipo de cambio trae beneficios, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.35%, seguido un 33.67% con posición neutral, un 23.47% totalmente de acuerdo y un 0.51% en desacuerdo.

*Tabla 15 Análisis del aspecto comercial en organizaciones cafetaleras*

| <b>Descripción</b>                         | <b>Totalmente de acuerdo</b> | <b>De acuerdo</b> | <b>Neutral</b> | <b>En desacuerdo</b> | <b>Totalmente en desacuerdo</b> | <b>Total</b> |
|--------------------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------------------------------|--------------|
| Incremento de publicidad y mejores ventas  | 42%                          | 47%               | 10%            | 1%                   | 0%                              | 100%         |
| Presentación del producto y mejores ventas | 19%                          | 30%               | 10%            | 22%                  | 19%                             | 100%         |
| Tipo de cambio y mejores ingresos          | 21%                          | 27%               | 8%             | 17%                  | 27%                             | 100%         |
| Beneficios del tipo de cambio              | 23%                          | 42%               | 34%            | 1%                   | 0%                              | 100%         |



*Figura 10 Análisis del aspecto comercial en organizaciones cafetaleras*

#### **4.3.2.5. Aspecto financiero**

En la tabla 16, se muestra el capital necesario para realizar inversiones, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 54.59%, seguido un 31.12% con totalmente de acuerdo, un 12.24% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

En la figura 11, se muestra el capital necesario para realizar inversiones, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 54.59%, seguido un 31.12% con totalmente de acuerdo, un 12.24% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

En la tabla 16, se muestra las altas tasas de interés afectan a la inversión extranjera, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 43.88%, seguido un 27.04% con totalmente de acuerdo, un 18.37% con una posición neutral, un 7.14% en desacuerdo y un 3.57% totalmente en desacuerdo.

En la figura 11, se muestra las altas tasas de interés afectan a la inversión extranjera, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 43.88%, seguido un 27.04% con totalmente de acuerdo, un 18.37% con una posición neutral, un 7.14% en desacuerdo y un 3.57% totalmente en desacuerdo.

En la tabla 16, se muestra la riqueza suficiente para producir, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 36.22%, seguido un 28.06% con totalmente de acuerdo, un 20.92% con una posición neutral, un 11.22 % en desacuerdo y 3.57% totalmente en desacuerdo.

En la figura 11, se muestra la riqueza suficiente para producir, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 36.22%, seguido un 28.06% con totalmente de acuerdo, un 20.92% con una posición neutral, un 11.22 % en desacuerdo y 3.57% totalmente en desacuerdo.

En la tabla 16, se muestra que el ingreso de la empresa permite ingresos rentables, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 52.04%, seguido un 32.14% con totalmente de acuerdo, un 13.78% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

En la figura 11, se muestra los ingresos de la empresa permite ingresos rentables, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 52.04%, seguido un 32.14% con totalmente de acuerdo, un 13.78% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

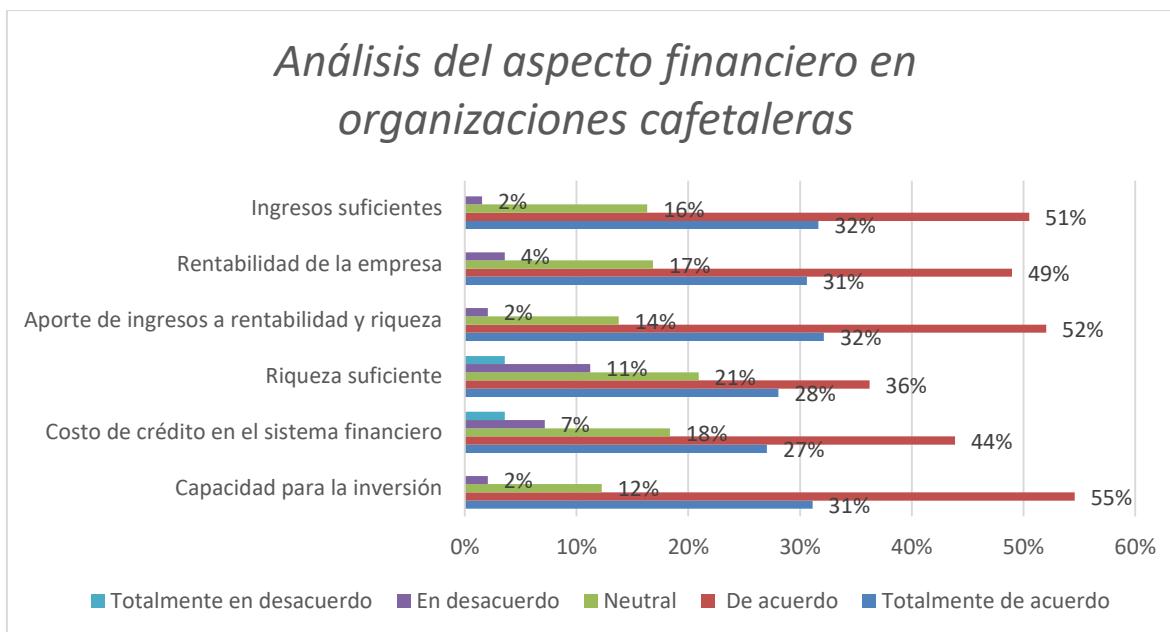
En la tabla 16, se muestra que la utilidad alta influye en el rendimiento del colaborador, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 48.98%, seguido un 30.61% con totalmente de acuerdo, un 16.84% con neutral y un 3.57% en desacuerdo.

En la figura 11, se muestra la utilidad alta influye en el rendimiento del colaborador, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 48.98%, seguido un 30.61% con totalmente de acuerdo, un 16.84% con neutral y un 3.57% en desacuerdo.

*Tabla 16 Análisis del aspecto financiero en organizaciones cafetaleras*

| <b>Descripción</b>                          | <b>Totalmente de acuerdo</b> | <b>De acuerdo</b> | <b>Neutral</b> | <b>En desacuerdo</b> | <b>Totalmente en desacuerdo</b> | <b>Total</b> |
|---------------------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------------------------------|--------------|
| Capacidad para la inversión                 | 31%                          | 55%               | 12%            | 2%                   | 0%                              | 100%         |
| Costo de crédito en el sistema financiero   | 27%                          | 44%               | 18%            | 7%                   | 4%                              | 100%         |
| Riqueza suficiente                          | 28%                          | 36%               | 21%            | 11%                  | 4%                              | 100%         |
| Aporte de ingresos a rentabilidad y riqueza | 32%                          | 52%               | 14%            | 2%                   | 0%                              | 100%         |
| Rentabilidad de la empresa                  | 31%                          | 49%               | 17%            | 4%                   | 0%                              | 100%         |
| Ingresos suficientes                        | 32%                          | 51%               | 16%            | 2%                   | 0%                              | 100%         |





*Figura 11 Análisis del aspecto financiero en organizaciones cafetaleras*

En la tabla 16, se muestra que los ingresos obtenidos están dentro de lo previsto, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 50.51%, seguido un 31.63% con totalmente de acuerdo, un 16.33% con neutral y un 1.53% en desacuerdo.

En la figura 11, se muestran que los ingresos obtenidos están dentro de lo previsto, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 50.51%, seguido un 31.63% con totalmente de acuerdo, un 16.33% con neutral y un 1.53% en desacuerdo.

### **4.3.3. Factores de comercio exterior**

En la tabla 17, se muestra el cambio de divisas online, en el cual los colaboradores que están en una posición neutral se encuentran en primer lugar con un 39.29%, seguido un 37.24% de acuerdo, un 21.94% totalmente de acuerdo y un 1.53% en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra el cambio de divisas online, en el cual los colaboradores que están en una posición neutral se encuentran en primer lugar con un 39.29%, seguido un 37.24% de acuerdo, un 21.94% totalmente de acuerdo y un 1.53% en desacuerdo

En la tabla 17, se muestra como el tipo de cambio favorece a las exportaciones, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 50.51%, seguido un 26.53% totalmente de acuerdo, un 20.92% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra la participación de colaboradores en planificación, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 50.51%, seguido un 26.53% totalmente de acuerdo, un 20.92% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

En la tabla 17, se muestra si la empresa debe usar otros medios de pago, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 45.92%, seguido un 28.57% con totalmente de acuerdo, un 20.41% con una posición neutral y un 5.10% en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra la empresa debe usar otros medios de pago, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 45.92%, seguido un 28.57% con totalmente de acuerdo, un 20.41% con una posición neutral y un 5.10% en desacuerdo.

En la tabla 17, se muestra los beneficios de operación internacional en la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.86%, seguido un 29.59% con totalmente de acuerdo, un 17.35% con una posición neutral, un 9.69% en desacuerdo y un 0.51% totalmente de acuerdo.

En la figura 12, se muestra los beneficios de operación internacional, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.86%, seguido un 29.59% con totalmente de acuerdo, un 17.35% con una posición neutral, un 9.69% en desacuerdo y un 0.51% totalmente de acuerdo.

En la tabla 17, se muestra las operaciones internacionales de la empresa, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 54.08%, seguido un 29.59% con totalmente de acuerdo, un 15.82% con una posición neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra las operaciones internacionales, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 54.08%, seguido un 29.59% con totalmente de acuerdo, un 15.82% con una posición neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la tabla 17, se muestra los recursos necesarios para comercializar, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.35%, seguido un 25.51% con totalmente de acuerdo, un 21.43% con una posición neutral, un 9.69% en desacuerdo y un 1.02% totalmente en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra los recursos necesarios para comercializar, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 42.35%, seguido un 25.51% con totalmente de acuerdo, un 21.43% con una posición neutral, un 9.69% en desacuerdo y un 1.02% totalmente en desacuerdo.

En la tabla 17, se muestra el asesoramiento para las operaciones internacionales, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 52.04%, seguido un 26.53% con totalmente de acuerdo, un 20.92% con una posición neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra el asesoramiento para las operaciones internacionales, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 52.04%, seguido un 26.53% con totalmente de acuerdo, un 20.92% con una posición neutral y un 0.51% en desacuerdo.

En la tabla 17, se muestra la frecuencia para exportar, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 48.47%, seguido un 34.18% con totalmente de acuerdo, un 15.31% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra la frecuencia para exportar, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 48.47%, seguido un 34.18% con totalmente de acuerdo, un 15.31% con una posición neutral y un 2.04% en desacuerdo.

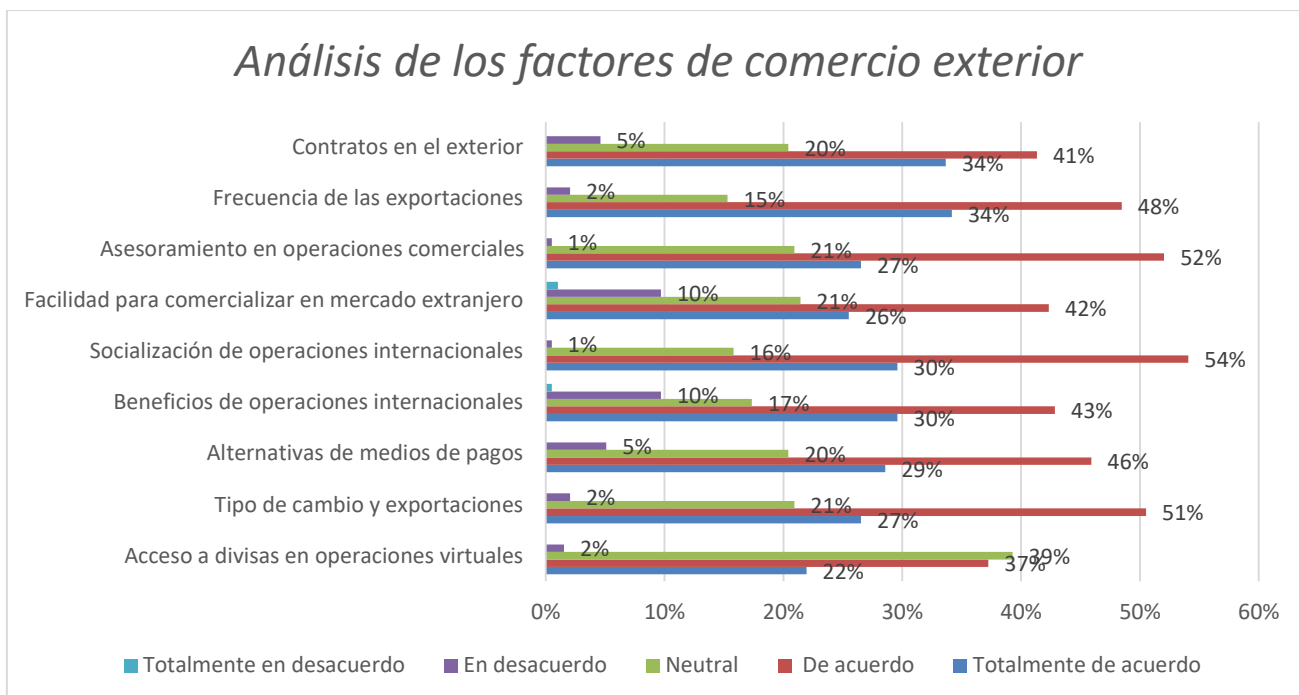
En la tabla 17, se muestra los contratos en el exterior, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 41.33%, seguido un 33.67% con totalmente de acuerdo, un 20.41% con una posición neutral y un 4.59% en desacuerdo.

En la figura 12, se muestra los contratos en el exterior, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 41.33%, seguido un 33.67% con totalmente de acuerdo, un 20.41% con una posición neutral y un 4.59% en desacuerdo.

se muestra que los ingresos obtenidos están dentro de lo previsto, en el cual los colaboradores que están de acuerdo se encuentran en primer lugar con un 50.51%, seguido un 31.63% con totalmente de acuerdo, un 16.33% con neutral y un 1.53% en desacuerdo.

*Tabla 17 Análisis de los factores de comercio exterior*

| <b>Descripción</b>                                 | <b>Totalmente de acuerdo</b> | <b>De acuerdo</b> | <b>Neutral</b> | <b>En desacuerdo</b> | <b>Totalmente en desacuerdo</b> | <b>Total</b> |
|----------------------------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------------------------------|--------------|
| Acceso a divisas en operaciones virtuales          | 22%                          | 37%               | 39%            | 2%                   | 0%                              | 100%         |
| Tipo de cambio y exportaciones                     | 27%                          | 51%               | 21%            | 2%                   | 0%                              | 100%         |
| Alternativas de medios de pagos                    | 29%                          | 46%               | 20%            | 5%                   | 0%                              | 100%         |
| Beneficios de operaciones internacionales          | 30%                          | 43%               | 17%            | 10%                  | 1%                              | 100%         |
| Socialización de operaciones internacionales       | 30%                          | 54%               | 16%            | 1%                   | 0%                              | 100%         |
| Facilidad para comercializar en mercado extranjero | 26%                          | 42%               | 21%            | 10%                  | 1%                              | 100%         |
| Asesoramiento en operaciones comerciales           | 27%                          | 52%               | 21%            | 1%                   | 0%                              | 100%         |
| Frecuencia de las exportaciones                    | 34%                          | 48%               | 15%            | 2%                   | 0%                              | 100%         |
| Contratos en el exterior                           | 34%                          | 41%               | 20%            | 5%                   | 0%                              | 100%         |



*Figura 12 Análisis de los factores de comercio exterior*

#### **4.4. Discusión de resultados**

Para (Carmona, 2019) en el proceso de exportación de café es importante conocer desde la forma en que se exporta, ya sea tostado o verde, el tipo de empaque y la cantidad de kilos en cada empaque, como se transporta, por donde se transporta, que cuidados hay que tener en cuenta para la exportación, soporte logístico desde el origen hasta el puerto internacional, para el caso, Alemania. Dicho análisis permite estimar los costos de exportación para que el caficultor incluído el transporte nacional e internacional, teniendo en cuenta documentos, tiempos, modos y formas de embalaje y otros trámites. En la investigación factores que influyen en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, en el año 2022; creemos que es sumamente necesario el análisis de todo el proceso productivo que inicia en las fincas y termina en los hogares de las familias que consumen café en el Perú y en el extranjero, este

conocimiento permite identificar las deficiencias, analizarlas y plantear mejoras que pueden adicionarse a la calidad y reconocimiento de nuestro café en el mundo.

Según (Alcaráz, V.; Hernández, A. , 2018) señala factores clave que son determinantes y a la vez de mucha influencia en la producción y exportación de café; dichos factores influyentes en las exportaciones son de tipo interno y externo que afectan al desarrollo exportador de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Para el caso peruano lo resaltante es el avance en las organizaciones de productores de café constituidos por lo general en cooperativas agrarias, luego de la calidad del producto este tipo de organización de primer piso (Cooperativas, Asociaciones) y de segundo piso (Junta Nacional del Café) se ha convertido en ventaja competitiva que ha sumado a los logros y reconocimientos alcanzados hasta hoy a nivel internacional. A su vez los factores que influyen en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, identificados en el presente estudio son los factores naturales (temperatura, precipitación, humedad), factores de gestión de las organizaciones (planificación, control de calidad, clima organizacional, comercial y finanzas) y los factores de comercio exterior.

A su vez (Toribio, O. & Vasquez, V., 2019) explica que los principales factores que influyen en las exportaciones de café orgánico son las certificaciones orgánicas, el precio de venta de café, las carencias de las entidades exportadoras de café orgánico; en el caso del departamento de Cajamarca, los factores se concentran en naturales, gestión de las organizaciones de productores y los relacionados con las acciones de comercio exterior.

Por otro lado, (Gonzales, A. & Cafe, O., 2017) estudian los factores limitantes para el comercio exterior como la gestión administrativa en las empresas que agrupan de productores de café, ellos están poco preparados, desmotivados para maximizar la producción y resalta que los factores siguen siendo recursos que ayudaran a acceder a nuevos mercados internacionales. Para nuestra investigación titulada factores que influyen en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, son relevantes la planificación, control de calidad, clima organizacional, comercial y finanzas.

A su turno (Arevalo, F. & Ihuaquai, C., 2018) identifican factores en el comercio exterior como el consumo mundial de café en mercado en constante crecimiento con tasa promedio anuales superiores a la del consumo poblacional de café; lo cual muestra un mercado atractivo para los caficultores. En el estudio factores que influyen en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, los factores de comercio exterior analizados están referidos al acceso a divisas en operaciones virtuales, tipo de cambio y exportaciones, alternativas de medios de pagos, beneficios de operaciones internacionales, socialización de operaciones internacionales, facilidad para comercializar en mercado extranjero, asesoramiento en operaciones comerciales, frecuencia de las exportaciones, contratos en el exterior.

Seguidamente, (Castañeda, 2018) indica que los factores de exportación del café peruano son: el precio mundial de café, precio sustituto y el ingreso per cápita de los principales exportadores de café peruano. Para el estudio factores que influyen en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, los factores de comercio exterior analizados están referidos al acceso a divisas en operaciones virtuales, tipo de cambio y exportaciones, alternativas de medios de pagos, beneficios de



operaciones internacionales, socialización de operaciones internacionales, facilidad para comercializar en mercado extranjero, asesoramiento en operaciones comerciales, frecuencia de las exportaciones, contratos en el exterior.

Por otra parte (Perez, V. & Quicio, B., 2016) sobre el impacto de las exportaciones de café en el PBI y su participación en el desarrollo en el mercado económico regional; se requiere el manejo de cultivos, riego computarizado, mejoramiento de espacios, luchar contra la pobreza debido que la producción para la exportación genera empleos sostenibles y garantiza el crecimiento económico de la región. Para el estudio factores que influyen en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, los factores naturales están evidenciados en la temperatura promedio, precipitación promedio, humedad relativa.

A su vez (Goicochea, E. & Medina, M., 2016), sobre las variables macroeconómicas que influyen en las exportaciones peruanas de café se analiza mediante un Vector de Integración de Error (VEC); señala que las exportaciones peruanas al mercado alemán son explicadas mediante variables como tipo de cambio alemán, PBI de Alemania. Para el estudio factores que influyen en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, los factores relacionados con la macroeconomía están los relacionados con el comercio exterior como el acceso a divisas en operaciones virtuales, tipo de cambio y exportaciones, alternativas de medios de pagos, beneficios de operaciones internacionales, socialización de operaciones internacionales, facilidad para comercializar en mercado extranjero, asesoramiento en operaciones comerciales, frecuencia de las exportaciones, contratos en el exterior.

Finalmente (Marín, M. & Peralta, R., 2015) al identificar las variables económicas que determinan la exportación de café en el Perú; con relación al precio internacional, superficie cosechada y tipo de cambio de acuerdo a las exportaciones de café. De esta manera los resultados realizados por estos autores son muy relevantes para una economía creciente, aumento del PBI nacional, mejorar estilos de vida y motivar a los caficultores dado que; de ellos depende las estrategias y competencias en el comercio internacional.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- **Objetivo general:** Determinar los factores en la exportación de café, del departamento de Cajamarca 2022.

**Conclusión:** Los factores en la exportación de café, del departamento de Cajamarca al 2022, resaltan los *factores naturales*, y dentro de ellos la temperatura promedio entre 14 y 16°C en las fincas, las precipitaciones entre 600 y 800 mm y, la humedad entre 62 y 66%; dentro de los *factores de gestión de las organizaciones* se resalta la capacidad de planificación, reconocida por el 39.80% de colaboradores de las organizaciones de productores, sobre el control de calidad el 25% resaltan la importancia, el clima organizacional es el 26%, el aspecto comercial es el 41.84% y en el aspecto financiero el 31.12% de colaboradores están totalmente de acuerdo que es necesario su análisis y seguimiento en las organizaciones productivas dedicadas al cultivo y comercialización de café.

- **Primer objetivo específico:** Identificar las características que presentan los factores naturales para la exportación de café, del departamento de Cajamarca.

**Conclusión:** Los factores naturales para la exportación de café del departamento de Cajamarca son la temperatura, precipitación y humedad relativa; la temperatura promedio anual en Cajamarca del 2010 al 2021 no varió mucho, pues estuvo entre 14

y 16°C, pero está un poco por debajo de lo ideal que es 20°C aproximadamente para un buen crecimiento de plantas de café; la precipitación total anual del año 2011 fue casi el doble a comparación del año anterior, para el año 2012 disminuyó considerablemente y en los años siguientes se mantuvo entre 600 y 800 mm y finalmente la humedad relativa anual de esa región entre esos años fue menor al requisito de humedad óptima según MIDAGRI, ya que estuvo entre 62 y 66%.

- Segundo objetivo específico: Determinar las características que presentan los factores de gestión en las organizaciones de productores en la exportación de café, del departamento de Cajamarca.

Conclusión: Los factores de gestión en las organizaciones de productores en la exportación de café, del departamento de Cajamarca, resaltan la planificación, control de calidad, clima organizacional, aspecto comercial y el aspecto financiero. Respecto a la evaluación del proceso de planificación, el 54.08% de colaboradores consultados señalan estar de acuerdo, un 39.80% está totalmente de acuerdo y un 6.12% respondieron neutral (no sabe no opina); sobre el control de gestión para alcanzar metas en la organización, los colaboradores están de acuerdo en un 49.49%, el 25% está totalmente de acuerdo, un 22.96% no tiene una posición y un 2.55% en desacuerdo; sobre el clima organizacional en organizaciones cafetaleras, el 56.12% de colaboradores están de acuerdo que se cumple en su organización, seguido un 26.02% con totalmente de acuerdo, un 16.84% no tiene una posición y un 1.02% en desacuerdo; en el aspecto comercial los colaboradores confirman aplicar estrategia, el 47.45% está de acuerdo, el 41.84% en totalmente de acuerdo, un 10.20% no tiene

una posición y un 0.51% en desacuerdo; y finalmente en el aspecto financiero el 54.59% de colaboradores están de acuerdo que se aplica en la organización, un 31.12% están de acuerdo, un 12.24% no tiene una posición y un 2.04% en desacuerdo.

- Tercer objetivo específico: Estudiar las características que presentan los factores de comercio exterior en la exportación de café, del departamento de Cajamarca.

Conclusión: Los factores de comercio exterior en la exportación de café, del departamento de Cajamarca son acceso a divisas en operaciones virtuales, el tipo de cambio y exportaciones, alternativas de medios de pagos, beneficios de operaciones internacionales, socialización de operaciones internacionales, facilidad para comercializar en mercado extranjero, asesoramiento en operaciones comerciales, frecuencia de las exportaciones y contratos en el exterior; siendo las más importantes los contratos en el exterior y la frecuencia de las exportaciones ambas con el 34% del totalidad de acuerdo en los colaboradores, así mismo la socialización de operaciones internacionales y beneficios de operaciones internacionales con el 30% de colaboradores, el 29% están preocupados por las alternativas de medios de pago, el 27% se preocupa por el tipo de cambio y exportaciones, por recibir asesoría en operaciones comerciales y el 26% esperan facilidades para comercializar en mercado extranjero.

## 5.2 RECOMENDACIONES

- Para las exportaciones es de gran importancia tener en cuenta los factores naturales; temperatura promedio, precipitación promedio y humedad relativa que son determinantes a la hora del cultivo y la producción de productos agrícolas (café), ya que, pueden contribuir de manera ventajosa y desventajosa para el crecimiento de las plantas y de esa manera incurrir en mayor inversión para los productores.
- Es necesario tener en cuenta los factores de gestión; planificación, control de calidad, clima organizacional, aspecto comercial y aspecto financiero, y de esa manera poder generar una mejora interna y externa en la organización y con ello obtener un mejor desempeño a la hora de realizar las exportaciones para tener una mayor aceptación en el mercado extranjero.
- Es recomendable también tener en cuenta factores de comercio exterior; acceso a divisas en operaciones virtuales, tipo de cambio y exportaciones, alternativas de medios de pago, beneficios de operaciones internacionales, facilidad para comercializar en mercado extranjero, asesoramiento en operaciones comerciales, frecuencia de las exportaciones y contratos en el exterior, para ello, es necesario contar con un equipo especializado en comercio exterior y a la vez que se encuentre en constante actualización.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaráz, V.; Hernández, A. . (2018). *Factores competitivos para la exportación de café a Estados Unidos Caso: Xicotepec, Puebla, México*. . México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Arevalo, F. & Ihuaquai, C. (2018). *Estudio del mercado de exportación de cafe en el distrito de Lonya Grande- Region Amazonas periodo 2015*. Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.
- Carmona, Á. (2019). *Logística Internacional de la Exportación de Café Colombiano a Alemania*. . Bogotá.
- Castañeda, R. (2018). *Factores determinantes de la exportación de cafe en el Peru; periodo 1994-2016*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Castillo, L. (2017). *Estrategia y avances en la asistencia técnica de la JNC*.
- Costa, I. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Revista Latino-Americana de Enfermagem* .
- Dongo, H. & Pequeño, A. (2019). *Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES del Sector textil y confecciones en Lima Metropolitana*. Lima: Universiad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Goicochea, E. & Medina, M. (2016). *"Las variables macroeconomicas que influyen en las exportaciones peruanas de cafe", de mercado aleman, en los años 2007-2015*. Cajamarca: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.
- Gonzales, A. & Cafe, O. (2017). *Factores que influyen en la produccion exportable de cafe de la region Amazonas*. Lima: Universidad de San Martin de Porres.
- Guevara, G, V. A. (2020). Metodologías de Investigación Educativa (Descriptivas, Experimentales, Participativas y de Investigación - Acción). *Recimundo*, 166.
- Kotler, P. (2000). *Administracao de Marketing*. Sao Paulo, Brasil: Prentice Hall.
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 34. Obtenido de Dialnet .
- Marín, M. & Peralta, R. (2015). *Determinantes que explican el comportamiento de las exportaciones de cafe en el Peru una aproximacion empirica 1991-2015*. Cajamarca: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.



- Midagri. (s.f.). *Ministerio de Desarrollo Agrario y Riesgo*. Obtenido de Ministerio de Desarrollo Agrario y Riesgo : [https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/666-ipor-que-es-importante-exportar-la-razon-de-ser-economica#:~:text=Obtener%20divisas%20\(reservas\)%20%2F%20medios,grado%2C%20generar%20mayores%20ingresos%20fiscales](https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/666-ipor-que-es-importante-exportar-la-razon-de-ser-economica#:~:text=Obtener%20divisas%20(reservas)%20%2F%20medios,grado%2C%20generar%20mayores%20ingresos%20fiscales)
- Mondragón, V. ( 2016). *La Inteligencia de mercados en la exportación*. . Diario del Exportador.
- Ortíz, E. (Mayo de 26 de 2020). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/56398748/compensación-por-tiempo-de-servicio-cts>
- Pérez, C. (2018). *Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales*. Obtenido de Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales : <https://www.cien.adexperu.org.pe/impacto-de-las-exportaciones-en-la-economia/>
- Perez, V. & Quicio, B. (2016). *Las exportaciones de café y su impacto en el crecimiento del PBI en la region Lambayeque 2001-2013*. Pimentel: Universidad Señor de Sipan.
- PromPerú. (2016). *Guía de Orientación para la Exportación de Servicios en el Marco de Los Acuerdos Comerciales Suscritos por el Perú*.
- Regalado, A. (2006). *¿Qué es la calidad en el café?*. Chapingo, Mexico: Universidad Autónoma de Chapingo.
- Rendón-Macías, Mario. & Villasís-Keeve, M. & Miranda-Navales, M. (7 de Diciembre de 2020). (2016). *Estadística descriptiva*. Obtenido de Revista Alergia México, 63(4),397-407.: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4867/486755026009>
- Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. (2007). *Revista Latino-Americana de Enfermagem* .
- Rojas, A. (2022). *Experto en Comercio Exterior. CEO Inteligencia Comercial. Los 7 beneficios de exportar*. Lider Empresarial.
- SUNAT. (20 de Julio de 2020). *SUNAT*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe>
- Tamayo, T. (1997). *Tesis de Investigación*. . Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Toribio, O. & Vasquez, V. (2019). *Análisis de los Factores que Influyen en las Exportaciones de Café Orgánico hacia el mercado de los Estados Unidos entre los años 2011-2017*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

## ANEXOS

### Anexo 1

#### CUESTIONARIO DE FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ, DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA 2020, SECTOR EL HUITO - JAÉN

**Objetivo:** Recopilar información de las empresas del Sector El Huito, Jaén; con la finalidad de conocer sobre los factores en la exportación de café.

**Instrucción:** Marque usted con un (X), su respuesta de acuerdo al grado de acuerdo con las afirmaciones propuestas. La tabla mostrada para el desarrollo de la encuesta, presenta el significado de la escala mencionada.

**Nota:** Lea con detenimiento las alternativas de respuestas propuestas en la encuesta, expresadas en el cuestionario.

Escriba usted el número que más lo identifique.

Escriba usted solo una alternativa por ítem.

*Alternativas por ítems*

|                          |          |
|--------------------------|----------|
| Totalmente de acuerdo    | <b>5</b> |
| De acuerdo               | <b>4</b> |
| Neutral                  | <b>3</b> |
| En desacuerdo            | <b>2</b> |
| Totalmente en desacuerdo | <b>1</b> |

En base al requerimiento de investigación

### I. Datos generales

1.1. Edad: .....

1.4. Grado de instrucción: .....

1.2. Sexo: .....

1.5. Tiempo de servicio: .....

1.3. Estado civil: .....

### II. Cuestionario

| Item                 | Exportación                                                                                                   | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutral | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|---------|---------------|--------------------------|
| <b>Planificación</b> |                                                                                                               |                       |            |         |               |                          |
| <b>1</b>             | ¿En la organización los colaboradores participan en la planificación para lograr los objetivos de la empresa? |                       |            |         |               |                          |
| <b>2</b>             | ¿Es necesario que una empresa cuente con una planeación estratégica?                                          |                       |            |         |               |                          |
| <b>3</b>             | ¿La empresa cuenta con un plan de exportación adecuado?                                                       |                       |            |         |               |                          |
| <b>4</b>             | ¿La empresa necesita elaborar nuevos planes de exportación?                                                   |                       |            |         |               |                          |

|                             |                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| <b>Control de calidad</b>   |                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
| <b>5</b>                    | ¿En la empresa existe un control de gestión para alcanzar las metas de manera eficaz?                                              |  |  |  |  |  |
| <b>6</b>                    | ¿En la empresa existe una inspección en el producto que permitirá ser mejor que la competencia?                                    |  |  |  |  |  |
| <b>7</b>                    | ¿La empresa mantiene un control adecuado con respecto a sus exportaciones?                                                         |  |  |  |  |  |
| <b>8</b>                    | ¿Está usted de acuerdo con el control de calidad de la empresa?                                                                    |  |  |  |  |  |
| <b>9</b>                    | ¿La empresa está cumpliendo con el objetivo de las ventas?                                                                         |  |  |  |  |  |
| <b>Clima organizacional</b> |                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
| <b>10</b>                   | ¿Se siente orgulloso de trabajar para esta organización?                                                                           |  |  |  |  |  |
| <b>11</b>                   | ¿Considera usted que el medio de pago por su trabajo es el adecuado?                                                               |  |  |  |  |  |
| <b>12</b>                   | ¿Conoce otros medios de pagos por la cual puede ser remunerado?                                                                    |  |  |  |  |  |
| <b>13</b>                   | ¿Está usted satisfecho con su empleador con respecto al medio de pago?                                                             |  |  |  |  |  |
| <b>Comercial</b>            |                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
| <b>14</b>                   | ¿Cree usted que las ventas de la empresa tienen que ver con el incremento de la publicidad?                                        |  |  |  |  |  |
| <b>15</b>                   | ¿Considera usted que la forma de presentación del producto influye en las ventas?                                                  |  |  |  |  |  |
| <b>16</b>                   | ¿Cree usted que un tipo de cambio elevado afecta a los ingresos de la empresa?                                                     |  |  |  |  |  |
| <b>17</b>                   | ¿En su opinión, el tipo de cambio beneficia de alguna manera a la empresa?                                                         |  |  |  |  |  |
| <b>Comercio exterior</b>    |                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
| <b>18</b>                   | ¿Considera usted cambiar divisas vía online?                                                                                       |  |  |  |  |  |
| <b>19</b>                   | ¿Cree usted que el tipo de cambio es favorable para las exportaciones?                                                             |  |  |  |  |  |
| <b>20</b>                   | ¿Cree usted que la empresa debería de usar otros medios de pago?                                                                   |  |  |  |  |  |
| <b>21</b>                   | ¿Usted conoce los beneficios que permite una operación internacional?                                                              |  |  |  |  |  |
| <b>22</b>                   | ¿Los colaboradores de la empresa cuentan con la información necesaria con respecto a las operaciones internacionales que realizan? |  |  |  |  |  |

|                 |                                                                                                           |  |  |  |  |  |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 23              | ¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para comercializar en el mercado extranjero?               |  |  |  |  |  |
| 24              | ¿La empresa, cuenta con un asesoramiento al momento de realizar operaciones comerciales?                  |  |  |  |  |  |
| 25              | ¿Con qué frecuencia su empresa realiza sus exportaciones?                                                 |  |  |  |  |  |
| 26              | ¿La empresa cuenta con contratos en el exterior?                                                          |  |  |  |  |  |
| <b>Finanzas</b> |                                                                                                           |  |  |  |  |  |
| 27              | ¿La empresa cuenta con el capital necesario para realizar inversiones?                                    |  |  |  |  |  |
| 28              | ¿Conoce usted los intereses de los bancos por las inversiones que realiza la empresa?                     |  |  |  |  |  |
| 29              | ¿Conoce usted si la empresa posee la riqueza suficiente en cuanto a sus recursos de producción necesaria? |  |  |  |  |  |
| 30              | ¿Los ingresos de la empresa aumentan su rentabilidad y su riqueza?                                        |  |  |  |  |  |
| 31              | ¿La rentabilidad de la empresa es la adecuada?                                                            |  |  |  |  |  |
| 32              | ¿La empresa está conforme con los ingresos que tiene?                                                     |  |  |  |  |  |

## Anexo 2. Matriz de consistencia

| <b>PROBLEMA</b>                                                                                                                                                     | <b>OBJETIVOS</b>                                                                                                                                                   | <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                       | <b>INDICADORES</b>                                                                                                                                                                                                                                   | <b>METODOLOGÍA</b>                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cuáles son los factores en la exportación de café, en el departamento de Cajamarca 2022?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> | <p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar los factores en la exportación de café, en el departamento de Cajamarca 2022.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> | <p><b>VARIABLE</b></p> <p>Exportación</p> <p>Se entiende por exportación a la comercialización, que realizan los mercados extranjeros para generar ganancias en moneda extranjera.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación</li> <li>• Control</li> <li>• Ventas rentables</li> <li>• Tipo de cambio</li> <li>• Medio de pago</li> <li>• Operaciones internacionales</li> <li>• Inversiones</li> <li>• Riqueza</li> </ul> | <p><b>POBLACIÓN</b></p> <p>Constituida por productores cafetaleros en la zona norte del departamento de Cajamarca, Cutervo, Jaén, San Ignacio.</p> <p><b>MUESTRA</b></p> <p>196 personas productores de café,</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                            |  |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>¿Cuál es el impacto que tiene la competencia de las empresas que agrupan el sector de cafetaleros en la exportación de café del departamento de Cajamarca 2022?</p> <p>¿Cómo afecta la calidad en la exportación de café del</p> | <p>Identificar las características que presentan los factores naturales en la exportación de café, del departamento de Cajamarca.</p> <p>Determinar las características que presentan los factores de gestión en las</p> | <p><b>DIMENSIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercialización.</li> <li>• Moneda extranjera</li> <li>• Mercado extranjero</li> </ul> |  | <p>del sector el Huito, Jaén.</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</b></p> <p>Descriptiva</p> <p><b>TIPO DE INVESTIGACION</b></p> <p>Aplicada - no experimental</p> <p><b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</b></p> <p>Método analítico, inductivo y deductivo</p> <p><b>DISEÑO</b></p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                           |  |  |                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--------------------------------------------------------------------------------|
| <p>departamento de<br/>Cajamarca 2022?<br/>¿Cómo influye el<br/>precio en la<br/>exportación de<br/>café del<br/>departamento de<br/>Cajamarca 2022?</p> | <p>organizaciones<br/>de productores<br/>en la<br/>exportación de<br/>café, del<br/>departamento de<br/>Cajamarca.<br/><br/>Estudiar las<br/>características<br/>que presentan<br/>los factores de<br/>comercio<br/>exterior en la<br/>exportación de</p> |  |  | <p>Transeccional o<br/>transversal<br/><b>INSTRUMENTO</b><br/>Cuestionario</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                            |  |  |  |
|--|--------------------------------------------|--|--|--|
|  | café, del<br>departamento de<br>Cajamarca. |  |  |  |
|--|--------------------------------------------|--|--|--|



**FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS**

Informe: Juicio de experto para medir la Primera Variable: Exportación

TITULO: "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACION DE CAFÉ, DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, 2020"

AUTORES DEL INSTRUMENTO: Dávila Díaz, Yuleisi  
Juloapoma Vargas, Mayra Jhudit

**ASPECTOS DE VALIDACION**

| INDICADORES        | CRITERIOS                                        | DEFICIENTE<br>0-20 |    |    |    | REGULAR<br>21-40 |    |    |    | BUENA<br>41-60 |    |    |    | MUY BUENA<br>61-80 |    |    |    | EXCELENTE<br>81-100 |    |    |     |
|--------------------|--------------------------------------------------|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|---------------------|----|----|-----|
|                    |                                                  | 0                  | 6  | 11 | 16 | 21               | 26 | 31 | 36 | 41             | 46 | 51 | 56 | 61                 | 66 | 71 | 76 | 81                  | 86 | 91 | 96  |
| 1. Claridad        | Esta formulado con lenguaje apropiado            | 5                  | 10 | 15 | 20 | 25               | 30 | 35 | 40 | 45             | 50 | 55 | 60 | 65                 | 70 | 75 | 80 | 85                  | 90 | 95 | 100 |
| 2. Objetividad     | Esta expresado en directivas observables         |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 3. Actualidad      | Adecuado al avance de la administración          |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 4. Organización    | Contiene una estructura lógica                   |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 5. Suficiencia     | Comprende los elementos en cantidad y calidad    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 6. Intencionalidad | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 7. Consistencia    | Utiliza suficientes referencias bibliográficas   |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 8. Coherencia      | Entre Hipótesis dimensiones e indicadores        |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 9. Metodología     | Cumple con los lineamientos metodológicos        |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |
| 10. Pertinencia    | Es asertivo y funcional para la ciencia          |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    | X                   |    |    |     |

II OPINION DE LA APLICACION: Excelente Firma del experto:.....  
 III PROMEDIO DE LA VALIDACION: 85 Apellidos y Nombres: Isaias Montenegro Cabrera  
 Lugar y Fecha: Cajamarca, 22 de octubre 2020 DNI: 26675663

**FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS**

Informe: Juicio de experto para medir la Primera Variable: Exportación

TITULO: "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ, DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, 2020"

AUTORES DEL INSTRUMENTO: Dávila Díaz, Yuleisi  
Juloapoma Vargas, Mayra Jhudit

**ASPECTOS DE VALIDACION**

| INDICADORES        | CRITERIOS                                        | DEFICIENTE<br>0-20 |   |    |    | REGULAR<br>21-40 |    |    |    | BUENA<br>41-60 |    |    |    | MUY BUENA<br>61-80 |    |    |    | EXCELENTE<br>81-100 |    |    |    |    |
|--------------------|--------------------------------------------------|--------------------|---|----|----|------------------|----|----|----|----------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|---------------------|----|----|----|----|
|                    |                                                  | 0                  | 6 | 11 | 16 | 21               | 26 | 31 | 36 | 41             | 46 | 51 | 56 | 61                 | 66 | 71 | 76 | 81                  | 86 | 91 | 96 |    |
| 1. Claridad        | Esta formulado con lenguaje apropiado            |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    | 85 |    |
| 2. Objetividad     | Esta expresado en directivas observables         |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 3. Actualidad      | Adecuado al avance de la administración          |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 4. Organización    | Contiene una estructura lógica                   |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 5. Suficiencia     | Comprende los elementos en cantidad y calidad    |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 6. Intencionalidad | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 7. Consistencia    | Utiliza suficientes referencias bibliográficas   |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 8. Coherencia      | Entre Hipótesis dimensiones e indicadores        |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 9. Metodología     | Cumple con los lineamientos metodológicos        |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |
| 10. Pertinencia    | Es asertivo y funcional para la ciencia          |                    |   |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |    | 85 |

II OPINION DE LA APLICACION: Excelente Firma del experto: .....  
 III PROMEDIO DE LA VALIDACION: 85 Apellidos y Nombres: Maceta: Hernandez Miguel Angel  
 Lugar y Fecha: Cajamarca, 22 de octubre del 2020 DNI: 17485544

FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

Informe: Juicio de experto para medir la Primera Variable: Exportación

TITULO: "FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ, DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA 2020"

AUTORES DEL INSTRUMENTO: Dávila Diaz, Yuleisi

Julcapoma Vargas, Mayra Jhudit

ASPECTOS DE VALIDACION

| INDICADORES        | CRITERIOS                                        | DEFICIENTE<br>0-20 |    |    |    | REGULAR<br>21-40 |    |    |    | BUENA<br>41-60 |    |    |    | MUY BUENA<br>61-80 |    |    |    | EXCELENTE<br>81-100 |    |    |     |
|--------------------|--------------------------------------------------|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|---------------------|----|----|-----|
|                    |                                                  | 0                  | 6  | 11 | 16 | 21               | 26 | 31 | 36 | 41             | 46 | 51 | 56 | 61                 | 66 | 71 | 76 | 81                  | 86 | 91 | 96  |
|                    |                                                  | 5                  | 10 | 15 | 20 | 25               | 30 | 35 | 40 | 45             | 50 | 55 | 60 | 65                 | 70 | 75 | 80 | 85                  | 90 | 95 | 100 |
| 1. Claridad        | Esta formulado con lenguaje apropiado            |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                | X  |    |    |                    |    | X  |    |                     |    |    |     |
| 2. Objetividad     | Esta expresado en directivas observables         |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 3. Actualidad      | Adecuado al avance de la administración          |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                | X  |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 4. Organización    | Contiene una estructura lógica                   |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                | X  |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 5. Suficiencia     | Comprende los elementos en cantidad y calidad    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    | X  |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 6. Intencionalidad | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados |                    |    |    |    |                  |    |    |    | X              |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 7. Coherencia      | Utiliza suficientes referencias bibliográficas   |                    |    |    |    |                  |    | X  |    |                |    |    |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 8. Coherencia      | Entre Hipotesis dimensiones e indicadores        |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    | X  |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 9. Metodología     | Cumple con los lineamientos metodológicos        |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    | X  |    |                    |    |    |    |                     |    |    |     |
| 10. Pertinencia    | Es asertivo y funcional para la ciencia          |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                |    |    |    | X                  |    |    |    |                     |    |    |     |

II. OPINION DE LA APLICACION: FAVORABLE

Firma del experto 

III. PROMEDIO DE LA VALIDACION: 55

Apellido: y Nombres: RUIZ HURTADO WILMAN MANUEL

Lugar y Fecha: Cajamarca, 27 de octubre de 2020

DNI: 10000440