

## Sistemas de comercialización de café (*Coffea arabica L*) en la región Amazonas 2018

### Coffee commercialization systems (*Coffea arabica L*) in the Amazon region 2018

Robert Merardo De La Cruz Alvarado<sup>1</sup>, Alex Guivin Guadalupe<sup>2</sup>

#### RESUMEN

El sector cafetalero es el más significativo del sector agrícola peruano, y el café es considerado actualmente como uno de los principales productos de agroexportación. La situación actual del sector muestra que, si bien en un momento mostró un crecimiento acelerado, en los últimos años se observa una disminución en la producción y rendimiento del cultivo, debido a la infestación de la plaga de roya en los cultivos del año 2013.

Actualmente el sector se viene recuperando, y esta situación se viene revirtiendo con la colaboración del Estado y las empresas privadas con la colaboración de entidades como son La Cámara Peruana del Café y del Cacao, El Ministerio de Agricultura y Riego en sus direcciones de Sierra y Selva Exportadora, Dirección de Transparencia y Acceso la información pública y Dirección de estadística agraria, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Turismo mediante PROMPERU entre otras.

En el presente trabajo de investigación Sistemas de comercialización para la exportación del café (*coffea arabica L.*) en la Región Amazonas, se presenta la estructura y sus diferentes etapas, el rendimiento y productividad de los cultivos los cuales permitirán impulsar dichos productos con un valor agregado para buscar el desarrollo sostenible del sector.

**Palabras clave:** Café, sistemas de comercialización, exportación, cadena productiva.

#### ABSTRACT

The coffee sector is the most significant in the Peruvian agricultural sector, and coffee is currently considered one of the main agricultural export products. The current situation of the sector shows that, although at one point it showed an accelerated growth, in recent years there has been a decrease in the production and yield of the crop, due to the infestation of the plague of rust in the crops of the year 2013.

Currently the sector is recovering, and this situation has been reversed with the collaboration of the State and private companies with the collaboration of entities such as the Peruvian Chamber of Coffee and Cocoa, the Ministry of Agriculture and Irrigation in their addresses of Sierra and Selva Exportadora, Directorate of Transparency and Access to public information and Agrarian Statistics Directorate, the Ministry of Foreign Affairs and Tourism through PROMPERU among others.

In this research work Marketing systems for the export of coffee (*coffea arabica L.*) in the Amazon Region, we present the structure and its different stages, the yield and productivity of the crops which will allow to promote these products with a value added to look for the sustainable development of the sector.

**Keywords:** Coffee, marketing systems, export, productive chain.

<sup>1</sup>Docente en Ingeniería en Agronegocios FIZAB-UNTRM. [rdelacruz@untrm.edu.pe](mailto:rdelacruz@untrm.edu.pe)

<sup>2</sup>Docente en Ingeniería en Agronegocios FIZAB-UNTRM. [alexguivin@gmail](mailto:alexguivin@gmail.com)

## I. INTRODUCCIÓN

El sistema comercial en la actualidad tiene deficiente acceso al mercado internacional, hoy en día las organizaciones de productores no cuentan con una oficina gerencial implementada para la gestión comercial, herramientas estratégicas para la búsqueda de clientes y los nuevos mercados, manejar contratos de compra y ventas internacionales de mercancías, fijación de precio, manejo de bolsa, búsqueda de financiamiento, etc. Teniendo en cuenta el crecimiento de las organizaciones y la incursión en diferentes mercados internacionales, este punto constituye en una enorme limitación a las organizaciones cafetaleras y corre el riesgo de incurrir en sanciones o pérdidas económicas por desconocimiento en la tributación y funcionamiento del mercado. Además, carece de personal calificado y equipos para el acopio, control del procesamiento del café de calidad.

El acopio del café arábica L. esta monopolizado por grandes empresas nacionales e internacionales como Altomayo, Perhusa, Nestlé, Comercio y Cia, Drayfus, Coinca, Volcafe y otros, que compran a bajos precios aplicando una competencia desleal en la cadena productiva del café principalmente los perjudicados económicamente son nuestros caficultores. Por ello el enfoque de este proyecto en el sector cafetalero del Amazonas es plantear un sistema de comercialización sostenible de acuerdo con nuestra realidad problemática que es el acceso al mercado internacional.

La exportación es uno de los principales pilares del crecimiento de la economía peruana, por esta razón esta investigación brindará los criterios fundamentales para exportar el café (*coffea arabica L.*), es la semilla del cafeto, un árbol que pertenece al grupo de las Rubiáceas que se ha consumido en América, teniendo una gran demanda en el mercado internacional.

Considerando el gran potencial y demanda del café en el mercado internacional, se ha visto la problemática, la falta de interés por obtener conocimiento y asesoramiento empresarial, o quizás egoísmo en impartir conocimiento empresarial, toda vez que con un buen asesoramiento, se contribuirán a reducir las deficiencias, y harán posible entrar al mercado internacional en forma más eficiente con un producto de alta calidad y competitivo, estándares de calidad requeridos para la exportación.

Con ésta investigación se pretende mejorar los sistemas de comercialización para ingresar al mercado internacional, siendo un trabajo de

relevancia social, este proyecto de Sistemas de comercialización para la exportación del café (*coffea arabica L.*) como alternativa para elevar la calidad de vida en la Región de Amazonas, y contribuirá al fortalecimiento y ampliación a las líneas de investigación de la Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología, Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios.

El desarrollo de esta investigación permitirá asegurar la rentabilidad económica de la empresa, así como generar más empleos, tanto para trabajadores técnicos como para profesionales especialistas logrando así mejorar el nivel económico y la calidad de vida de las personas

## II. MATERIAL Y MÉTODO

### Diseño de la investigación:

La investigación corresponde al descriptivo-transversal; el diseño utilizado para la investigación es transversal, debido a que se recolectaran datos en un momento y tiempo único; cuyo propósito es describir relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. (Hernández, 2003) La presente investigación, es de tipo no experimental y se estudiará la rentabilidad de la comercialización y la estandarización de calidad para la exportación del café (*coffea arabica L.*) en la Región Amazonas, reuniendo los estándares de calidad para el mercado internacional.

### Población

La población considerada para este proyecto sobre el sistema de comercialización para la exportación de café (Coffe Arábica L.) De la región de amazonas se tomaron de las cooperativas COOPARM, CEPPROA, UTCUBAMBA. CECAFE los funcionarios del área de comercialización de las cooperativas mencionadas.

### Muestra

La muestra de estudio que se va utilizar, en tanto se ajusta a las necesidades de la investigación, es una muestra no probabilística de tipo intencionada en la medida que es el investigador quien va a determinar el lugar y la muestra que se va a tomar en número de 16 funcionarios. En el presente caso se trata de la exportación de café, en cada cooperativa COOPARM, CEPPROA, UTCUBAMBA y CECAFE. mediante encuestas a los funcionarios, a este tipo de muestra se le conoce también con el nombre de muestra censal.

### III. RESULTADOS

El 50% de los encuestados analiza y estudiado el mercado cafetalero y su incidencia en el precio, y calidad mientras que el 50% no lo influye las tendencias de mercado.

En el impacto un que tiene el café con calidad certificación en el desempeño del producto en la exportación es considerado con un 87.5% de aceptación.

En la calidad del grano referido a lo sensorial, físico, sanitario y químico nuestros cafetaleros tenemos una aceptación del 87.5% lo cual demuestra que somos competitivos en el sector cafetalero. Asimismo, se ha identificado con 81.25% las oportunidades que tiene nuestro café gracias a las características organolépticas de nuestro grano de café internacional

En la actualidad no está claramente identificado las amenazas en el entorno nacional y regional que incida en los cafetaleros de Amazonas.

La identificación de las tendencias del sector del mercado alimentario del consumidor en orgánico con un 68.75% nos obliga a seguir fortaleciendo en las tendencias del mercado alimentario, Así mismo, se establece la falta de conocimientos al personal involucrado con 68.75% de desconocimiento

El 81.25% de los encuestados desconocen la utilizan de mecanismos de inteligencia comercial como una estrategia de comercialización para ingresar a nuevos mercados nacionales o internacionales. En el sector agrarias cafetaleras.

### IV. DISCUSIÓN

Escalante C. N. (2014), en su investigación titulada “Cambios en la demanda mundial de alimentos y la exportación de café orgánico (2005-2012).”, concluyó que: las agroexportaciones orgánicas elevan su participación dentro de las agroexportaciones y por ende se eleva el poder adquisitivo de los agricultores cafetaleros.

Ttito A. F y Chavez A. J. (2012), en su investigación titulada “Diseño del plan de marketing para la comercialización del café orgánico peruano hacia china, Arequipa 2012-2015”, concluyó que: que las estrategias principales a desarrollar con desarrollo del producto, en donde se requiere mejorar la mejora de la producción del café orgánico, desarrollo de mercado y el posicionamiento en base a la calidad y por último el marketing mix en donde se desarrolla la

diferenciación del producto, promoción y distribución, coincidimos cabalmente con la autor ya que en el estudio que realizamos planteamos como una de las principales estrategias es fortalecer a los agricultores cafetaleros y a que con ello lograremos una mayor venta de los productos satisfaciendo las necesidades del consumidor nacional e internacional.

### V. CONCLUSIONES

Se concluye que se debe elaborar un plan estratégico de internacionalización con la finalidad que el sector cafetalero cumpla con los estándares de calidad y por ende el sistema de comercialización sea más eficiente.

Se debe implementar el laboratorio comercial para aplicar las estrategias de inteligencias para identificar y aprovechar las oportunidades del mercado internacional de las cooperativas agrarias cafetaleras. Se considera que se debe fortalecer el cooperativismo en el segmento de encuestados que son indiferentes, teniendo que promover que el mercado convencional se transforme en mercado orgánico para satisfacer las necesidades del consumidor teniendo las tendencias del mercado alimentario.

Las cooperativas agrarias cafetaleras de nuestra región en el análisis de competencias en calidad de grano de café con son aceptables con un 87.5% por lo cual podemos orientarnos hacia una economía internacional.

### VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, J. y M. Ordinola. 2002. *Mercadeo de productos agropecuarios: Teoría y aplicaciones al caso peruano*. Lima: A4 Impresiones SRL.
- Ávila J., 2003. *Economía*. México. Umbral Editorial.
- Banco Interamericano de desarrollo. 2012. *Como exportar efectivamente a los estados Unidos*. Centro Nacional de
- Escalante C, N (2014). *Cambios en la demanda mundial de alimentos y la exportación de café orgánico (2005-2012)*. USMP. Lima .Perú.
- Planeamiento Estratégico [CEPLAN]. *Indicadores demográficos y socioeconómicos*.
- Brack, Antonio. 2012. *Diccionario de frutas y frutos del Perú* Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Colaiacoro, Juan Luis. 1993. *Proyectos de exportación y estrategias de marketing internacional*, Rio de Janeiro.
- Gregory N., y Rabasco E., 2007. *Principios de la*

- Economía*. España: Learning Edición.
- Hernández Sampieri y Mc Graw Hill. 2003. *Métodos de Investigación*, México.
- Hoyos, Juan Luis. 2011. Sandra Cecilia. *Incidencia en el nivel de los ingresos de los productores de la provincia de Luya departamento de Amazonas a causa de la exportación directa de café*.
- Lehmann, Donald R. 1993. *Investigación y análisis de mercado*, México. Compañía editorial Continental SA de CV.
- López B., 2010. *Los Pilares del Marketing*. Barcelona: Ediciones UPC.
- Martínez, F. 2005. *Comercialización agropecuaria: Un enfoque económico de las estrategias comerciales*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- MINAGRI 2013. “*Situación del mercado del café en grano*”, pág. 3 informe. Recuperado de: [www.minag.gob.pe/.../documento-de-analisis-economico](http://www.minag.gob.pe/.../documento-de-analisis-economico).
- MINAGRI (Ministerio de Agricultura y Riego, Pe) 2012. *Catálogo de Cultivares de Cacao del Perú*, 3da. Edición, 2014. Lima-Perú.
- MINAGRI (Ministerio de Agricultura y Riego, Pe) 2016. *Estudio del cacao en el Perú y en el mundo*, 4ta. Edición, 2016. Lima-Perú.
- MINAGRI, 2016. *Estudio del cacao en el Perú y en el mundo, un análisis de la producción y el comercio*. Primera edición. Dirección de estudios económicos e información agraria, Lima, Per
- Ttito A. F y Chavez A. J. (2012), en su investigación titulada “*Diseño del plan de marketing para la comercialización del café organico peruano hacia china, arequipa 2012-2015*” U. Católica de Santa María. Arequipa Perú.