



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACION DE CAFÉ  
CERTIFICADO Y ESPECIAL: LOS CAFETOS S.A.C”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR**

Bach. ATALAYA RAMIREZ, DARWIN ALI  
<https://orcid.org/0000-0002-3684-4518>

**ASESOR**

Dr. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM  
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

**JAÉN – PERÚ  
2022**

## **DEDICATORIA**

A mis hijos Carlos Darwin Atalaya Mena y Gianluca Ali Atalaya Mena, por ser la razón de mi existencia, y el impulso necesario para buscar nuevas metas en mi vida.

A mi esposa Rosaura Mena García, por ser mi compañera en esta carrera de la vida por estar siempre allí, en los momentos más difíciles que me tocó vivir como pequeño empresario y transformarme la vida al darme dos hijos maravillosos.

Los amo y gracias a todos.

**Atalaya Ramírez Darwin Ali**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecer a Dios el creador de todo lo que nos rodea, por su infinito amor y misericordia con todos a los que amo, por cuidarme y protegerme todos los días de mi vida, por permitir la culminación de esta investigación.

Agradecer a mi madre Adelina Noemí Ramírez Adriánzen y hermana Karely Yuliana Córdova Ramírez, por ayudarme con los detalles necesarios para la culminación de este proyecto.

Agradecer a mi asesor, Dr. Freddy William Castillo Palacios, por haber compartido su conocimiento profesional, brindando el asesoramiento necesario para la culminación de esta investigación.

Agradecer al Master en Agronegocios Francisco Raúl Tenorio Delgado Gerente Comercial de la empresa agroexportadora SELECT GRAINS, por haberme brindado información necesaria para la culminación de esta investigación.

A la Especialista PreQ Grader en control de calidad de cafés especiales Sonia Mestanza Hernández.

Gracias por siempre.

**Atalaya Ramírez Darwin Ali**

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la rentabilidad en la comercialización de cafés **certificados y especiales** que realizara la empresa LOS CAFETOS S.A.C; tomando como referencia los reportes dados de los últimos años de entidades especializadas en el rubro como la Junta Nacional de Café que dan cuenta del crecimiento del mercado de los cafés certificados, y a nivel mundial como la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), sobre el constante crecimiento del mercado para cafés especiales, la empresa proyecta reiniciar sus actividades empresariales en la comercialización en estos tipos de café, el contar con las relaciones y el compromiso comercial de proveedores que producen café bajo el cumplimiento de normas de sostenibilidad ambiental, social y económica y que son de la zona de influencia de la empresa, tener los contactos con traders y brókeres especializados en colocaciones en el mercado objetivo de estos tipos de café, el pertenecer y contar con capital humano como voluntarios en la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), poder hacer uso de la marca sectorial PERÚ para cafés especiales y de origen peruano y que viene siendo promovida por Promperú, contribuirá positivamente en un mediano plazo para que la empresa pueda generar crecimiento social y económico en el entorno de los productores de café de la provincia de Jaén.

Considerando los posibles escenarios económicos que se podrían presentar para la empresa y dada la coyuntura actual del constante crecimiento del mercado de café certificado y especial, se determina que el plan de negocio es viable, siendo este un negocio atractivo para los inversionistas y se recomienda realizar su ejecución.

# INDICE GENERAL

Contenido

<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	iii
<b>RESUMEN</b> .....	iv
<b>INDICE GENERAL</b> .....	v
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	ix
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xv
<b>1.1. Formulación de idea de negocio</b> .....	i
<b>1.2. Descripción de la empresa</b> .....	2
<b>1.3. Perfil de la empresa</b> .....	4
<b>1.4. Misión</b> .....	5
<b>1.5. Visión</b> .....	6
<b>1.6. Valores</b> .....	6
<b>1.7. El Producto</b> .....	6
<b>1.7.1. Café Especial</b> .....	7
<b>1.7.2. Tipos de Café Especial</b> .....	9
<b>1.8. Matriz FODA</b> .....	19
<b>1.9. FODA CRUZADO</b> .....	21
<b>1.9. Objetivos estratégicos generales</b> .....	22
<b>1.10. Modelo de Canvas</b> .....	23

<b>2.1.</b>	<b>Análisis del microentorno</b> .....	24
2.1.1.	Vías de comunicación .....	30
<b>2.2.</b>	<b>Análisis del macroentorno</b> .....	33
2.2.1.	Factores económicos .....	35
2.2.2.	Factores sociales.....	36
2.2.3.	Factores legales.....	37
2.2.4.	Factores ecológicos.....	38
2.2.5.	Factores políticos .....	38
2.2.6.	Factores tecnológicos .....	39
<b>3.1.</b>	<b>Oferta</b> .....	41
3.1.1.	Objetivos del estudio de la oferta.....	44
<b>3.2.</b>	<b>Demanda</b> .....	50
3.2.1.	Objetivos de la demanda.....	50
3.2.2.	Fuentes de información.....	51
<b>4.1</b>	<b>Mercado</b> .....	68
<b>4.2</b>	<b>Marketing mix</b> .....	74
4.2.1.	Producto .....	75
4.2.2.	Precio .....	76
4.2.3.	Plaza.....	78
4.2.4.	Unidad de medida utilizada para exportar el producto.....	78
4.2.5.	Promoción de la producción de LOS CAFETOS S.A.C.....	78
<b>5.1.</b>	<b>Localización de la empresa</b> .....	89

<b>5.1.1. Matriz de Macrolocalización</b> .....	89
<b>5.2. Tamaño del negocio</b> .....	92
<b>5.2.1. Layout</b> .....	95
<b>5.3. Necesidades</b> .....	100
<b>5.4. Costos</b> .....	104
<b>5.4.1. Costos de producción</b> .....	104
<b>5.4.2. Planilla de personal</b> .....	109
<b>5.5. Proceso de producción u operación</b> .....	111
<b>5.5.2. Descripción de las etapas de producción del café - LOS CAFETOS S.A.C</b> .....	114
<b>5.6. Certificaciones necesarias</b> .....	120
<b>5.6.1. Defensa Civil</b> .....	120
<b>5.6.2. Desinfección y fumigación de ambientes</b> .....	121
<b>5.6.3. Norma Técnica Peruana NTP 209.311:2019 cafés especiales</b> .....	121
<b>5.7. Impacto en el medio ambiente</b> .....	124
<b>5.8. Plan estructural de la empresa, (legal, personal y organizacional)</b> .....	126
<b>5.8.1 Constitución de la empresa</b> .....	126
<b>5.8.2. Como estará constituida la empresa (tipo de sociedad)</b> .....	127
<b>5.8.4. Organigrama y MOF de LOS CAFETOS S.A.C</b> .....	132
<b>6.1. Inversiones (estructura)</b> .....	139
<b>6.1.1. Inversión fija intangible</b> .....	139
<b>6.1.4. Plan de Inversión Inicial</b> .....	144

<b>6.2. Ingresos y egresos.</b> .....	145
<b>6.2.1. Ingresos</b> .....	145
<b>6.2.2. Egresos</b> .....	148
<b>6.3. Deuda</b> .....	150
<b>6.4.1. Flujo de caja moderado.</b> .....	154
<b>6.4.2. Flujo de caja pesimista</b> .....	155
<b>6.4.3 Flujo de caja optimista</b> .....	156
<b>6.5. Evaluación económica y financiera.</b> .....	157
<b>6.5.1. Punto de equilibrio</b> .....	157
<b>6.5.2. VAN y TIR económico y financiero, B/C costo beneficio</b> .....	158
<b>6.5.3. Sensibilidad del proyecto LOS CAFETOS S.A.C</b> .....	159
<b>6.6. Estados financieros proyectados.</b> .....	161
<b>VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	163
<b>7.1. Conclusiones.</b> .....	163
<b>7.2. Recomendaciones.</b> .....	169
<b>7.3. Bibliografía.</b> .....	171
<b>Referencias</b> .....	171
<b>7.4. Anexos</b> .....	180



## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1</b>	Clasificación del café según su puntaje final.....	15
<b>TABLA 2</b>	FODA de LOS CAFETOS S.A.C.....	20
<b>TABLA 3</b>	Importadoras de cafés especiales y certificados a las empresas ubicadas en Jaén .....	62
<b>TABLA 4</b>	Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona-Finca Churupampa .....	63
<b>TABLA 5</b>	Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona-Falcon Coffees .....	64
<b>TABLA 6</b>	Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona-Origin Coffee .....	65
<b>TABLA 7</b>	Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona-Caravela Perú.....	66
<b>TABLA 8</b>	Detalle del producto ofrecido.....	75
<b>TABLA 9</b>	Matriz de macrolocalización .....	90
<b>TABLA 10</b>	Matriz de microlocalización .....	91
<b>TABLA 11</b>	Equipos de laboratorio .....	101
<b>TABLA 12</b>	Mobiliario y materiales del area de control de calidad.....	101
<b>TABLA 13</b>	Equipos y materiales necesarios en recepción almacenamiento y exportación del café .....	102
<b>TABLA 14</b>	Mobiliario y equipos de oficina .....	102
<b>TABLA 15</b>	Materiales y equipos de emergencia.....	103
<b>TABLA 16</b>	Materia prima .....	103
<b>TABLA 17</b>	Mano de obra requerida .....	104
<b>TABLA 18</b>	Plan de producción de café certificado .....	105
<b>TABLA 19</b>	Plan de producción de café especial.....	106
<b>TABLA 20</b>	Costos de materia prima .....	107

<b>TABLA 21</b>	Costos totales de producción .....	107
<b>TABLA 22</b>	Análisis de costos de producción proyectados .....	108
<b>TABLA 23</b>	Planilla de personal .....	109
<b>TABLA 24</b>	Servicios por terceros (asesoría contable) .....	110
<b>TABLA 25</b>	Servicios básicos, útiles de oficina y limpieza .....	111
<b>TABLA 26</b>	Requisitos de calidad según NTP 209.311:2019 cafés especiales .....	122
<b>TABLA 27</b>	Subpartidas arancelarias para las importaciones y exportaciones de café .....	129
<b>TABLA 28</b>	Régimen laboral REMYPE .....	130
<b>TABLA 29</b>	Activos intangibles .....	140
<b>TABLA 30</b>	Activos tangibles .....	141
<b>TABLA 31</b>	Depreciación de activos tangibles.....	142
<b>TABLA 32</b>	Capital de trabajo (primeros 6 meses) .....	143
<b>TABLA 33</b>	Plan de inversión inicial.....	144
<b>TABLA 34</b>	Financiamiento.....	144
<b>TABLA 35</b>	Cotización del dólar al cierre de ventas futuras.....	145
<b>TABLA 36</b>	Ventas detalladas en el primer año de operaciones .....	146
<b>TABLA 37</b>	Ingresos totales del primer año .....	147
<b>TABLA 38</b>	Egresos detallados.....	149
<b>TABLA 39</b>	Tasa de interés ofrecida por las entidades bancarias .....	150
<b>TABLA 40</b>	Cuadro de cuotas por pagar.....	151
<b>TABLA 41</b>	Detalles del préstamo con el BBVA .....	153

<b>TABLA 42</b>	Flujo de caja moderado.....	154
<b>TABLA 43</b>	Flujo de caja pesimista.....	155
<b>TABLA 44</b>	Flujo de caja optimista.....	156
<b>TABLA 45</b>	Punto de equilibrio .....	157
<b>TABLA 46</b>	Evaluación financiera .....	158
<b>TABLA 47</b>	Sensibilidad del proyecto .....	159
<b>TABLA 48</b>	Evaluación financiera en tres escenarios .....	161
<b>TABLA 49</b>	Estado de resultados .....	162

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>FIGURA 1</b>	Ficha técnica del producto.....	13
<b>FIGURA 2</b>	Requisitos técnicos para cafés especiales .....	14
<b>FIGURA 3</b>	El WCR Lexicón .....	17
<b>FIGURA 4</b>	Rueda de sabores de Coffee Taster's .....	18
<b>FIGURA 5</b>	Las cinco fuerzas de Porter .....	26
<b>FIGURA 6</b>	Elementos que participan en el microentorno.....	27
<b>FIGURA 7</b>	Tipos de mercado .....	29
<b>FIGURA 8</b>	Ubicación de Jaén en el mapa del Perú .....	31
<b>FIGURA 9</b>	Macroentorno de LOS CAFETOS S.A.C .....	34
<b>FIGURA 10</b>	Mapa de la ruta de la ciudad de Jaén al puerto de Paita.....	42
<b>FIGURA 11</b>	Logo de la empresa ORIGIN COFFEE LAB S.A.C.....	46
<b>FIGURA 12</b>	Logo de la empresa FINCA CHURUPAMPA PERU SAC.....	47
<b>FIGURA 13</b>	Logo de la empresa CARAVELA PERU S.A.C.....	47
<b>FIGURA 14</b>	Logo de la empresa FALCON COFFEES PERU S.R.L.....	48
<b>FIGURA 15</b>	Ventas minoristas en cafeterías y tiendas centradas en café Europa año 2020 .....	51
<b>FIGURA 16</b>	Informe de la demanda en cafeterías y cafés de Reino Unido .....	53
<b>FIGURA 17</b>	Informe de la demanda en cafeterías de Canadá.....	54
<b>FIGURA 18</b>	Informe del consumo de café en cada provincia de Canadá.....	55
<b>FIGURA 19</b>	Porcentaje del total de tazas vendidas en cafeterías en cada estado-territorio de Australia .....	56
<b>FIGURA 20</b>	Estudio de mercado de Future Brands (perfil del cliente).....	57

<b>FIGURA 21</b>	Estudio de mercado de Future Brands (Perú no es aun un origen <b>top of mind</b> para el consumidor .....	57
<b>FIGURA 22</b>	Exportaciones de café peruano según tipo de precio, calidad, años y tipo de empresa .....	61
<b>FIGURA 23</b>	Precio implícito de exportación por tipo de café 2020 .....	70
<b>FIGURA 24</b>	Segmento de mercado de café orgánico antes y durante la pandemia del covid-19 .....	71
<b>FIGURA 25</b>	Porcentaje de exportaciones totales en volúmen de café certificado y de alta calidad.....	72
<b>FIGURA 26</b>	Condiciones necesarias para competir en mercados de alto valor.....	73
<b>FIGURA 27</b>	Objetivo de LOS CAFETOS S.A.C (contribuir a posicionar el café de origen peruano en la mente del consumidor en un producto <b>top of mind</b> ).....	74
<b>FIGURA 28</b>	Datos derivados del precio del café en tiempo real de la Bolsa de Nueva York .....	77
<b>FIGURA 29</b>	Correo de confirmación de membresía a la SCAA de LOS CAFETOS S.A.C.....	79
<b>FIGURA 30</b>	Ferias y eventos de cafés especiales en el mundo, año 2022-2023 .....	80
<b>FIGURA 31</b>	Ferias y eventos de cafés especiales en el mundo, año 2024 .....	81
<b>FIGURA 32</b>	Programa de voluntariado de la Specialty Coffee Association .....	82
<b>FIGURA 33</b>	Traducción del programa de voluntariado de la Specialty Coffee Association.....	83
<b>FIGURA 34</b>	Marcas sectoriales de café Promperú .....	86
<b>FIGURA 35</b>	Página de Facebook de LOS CAFETOS S.A.C .....	87
<b>FIGURA 36</b>	Brochure de LOS CAFETOS S.A.C.....	92
<b>FIGURA 37</b>	Ubicación satelital de LOS CAFETOS S.A.C .....	93
<b>FIGURA 38</b>	Área de recepción y pesaje del café.....	93

<b>FIGURA 39</b>	Áreas de control de calidad y gerencia.....	94
<b>FIGURA 40</b>	Finca de café en floración de propiedad de LOS CAFETOS S.A.C .....	94
<b>FIGURA 41</b>	Área de bosques de romerillo de propiedad de LOS CAFETOS S.A.C... ..	96
<b>FIGURA 42</b>	Instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.....	112
<b>FIGURA 43</b>	Flujograma del proceso de comercialización LOS CAFETOS S.A.C ....	113
<b>FIGURA 44</b>	Producción u operación LOS CAFETOS S.A.C.....	119
<b>FIGURA 45</b>	Diagrama del proceso productivo del café.....	123
<b>FIGURA 46</b>	¿Qué promueven las buenas prácticas agrícolas?.....	124
<b>FIGURA 47</b>	Certificaciones del café con las que exportará LOS CAFETOS S.A.C .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
<b>FIGURA 48</b>	Organigrama LOS CAFETOS S.A.C .....	132
<b>FIGURA 49</b>	Cotización del café en bolsa al cierre de ventas futuras el 09-06-22 (posición julio 2022) .....	146

## INTRODUCCIÓN

La demanda de cafés certificados y especiales en el mundo es una oportunidad para los productores de café en el Perú. El crecimiento de las microtostadoras, cafeterías y Coffee shops en los países desarrollados muestran que la demanda por cafés especiales crece y seguirá creciendo en el mundo; la consideración más habitual de café especial en estos mercados coincide con aquellos que según los criterios de la Specialty Coffee Association presentan una puntuación en cata de 80 puntos o más. Bajo esta definición, en el mercado de especialidad es el importador o agente el actor de mayor relevancia en la cadena de abastecimientos.

Hablando en términos de volumen de comercio, el cultivo agrícola más importante a escala mundial es el café. Son 60 países los que actualmente se dedican a su exportación y es uno de los pocos productos básicos cultivado principalmente, por pequeños agricultores. El Perú dispone de climas propicios y condiciones favorables para el cultivo y la producción de cafés especiales. Además, se puede aprovechar la experiencia de los agricultores en el cultivo de diversas variedades de alta calidad.

En el Perú actualmente existen cooperativas, asociaciones y empresas dedicadas al negocio y comercialización de café (convencional, certificado y especial), muchas de ellas están asentadas en la provincia de Jaén, ya que es la zona que posiciona a Cajamarca como la primera región en la producción de café en nuestro país, la mayoría de ellas buscan posicionarse e ingresar a nuevos mercados en el exterior, solo algunas

lo logran, esto suele suceder por la falta de asesoramiento y desprendimiento de muchas de ellas, porque sus dirigentes o directivos no hacen participe al productor o proveedor primario de los beneficios económicos de las ventas de cafés certificados como Fairtrade-Comercio Justo y otros, los importadores y certificadores de este tipo café les han cerrado las puertas a muchas de ellas, porque en las inspecciones y visitas realizadas de forma inopinada, ha descubierto que al productor primario de café (agricultor) no le llega, o no se le hace llegar los beneficios que este negocio genera.

El mercado del café certificado y sostenible viene experimentado un crecimiento acelerado en estos últimos años, este crecimiento se ha dado de manera desordenada y poco uniforme. La pobreza, la injusticia social y la destrucción del medio ambiente, son problemas y fenómenos que despiertan preocupación en el mercado de consumidores de café en el mundo, todo ello genera el aumento del número de etiquetas y marcas de "sostenibilidad" o "cafés sostenibles" en el mercado de bebidas y alimentos. Aquellos cafés que cumplen con diversas combinaciones de normas medioambientales, sociales y económicas y que han sido certificados de forma independiente por (terceras partes) y acreditadas, son a los que colectivamente se les denomina "cafés sostenibles". Todas estas normas de sostenibilidad generan beneficios potenciales para los productores de este tipo de cafés, en la medida en que puedan sacar provecho al valor que da la conservación del medio ambiente y fomento de condiciones comerciales más justas.

Este proyecto tiene como objetivo lograr posicionarse en el mercado de los cafés especiales y certificados, manteniendo por encima de sus objetivos económicos y de



lucro, el cuidado y respeto por el medio ambiente sabiendo que hoy en día todo el planeta experimenta un cambio climático, tanto productores como comercializadores debemos buscar un equilibrio entre crecimiento económico y cuidado del medio ambiente. Esta investigación consta de siete capítulos a saber:

Capítulo I: Planeamiento Estratégico, se describe la formulación de la idea del negocio, la descripción de la empresa, su perfil, misión, visión, valores, el producto, matriz FODA y los objetivos estratégicos generales.

Capítulo II: Diagnostico del Plan de Negocio, se realiza un análisis del microentorno y análisis del macroentorno.

Capítulo III: Estudio de Mercado, se hace un estudio de la oferta y la demanda.

Capítulo IV: Plan de Comercialización, se proyecta y planifica que estrategias se puedan aplicar para el ingreso del producto al mercado.

Capítulo V: Plan Técnico, se describe la ubicación de la empresa, su tamaño y capacidad de operación, las necesidades y costos que demanda la empresa.

Capítulo VI: Planificación Financiera, se contabiliza las inversiones a realizar, los ingresos y egresos, deuda, flujo de caja, la evaluación económica y financiera y los estados financieros proyectados.

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones, se definen las conclusiones del proyecto, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## **I. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

### **1.1. Formulación de idea de negocio**

Puede ser difícil hablar sobre la comercialización de artículos producidos localmente y de manera sostenible, pero también es una gran oportunidad comercial, ya que ayuda a los pequeños productores a conectarse con los consumidores que se preocupan más por preservar la salud humana y el medio ambiente. Tanto los vendedores como los compradores ahora reconocen la necesidad de hacer una inversión en su salud, eligiendo los primeros productos más limpios y saludables y los segundos prefiriendo alimentos producidos con buenas prácticas. Debido a esto, los nuevos conceptos buscan constantemente mejorar tanto las condiciones en las que trabajan los productores como los bienes finales que se ofrecen a la venta. Es vital tener en cuenta las perspectivas del producto y su comercialización que podría brindar una agricultura libre de pesticidas o químicos y las opciones con las que se disponga para que sea un negocio que genere rentabilidad en un mercado que continua día a día desarrollándose.

El objetivo de este proyecto es evaluar si un plan de negocios permitirá la venta de café especial y certificado a diferentes mercados internacionales, la empresa LOS CAFETOS S.A.C, ubicada en la provincia de Jaén, región Cajamarca; este año 2022 está reiniciando sus actividades comerciales dirigidas hacia mercados que demandan y consumen productos de origen como cafés especiales y certificados. Con este proyecto se busca que la empresa alcance más rentabilidad, vendiendo y exportando a clientes que consuman productos saludables, libres de químicos (orgánicos y sostenibles) como el café certificado y cafés exclusivos y únicos como el café especial, los que se cotizan por encima de los precios que se generan en bolsa.

Por todo lo anterior, surge la interrogante: ¿Será factible y viable la comercialización de café certificado y especial, por medio del diseño de un plan de negocios en la Provincia de Jaén, Región Cajamarca?

## **1.2. Descripción de la empresa**

**NEGOCIO: COMERCIALIZACION CAFÉ CERTIFICADO Y ESPECIAL**

**EMPRESA: LOS CAFETOS S.A.C**

**UBICACIÓN:** Km 26 Carretera Chamaya-Jaén-San Ignacio-Eje Vial IV  
Sector Yanuyacu-Jaén-Cajamarca-Perú.

**TELEFONOS:** +51 938255503 +51 978451987

**CORREO ELECTRONICO:** empresaloscafetosac@gmail.com

**FACEBOOK:** @Loscafetosac

Miembro de la Sociedad Americana de Cafés Especiales

LOS CAFETOS S.A.C, nació como idea de negocio de comercialización de café convencional en el año 2008 y paralizó sus operaciones en el año 2015, se proyecta reiniciar sus actividades en el 2022, con la comercialización de café certificado y especial, contribuyendo en la generación de valor económico, ambiental y social de la caficultura en la región Cajamarca, integrando un modelo que va desde el cultivo hasta la taza, porque comprende que no es solo el café, son las personas que lo producen. Al reiniciar sus actividades se ha planificado hacerlo como una empresa moderna con sensibilidad ambiental, buscando el crecimiento económico tanto de la compañía como de todos sus proveedores, ofreciendo productos saludables y de alta calidad a un exigente mercado, LOS CAFETOS S.A.C, aplicará todas las herramientas tecnológicas a su alcance, maquinaria y equipos modernos para el análisis y taceo en el acopio de su materia prima, las redes de comunicación actual (internet, telefonía, etc.) para la difusión de lo que ofrece al segmento de consumo de cafés certificados y especiales, la aplicación de modernas estrategias de gestión empresarial, capacitación permanente de su personal, para poder competir en el cambiante y exigente mercado cafetalero nacional y extranjero, actuando con transparencia y sinceridad en los contratos presentes y futuros que realizará con proveedores e importadores de su producción, respetando y cumpliendo los acuerdos previos tanto en las compras como en las ventas del café.

La empresa reiniciará sus actividades en el 2022 con 7 trabajadores, de los cuales 2 son mujeres, los mismos que estarán a cargo de las distintas actividades de la empresa y el manejo del producto desde su recepción, pesaje, control de calidad y todo el proceso de almacenamiento y empaque para su exportación.

### 1.3. Perfil de la empresa

LOS CAFETOS S.A.C una empresa 100% jaena, que cree y valora la pujanza de su gente, apostando en la generación de oportunidades para los caficultores y que trabajara para que el café de Jaén sea reconocido y valorado en todo el mundo. Es un modelo de negocio diferenciado a partir de su talento humano; innovadores, comprometidos, responsables y apasionados, una materia prima de excelente calidad, de una zona cafetera con alto reconocimiento internacional.

Desde LOS CAFETOS S.A.C entienden que ese gran potencial y la necesidad de agregar valor para ser más competitivos, además de la biodiversidad, la riqueza del suelo jaeno y el talento de su gente, podrían mezclarse para desarrollar un producto con los mejores estándares internacionales, permitiendo más rentabilidad y estabilidad en la economía local, mejorando el precio interno del grano, generando empleo, con la aplicación de estrategias para la mejora del entorno social de los productores capacitándolos para desarrollar, actuar y operar sus negocios.

La empresa LOS CAFETOS S.A.C tiene cuatro pilares fundamentales que la definen como una empresa moderna, respetuosa de las reglas políticas, sociales y ambientales, acorde con la globalización y cambios tecnológicos permanentes, que ofrece a sus trabajadores, proveedores y clientes:

- **Calidad:** Ofrecer un producto de calidad y excelencia, que traerá beneficios a su salud, generando y contribuyendo a tener una vida más sana.

- **Ambiental:** Demostrar que los productos sostenibles y orgánicos tienen mucha importancia en la conservación del medio ambiente, viviendo el cambio climático que afecta las zonas productoras de café en la región siendo una empresa cuidadosa y respetuosa de la biodiversidad de sus bosques contribuyendo con el futuro de toda la humanidad, perseverando nuestro gran hogar La Tierra.
- **Trabajo:** Para LOS CAFETOS S.A.C sus empleados y colaboradores son clave en el crecimiento, desarrollo y éxito de la organización.
- **Económico:** La empresa buscara siempre trabajar de la mano con sus clientes y proveedores, y ofrecer productos orgánicos, sostenibles y especiales a los mercados internacionales para poder competir en los mismos y conseguir los más altos precios en sus ventas y exportaciones contribuyendo con las comunidades productoras de la Provincia de Jaén en su desarrollo económico y humano.

#### 1.4. Misión

La empresa LOS CAFETOS S.A.C, tiene como misión el cultivo, producción y comercialización de café certificado y especial de excelente calidad, para satisfacer la demanda de aquellos consumidores que desean adquirir un producto con mejores beneficios para la salud, contribuyendo con el respeto y cuidado de la sostenibilidad ambiental y al mismo tiempo promover el avance social, económico y científico de la provincia de Jaén, región Cajamarca y de nuestro país el Perú.

## 1.5. Visión

En los próximos diez años, LOS CAFETOS S.A.C quiere consolidarse como líder en la comercialización de cafés especiales y certificados, enfatizando las ventajas de estas variedades, ampliando su mercado e ingresando a nuevos mercados, promoviendo el crecimiento económico y altos estándares de vida para clientes, inversionistas, proveedores y personal.

## 1.6. Valores

- **Honestidad:** Al comercializar el café certificado y especial.
- **Responsabilidad:** Con las normas legales, comerciales y ambientales.
- **Confiabilidad:** Para los clientes y proveedores ofreciéndoles alta tecnología y precios justos.

## 1.7. El Producto

El tipo de café que la gente consume hoy en día ha contribuido en gran medida al reciente crecimiento de la industria del café. Cuando se bebe, el apreciado café especial crea la mayor cantidad de efectivo y perspectivas laborales en las regiones productoras de café de muchas naciones, incluida la nuestra, el Perú.

Se cree que la planta del café tiene su origen en Etiopía, concretamente en la región de Kaffa en las montañas de Abisinia (Etiopía). Sabiendo que el café era estimulante, la tribu Galla en el Egipto del siglo XI lo combinó con grasa animal. Se

introduciría en Arabia al cabo de unos años y, a partir de ahí, con el control turco sobre Anatolia se extendería al resto del mundo (Wikipedia, 2022a).

Nuestra nación ofrece actualmente las condiciones climáticas y ambientales óptimas para la producción de cafés especiales, ya que cuenta con una amplia gama de áreas de cultivo ecológico. Más allá de las estadísticas crudas, es crucial tener en cuenta que el café es producido por agricultores de 17 regiones diferentes que se encuentran dispersos en más de 380 distritos del Perú. En 330,000 hectáreas a lo largo de nuestra gran área geográfica, más de 220,000 agricultores están involucrados en esta industria económica y productivamente útil (Junta Nacional del Café, 2019a).

### **1.7.1. Café Especial**

El auge del café reciente y en curso ha hecho que hablar de café de especialidad sea más frecuente en los últimos años. Muchos clientes desconocen el significado del término y lo usan de manera informal sin comprender lo que realmente significa, sin embargo, las personas que trabajan en la industria y la cadena de suministro están conscientes de lo que implica.

La frase "café especial" se atribuye a la noruega Erna Knutsen, una excelente tostadora de café. Ella fue quien lo usó por primera vez el año 1978 en la Conferencia Internacional del Café de Montreuil (Francia) en un esfuerzo por identificar los cafés especiales cultivados en lugares únicos. Este término alude a la geografía y los



microclimas, que posibilitan la producción de granos de café con características distintivas y únicas y sabores distintivos que conservan su identidad (1library.co, 2022).

La palabra "café especial" es determinada y definida por la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA) como "un café bien preparado con un sabor distintivo y un origen único". La Asociación de Cafés Especiales de América (SCAA), por sus siglas en inglés) define un café especial como aquel que no tiene defectos primarios, no contiene "quakers", tiene el tamaño correcto y tiene la cantidad correcta de secado, tiene una taza apropiada que no tiene defectos, contaminaciones y tiene características distintivas. Este café debería poder pasar todas las pruebas de clasificación y cumplir con todos los requisitos de calificación (Junta Nacional del Café, 2019b).

El café de especialidad tiene cualidades organolépticas muy distintivas relacionadas con tres elementos claramente definidos: Aroma, Acidez y Cuerpo. Se cultiva y cosecha a una altura sobre los 1300 msnm. Dado que son más apreciados y se venden por más dinero que los cafés Premium, algunos cafés orgánicos pueden considerarse cafés especiales. Ciertos mercados requieren o exigen una variedad específica: los precios del Bourbon o Típica a veces pueden ser más del doble de los cotizados en la Bolsa de Nueva York, la empresa LOS CAFETOS S.A.C buscara ofrecer cafés especiales a este tipo de mercados, para poder obtener alta rentabilidad que generara benefició y crecimiento económico a la empresa y el entorno de sus proveedores y productores de la provincia de Jaén.

## 1.7.2. Tipos de Café Especial

- **Café de Origen:**

El término "Café de origen" describe los cafés que se producen y provienen de un área geográfica particular donde elementos como la composición del suelo, el microclima, la variedad, etc. determinan el sabor y el aroma únicos del café, como el café Blue Mountain de Jamaica o el café Kona de Hawái.

- **Finca:** estos cafés se cultivan en una sola finca, se obtienen de una sola plantación y un solo cultivo, tienen un beneficio centralizado y crean un producto confiable y de calidad excepcionalmente alta a lo largo del tiempo.
- **Regionales:** este tipo de café proviene de una región particular reconocida por sus cualidades y características particulares. Son cafés puros y sin mezclas que son ofrecidos de esa forma al consumidor final.
- **Exóticos:** estos cafés tienen cualidades sensoriales y olfativas que hacen posible obtener una taza de alta calidad; se cultivan en ciertos lugares en condiciones excepcionales y extraordinarias.

- **Café de Preparación:**

Estos cafés son muy buscados en el mercado internacional debido a su tamaño y aspecto inusual. Esta categoría también incluye las cafeterías donde es requerido según las preferencias de un cliente en particular y se combinan para ofrecer un producto consistente.

- **Supremos:** los cafés de tipo supremos se ofrecen según una evaluación y clasificación por el tamaño del grano (granulométrica) como: Europa, retenido en la malla #15; Extra Especial, retenido en la malla # 16; Supremo, retenido en la malla # 17 y Premium, retenido en la malla # 18.
- **Selectos:** estos cafés se crean combinando cuidadosamente numerosas variedades de café, lo que da como resultado una taza de excelente calidad.
- **Caracol:** este tipo de café se cultiva en las regiones montañosas y se selecciona a los que tienen forma de caracol, producen una taza altamente acida y única.

- **Café Sostenible:**

El café sostenible es cultivado por comunidades de productores que aplican normas de sostenibilidad ambiental en la producción y cultivo de café y que cuentan con una seria dedicación a la preservación de la biodiversidad y la protección del medio ambiente a través de la producción sostenible, apoyando el desarrollo social y económico de las familias que cultivan el café. Gozan de la preferencia de los clientes porque apoyan la protección del medio ambiente y el comercio justo con los países pobres.

- **Café Orgánico:**

El término "café orgánico" describe el café que se cultiva con un tipo particular de manejo agrícola y se distingue por el uso de prácticas como la preservación del suelo y el uso de métodos que imitan los procesos ecológicos, como: "Bird Friendly" (amigable con las aves) y Alianza con los bosques.

La caficultura orgánica en el Perú, se ha desarrollado gracias al trabajo vehemente y continuo de los últimos 30 años de la Junta Nacional del Café (JNC) a través de asociaciones y cooperativas. El objetivo de este esfuerzo constante y silencioso ha sido brindar a los productores mejores precios y acceso directo a los mercados de todo el mundo maximizando las posibilidades de publicitar esta elección de productos especializados (Junta Nacional del Cafe, 2022a).

La producción de café orgánico ha mejorado y cambiado la vida de miles de familias cafetaleras, a pesar de las difíciles condiciones que soportan actualmente. “Gracias a ello pronto se podrá implementar una producción de café con cero carbono, así como la consolidación de distintos mercados de especialidad que se han logrado alcanzar por el esfuerzo del cooperativismo cafetalero” (Junta Nacional del Cafe, 2022b).

Según los últimos reportes emitidos por (SENASA), la región de Cajamarca, con 58.300 hectáreas certificadas, encabeza la producción de café orgánico, seguida de las regiones de Junín, con 55.176 hectáreas, Amazonas, con 15.041 hectáreas, y la región de San Martín, con 14.996 hectáreas. La agricultura orgánica certificada del país, que se cultiva en 342.700 hectáreas por 107.367 agricultores, de los cuales el 53,22% son caficultores orgánicos, el 49,33% de esta comprende el sector del café orgánico (Junta Nacional del Café, 2022c).

El café, con un valor de mercado de 100.000 millones de dólares, es el "commodity" más importante después del petróleo. Con ventas diarias de 1.400.000.000

(mil cuatrocientos millones) de tazas que se consumen a nivel mundial, el negocio del café supera al de gas natural, oro y azúcar (Naturamedioambiental, 2015).

Según el Fórum Cultural del Café un portal de noticias dedicado a evaluar los mercados de café a nivel mundial, hace varios meses, el mercado internacional del café anda revuelto y de acuerdo a las confirmaciones de las producciones presentes, se puede prever que las ofertas quedaran cortas ante las demandas de este próximo año 2022, ante esta situación difícilmente los precios del café bajaran en los próximos meses. Las ofertas de café en la situación actual con la baja de la producción de varios países productores, no podrán cubrir la demanda de los mercados actuales. El incremento de los precios, es considerada por pocos como una consecuencia que pueda afectar de forma notable la demanda de los consumidores y mucho menos la demanda de los cafés especiales y cafés certificados. “Que los precios sean altos e insostenibles porque afecta los bolsillos de los consumidores, no es un argumento válido, ya que el café no es un artículo de primera necesidad sino un artículo de lujo, por lo cual quienes lo consumen son personas que cuentan con un buen poder adquisitivo y por consiguiente, porque el precio del café se incremente o suba algunos centavos no van a dejar de consumirlo” (fórumcafé, 2022).

**FIGURA 1**

*Ficha técnica del producto*



FICHA TÉCNICA DEL CAFÉ	
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	<b>Nombre Comercial:</b> Café pergamino, café oro, grano de café. <b>Nombre Científico:</b> Coffea arábica
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	09.01.11.90.00
<b>PROCEDENCIA</b>	Perú, Región Cajamarca, Provincia de Jaén.
<b>DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PRODUCTO</b>	Cosecha selectiva, desde 1200 hasta 1800 m.s.n.m., variedades Typica, Bourbon, Pache, Geisha, Catimor, Costa Rica, otras variedades. Humedad: 12% de °H. Olor: a limpio y fresco, Color: parejo y uniforme. Defectos: de 0-5% de defectos. Tamaño de grano: mínimo 30% por encima de malla 15 o 14 y máximo 5% por debajo de malla 13 o 12. Densidad del grano: 650 gramos/litro.
<b>CALIDAD</b>	Grado 1, HB MCM
<b>PERFIL EN TAZA</b>	83 puntos, dulce a panela, a chocolate, cítrico limón suave. Cuerpo jugoso.
<b>ENVASADO</b>	Empaque: Sacos de yute. Peso 69 Kg. c/u.  Almacenamiento: 18-25°C, 60-75% H.R. Olor: característico libre de olores extraños ajenos al producto. Limpieza: grano limpio sin restos de mucilago, tierra, partes de cascara de material u otro material extraño
<b>OFERTA EXPORTABLE</b>	4 contenedores, equivalente a 1,100 sacos-café certificado de 69 Kg. 2 contenedores, equivalente a 550 sacos-café especial de 69 Kg.
<b>FECHAS DE PRODUCCIÓN</b>	Abril-noviembre

Elaboración Propia.

**FIGURA 2**

*Requisitos técnicos para cafés especiales*



<b>Materia Prima:</b>	✓ Humedad entre el rango de 10% a 12%.
	✓ Actividad de Agua debe ser menor a 0.65
	✓ Rendimiento físico debe ser mayor igual a 75% con cero defectos.
	✓ Grano pergamino limpio y sin cerezos secos (cocos), sin materias extrañas (palos, piedras) y en la categoría de cafés de especialidad.
<b>Granos exportables:</b>	✓ Cinco defectos del grupo secundario en 350 gramos de muestra.
	✓ Tamaño del grano sobre malla #15, y máximo 5 % bajo de malla.
	✓ Humedad de 10% a 12%.
	✓ Actividad de agua menor a 0.65 (a temperatura 20° - 25°C) al momento del empaque al vacío.
	✓ Rendimiento físico mayor a 75% a cero defectos.
<b>Taza:</b>	✓ Según SCAA (Specialty Coffee Association) los cafés especiales o de especialidad inician desde score 80 a más.
	✓ Para concursos y/o políticas de cada empresa o cooperativas, éstos establecen desde 84, 85 a más de score.

Elaboración Propia.

**Tabla 1**

*Clasificación del café según su puntaje final*

<b>Puntaje Total</b>	<b>Descripción de especialidad</b>	<b>Clasificación</b>
90 - 100	Excepcional	
85 – 89.99	Excelente	Especial
80 – 84.99	Muy bueno	
<b>&gt;80.0</b>	<b>Debajo de calidad especial</b>	<b>No especial</b>

Elaboración Propia.

EL café especial actualmente es muy requerido y cotizado por mercados que consumen y pueden pagar altos precios por este tipo de café, internacionalmente este negocio constituye la mayor fuente de ingreso de las regiones y zonas donde se cultiva en los distintos países productores del mundo, entre los que esta nuestro país.

¿Qué es el café de especialidad?

Según la SCAA, afirma que la dedicación de las personas que han hecho de la calidad su primera prioridad y la tratan como el trabajo de su vida ha permitido que el café especial perdure en el tiempo. El ciclo de vida de un grano de café no es responsabilidad de una sola persona; la especialización solo puede tener lugar cuando todas las partes involucradas en la cadena de suministro del café trabajan juntas y vigilan incansablemente la perfección de principio a fin. Aunque no es una tarea fácil, muchos cafés especiales ahora están disponibles en todo el mundo y quizás en el otro extremo de la calle gracias a estos dedicados especialistas (Specialty Coffee Association, 2021a).



Una norma es un documento que suele definir una serie de requisitos adoptados por los actores de una industria. Las asociaciones comerciales que interactúan entre los actores de la industria, como la Asociación de Cafés Especiales, pueden actuar como organismos de estandarización, o aquellos que trabajan para definir y publicar estándares. Se pueden desarrollar estándares para aspectos técnicos de productos, equipos o lugares y categorías no técnicas, como competencias profesionales o de sostenibilidad. Los estándares también pueden incluir definiciones o vocabulario para crear un lenguaje común (Specialty Coffee Association, 2021b).

La serie de carteles sobre la percepción del sabor en el café, un esfuerzo colaborativo de la Asociación de Cafés Especiales de América y World Coffee Research, está diseñada para ser una herramienta para el catador de café.

Como herramienta, pretende ser intuitiva, agradable de usar y un beneficio para aquellos que buscan analizar y describir cafés. El WCR Lexicón es actualmente la mayor iniciativa de investigación colaborativa sobre sabores y aromas del café. El Centro de Análisis Sensorial de la Universidad de Kansas desarrolló un vocabulario que enumera 110 cualidades de sabor, olor y textura del café junto con adjetivos para describir su intensidad. Estas nuevas tarjetas integran las cualidades de WCR Lexicon y sus referencias a la conocida rueda de sabores Coffee Taster (World Coffee Research, 2017a).

- Vegetativo verde
- Dulce y Floral

- Nuez/Cacao y Especias
- Asado, Agrio/Fermentado
- Sabroso
- Otra Fruta
- Otro

### FIGURA 3

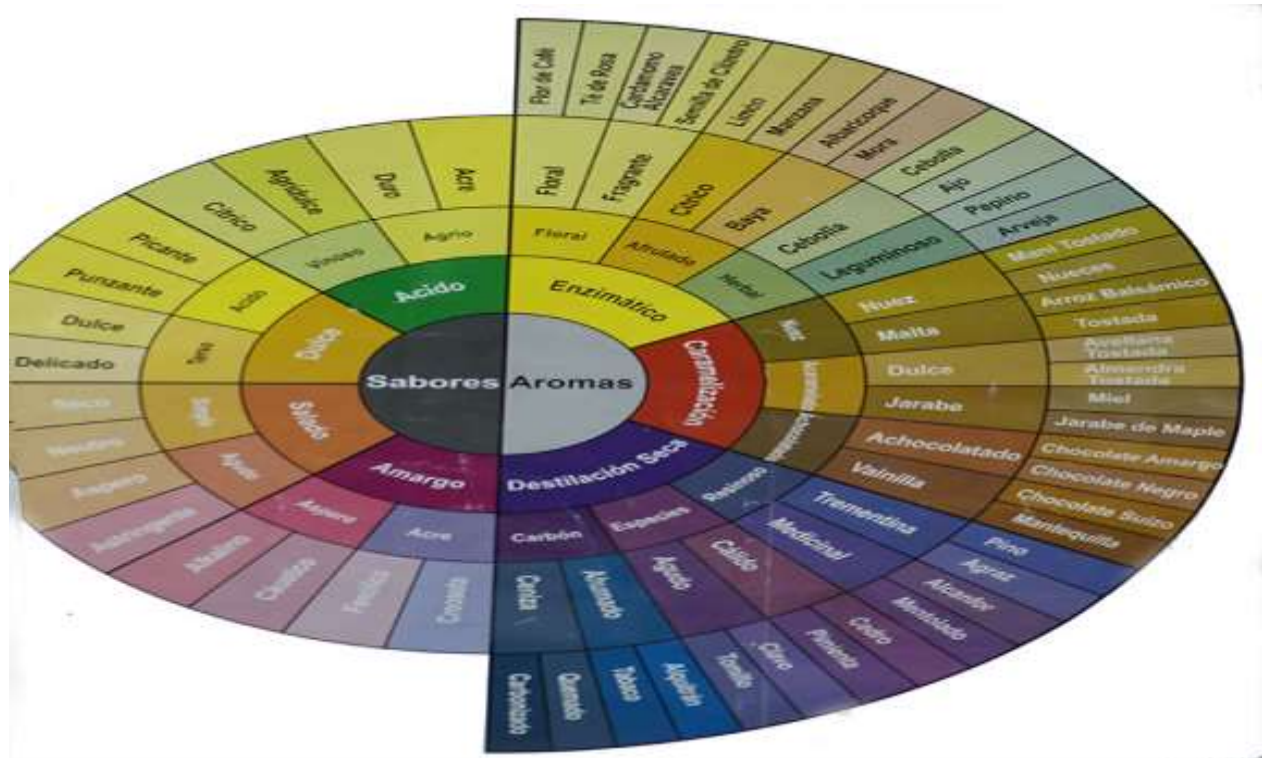
*El WCR Lexicón*



*Nota.* World Coffee Research, (2017b).

**FIGURA 4**

*Rueda de sabores de Coffee Taster's*



Nota. Specialty Coffee Association, (2016).

Los cafés especiales que ofrece la región Cajamarca son muy diversos y variados ya que muchas veces se presentan en microlotes que pasan desapercibidos por el mercado cafetalero de café de la zona, y que son mezclados con lotes más grandes de café convencional, ya sea por desconocimiento del potencial de estos cafés o por la necesidad de los productores de venderlos rápidamente y obtener ingresos para sus múltiples necesidades en el campo, también existe el descontento y la baja retribución económica que experimentan en cada campaña de producción los socios y proveedores de algunas cooperativas, asociaciones y comités de cafés certificados y especiales que

por el hecho de ser nuevos (socios) en las mismas son relegados a recibir bajos precios o muchas veces solo pueden ver como los dirigentes de dichas cooperativas, asociaciones y comités se enriquecen con los beneficios que se reciben por las primas y sobreprecios por las ventas de estos cafés de alta calidad.

World Coffee Research anuncia que su próxima estrategia de cinco años dará prioridad a la diversidad de origen; investigadores de la Universidad de Reading, la Red Andina de Información y la Pontificia Universidad Católica del Perú exploran las similitudes entre los comercios de café y coca de Bolivia y Perú; 12 de los 16 lotes ganadores en la reciente subasta de ACE Private Collection con Isla Custom Coffees de Hawái presentaba fermentación de levadura controlada en el procesamiento (World Coffee Research, 2021).

## **1. 8. Matriz FODA**

EL análisis de la matriz FODA, nos permitirá poder conocer e identificar las situaciones y características en las que se encuentra el negocio, ya que gracias a este análisis se podrá tomar acciones estratégicas oportunas, que puedan ayudar a fortalecer y mejorar las actividades tanto internas como externas en la comercialización del producto de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

**Tabla 2**

*FODA de LOS CAFETOS S.A.C*

<b>ANALISIS FODA DE LA EMPRESA LOS CAFETOS S.A.C</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Fortalezas</b>
1 Estar ubicados en zona estratégica.	1 Precio competitivo.
2 Tendencias nuevas del mercado.	2 La tecnología de punta.
3 Producto muy cotizado, competitivo y de alta calidad.	3 Capacitación permanente de sus empleados.
4 Países emergentes interesados en consumir el producto, apertura de nuevos nichos de mercado.	4 Endeudamiento con bajos intereses y con plazos adecuados para su cancelación.
5 Incorporación de maquinaria con alta tecnología.	5 Generación de empleo en la Provincia de Jaén.
6 Producto a precio justo.	6 Bebida saludable.
7 Ventas a sobreprecio por calidad.	7 Crecimiento de consumidores.
<b>Amenazas</b>	<b>Debilidades</b>
1 Causar bajo impacto en el mercado.	1 Posicionamiento en el mercado.
2 Caídas repentinas de los precios del café en los mercados bursátiles.	2 Inexactitud de la imagen de la empresa.
3 Desastres naturales y pandemias.	3 Falta de promoción del producto.
4 Inestabilidad Política y social.	4 Demora en los envíos a puerto.
5 Plagas en los cultivos de café	5 Tamaño de la empresa.
6 Insatisfacción del cliente por la calidad y precio del café.	6 Poca capacidad para enfrentar el cambio climático.
7 Contaminación del producto.	7 No visitar al proveedor.

Elaboración Propia.

## 1.9. FODA CRUZADO


<b>FODA CRUZADO</b> <b>LOS CAFETOS S.A.C</b>					
<b>Factores Internos</b> <b>Factores Externos</b>		<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Precio competitivo.</li> <li>❖ La tecnología de punta.</li> <li>❖ Capacitación permanente de empleados.</li> <li>❖ Endeudamiento con bajos intereses.</li> <li>❖ Generación de empleo en la provincia de Jaén.</li> <li>❖ Bebida saludable.</li> </ul>	<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Escasa coordinación con los proveedores.</li> <li>❖ Falta de promoción del producto.</li> <li>❖ Desconocimiento o preferencia del producto.</li> <li>❖ Inexactitud de la imagen de la empresa.</li> <li>❖ Posicionamiento en el mercado.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Causar bajo impacto en el mercado.</li> <li>❖ Clientes insatisfechos.</li> <li>❖ Caída de mercados bursátiles.</li> <li>❖ Contaminación del producto.</li> <li>❖ Plagas en los cultivos de café.</li> <li>❖ Enfermedades contagiosas que afecten el talento humano de la empresa.</li> </ul>	<b>Estrategias FA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ofrecer café especial.</li> <li>❖ Ventas a futuro en picos de bolsa, asegurando el precio.</li> <li>❖ Manejo del producto: (almacenamiento-envió)</li> <li>❖ Aplicación de protocolos de bioseguridad.</li> </ul>	<b>Estrategias DA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Participación en ferias.</li> <li>❖ Producir un producto de calidad a un precio competitivo.</li> <li>❖ Utilizar una imagen corporativa para que la empresa posicione el producto.</li> <li>❖ Crear un logotipo que posicione el producto en el mercado.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Producto con altos estándares de calidad.</li> <li>❖ Tendencias nuevas, gustos y expectativas del mercado.</li> <li>❖ Incorporación de maquinaria de alta tecnología.</li> <li>❖ Ser una empresa confiable y respetuosa de compromisos comerciales y ambientales.</li> </ul>	<b>Estrategias FO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Nuevos clientes que buscan consumir un producto saludable libre de agroquímicos y pesticidas.</li> <li>❖ Respetar los compromisos comerciales y ambientales.</li> <li>❖ Rapidez en las operaciones.</li> </ul>	<b>Estrategias DO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mostrar los beneficios de consumir café especial y orgánico.</li> <li>❖ Producir un producto de calidad a un precio competitivo.</li> <li>❖ Efectividad en los procesos.</li> <li>❖ Organizar a la empresa en todos sus procesos productivos y administrativos.</li> </ul>

Elaboración Propia.

## 1. 9. Objetivos estratégicos generales

- Elaborar un plan de negocios para comercializar cafés especiales y certificados, en la provincia de Jaén, región Cajamarca.
- Determinar y analizar el microentorno y macroentorno para el desarrollo del proyecto y como pueden afectar y beneficiar a la empresa.
- Establecer las circunstancias sociales y económicas requeridas en el entorno de los productores para que puedan ganar más dinero y llevar a cabo su negocio de forma ética, suministrando un producto que sea beneficioso para el medio ambiente, la empresa tiene que ofrecer credibilidad y valores para diferenciarse en el mercado, ofreciendo calidad y excelencia para cumplir con la exigente demanda del producto
- Aplicar estrategias de marketing para el ingreso del producto al mercado, ofreciendo productos “limpios”, cultivados respetando normas de sostenibilidad ambiental y de especialidad con origen único que facilite su comercialización y posicionamiento en competitivos mercados.
- Proyectar la imagen de una empresa seria y con capacidad de operatividad, con los espacios suficientes, la maquinaria, la tecnología y el capital humano para poder realizar el acopio, almacenamiento, control de calidad y exportación del producto.
- Contar con el capital suficiente para la realización del proyecto y alcanzar la visión y metas económicas, sociales y empresariales en los próximos cinco años; será fundamental para LOS CAFETOS S.A.C.

## 1.10. Modelo de Canvas

<p><b>Socios claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Proveedores de cafés orgánicos y especiales.</li> <li>-Certificadoras de café.</li> <li>-Proveedores de maquinaria-equipos e insumos para realizar los procesos de análisis, catación y envíos del café.</li> <li>-Empresas que transportan el café.</li> <li>-Brókeres y Traders especializados en colocaciones de café certificado y especial.</li> </ul>	<p><b>Actividades claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Asesoramiento directo y permanente al proveedor.</li> <li>-Manejo del producto desde su cosecha, recepción, transporte y almacenamiento en planta de procesamiento.</li> <li>-Envíos a tiempo de las ventas (Puerto y almacenes de recepción).</li> </ul> <p><b>Recursos claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (El producto) café certificado y especial de alta calidad y libre de insumos químicos.</li> <li>-Certificación de Comercio Justo y Orgánico para café.</li> <li>-Maquinaria de alta tecnología.</li> <li>-Infraestructura propia para los procesos de recepción, análisis, almacenamiento.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor.</b></p> <p>Ofrecemos café especial y certificado con un sabor unico, excelente calidad de taza en una region que produce los mejores cafes del mundo.</p> 	<p><b>Relación con el cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Respuestas inmediatas a sus consultas sobre la calidad del producto.</li> <li>-Honestidad a la hora de ofrecer el producto.</li> <li>-Confiabilidad para el cliente.</li> <li>-Cumplimiento de los compromisos comerciales.</li> </ul> <p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Marketing digital.</li> <li>-Oportunidades de exportación auspiciadas por PROMPERU.</li> <li>-Actividades organizadas por la Junta Nacional del café.</li> <li>-Ferias y concursos de cafés especiales.</li> <li>-Miembros de la SCAA</li> </ul>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Empresas internacionales presentes en el país, compradores de cafés especiales.</li> <li>-Pequeños y medianos tostadores de cafés especiales y con certificación orgánica.</li> <li>-Empresas extranjeras (tostadoras) compran cafés especiales y certificados.</li> <li>-Nuevos consumidores que asisten a ferias y concursos de cafés especiales orgánicos.</li> </ul>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajadores.</li> <li>➤ Impuestos y transferencias bancarias.</li> <li>➤ Gastos administrativos y contables.</li> <li>➤ Materiales para procesos, empaque y envíos.</li> <li>➤ Mantenimiento.</li> <li>➤ Maquinaria.</li> <li>➤ Transporte.</li> </ul>		<p><b>Fuentes de ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventas de café certificado y especial de calidad y excelente taza.</li> <li>- Ventas en dólares.</li> <li>- Bonificaciones y sobrepuestos según las condiciones de calidad.</li> <li>- Pago de primas por realizar ventas de café superiores a 86 puntos de taza y cafés certificados como orgánicos y con sostenibilidad.</li> <li>- Ventas de subproductos del café que se obtienen en el proceso de pilado, proceso de certificación, proceso de análisis, rendimiento, tasa, escojo de calidad, etc.</li> </ul>		

Elaboración Propia.



## **II. DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO**

### **2.1. Análisis del microentorno**

La empresa LOS CAFETOS S.A.C realizara sus actividades en la provincia de Jaén, en una zona de bosques de neblina y muchas precipitaciones en los meses de enero a mayo, su clima es variado cálido tropical en sus valles y frio templado en sus montañas con abundantes flores silvestres y que gracias a la polinización de las abejas le dan a su café ese sabor tan especial y exquisito que lo hacen único en el mundo.

El microentorno es el que define las fuerzas externas que son cercanas a la empresa y las que generan un impacto directo en la capacidad de ofrecer su servicio o producto al cliente final, estas fuerzas pueden ser influenciadas por LOS CAFETOS S.A.C, de manera positiva, aprovechando su ubicación estratégica, el contacto con los proveedores, la cercanía al puerto de embarque para la exportación, y el actuar con seriedad y transparencia con los clientes.

La empresa LOS CAFETOS S.A.C, realizara sus operaciones en la zona industrial norte de la ciudad de Jaén, en instalaciones amplias con más de 1000 m<sup>2</sup> y asentada en una área segura que preverá inundaciones y aniegos en épocas de lluvias intensas, estará ubicada estratégicamente junto a la vía principal de acceso de la mayoría de los proveedores de café de la zona norte (la más grande) a la capital de la provincia, y donde tienen sus instalaciones la mayoría de empresas dedicadas al acopio y compra de café; gracias a los contactos y relaciones comerciales de LOS CAFETOS S.A.C con productores y proveedores en zonas de altura donde se cultiva cafés especiales y certificados, tendrá garantizado el acopio de la materia prima, reconociendo a los proveedores como el socio principal y más importante del negocio, pagándoles altos y competitivos precios haciéndoles partícipes en las utilidades que genera la negociación del café certificado y brindando capacitación y apoyo técnico permanente para la mejora continua de la producción, buscando mantener la fidelidad y confianza de los mismos.

Según ESAN el microentorno se conoce también como un entorno inmediato, específico y de acción directa, el término "microentorno" también hace referencia a todos los factores que están permanentemente vinculados a la empresa y tienen un efecto tanto en las operaciones del día a día como en los resultados (Conexión ESAN, 2016).

Según Michael Porter en el microentorno de una empresa existen cinco fuerzas, las que tienen que analizarse para la aplicación de los recursos y estrategias necesarios y así poder obtener y alcanzar los objetivos trazados desde LOS CAFETOS S.A.C, en la comercialización de café certificado y especial.

## FIGURA 5

*Las cinco fuerzas de Porter*

### ¿Qué son las cinco fuerzas de Porter?



*Nota.* Pensemos S.A, (2020).

Una empresa podría tener el poder de influenciar en estas fuerzas, hay varios factores que determinarían esta capacidad de influencia como los recursos financieros con los que cuente, la exclusividad de sus productos o servicios, el nivel de conocimiento de sus clientes, el tamaño de la empresa, entre otros.

El microentorno de una empresa describe a aquellos factores que tienen influencia e intervienen directamente sobre ella generando un impacto en sus actividades y operaciones, al examinar el microentorno de una empresa, se toman en cuenta los siguientes elementos que afectan su capacidad para satisfacer a sus consumidores: empresa, proveedores, intermediarios, clientes y competidores (Miquel, Mollá & Bigné, 2000).

**FIGURA 6**

*Elementos que participan en el microentorno*



*Nota.* Datos recogidos de la Universidad Tecnológica de Guadalajara, (2021).

**Compañía:** Cada departamento u oficina en las compañías (empresas) tiene un objetivo particular en mente para el avance de la organización. Una de estas divisiones está a cargo del marketing, que tiene un papel fundamental en las decisiones sobre tácticas de venta y desarrollo de productos. Para aprovechar las perspectivas del mercado, esta área debe ser administrada por alguien con las habilidades pertinentes, esta área recibe apoyo e información administrativa o financiera necesaria de las demás áreas ya que, sin ella no se podrían ejecutar las actividades y promociones de marketing; e allí la importancia de contar con el diseño de estructura organizacional. “Una estructura organizacional es eficiente si logra sus objetivos con la menor cantidad de esfuerzo y gasto” (Chiavenato, 2002).

- **Proveedores:** la empresa se basa en sus proveedores. El proveedor sirve como columna vertebral de la empresa y es la fuente de materias primas necesarias para las operaciones corporativas. Este componente está influenciado por la cantidad de proveedores, el tamaño de los proveedores, el poder de negociación de los proveedores y el poder de mercado, en la comercialización de café el proveedor es el socio principal de la empresa, el negocio de café es un negocio en el que se tiene que tener buenos contactos ya que si no se cuenta con ellos la empresa LOS CAFETOS S.A.C, no podría ofrecer productos competitivos y con la calidad requerida para ofrecerla al mercado (UNIB, 2019).
- **Intermediarios de mercadotecnia:** son aquellas entidades (públicas y privadas) que emplea la empresa para ayudar en la distribución, promoción, exportación y venta de los bienes que se ponen a disposición de un mercado objetivo. Este componente debe tener en cuenta cuatro grandes categorías de intermediarios: intermediarios financieros, empresas de distribución física, proveedores de servicios de comercialización e intermediarios.
- **Competidores:** toda empresa tiene competencia, pero antes de que podamos diferenciarnos de los demás, debemos analizar sus ventajas y desventajas. Planificar nuestras estrategias es necesario para hacer esto, la teoría del valor añadido más recomendable es la empleada por la mayoría de las empresas. “Para tener éxito, una empresa debe proporcionar a sus clientes mayor valor y satisfacción que los competidores” (Euroinnova, 2009a).

- **Clientes:** la clientela es el indicador más importante de la empresa, y será ideal y vital hacer un análisis de sus cualidades distintivas que marcan varias diferencias para poder atenderlos de manera eficiente, algunos serán más exigentes y demandarán más atención por parte del empresario. A continuación, mencionaremos brevemente los tipos de mercado que existen para delimitar a los clientes de las empresas (Euroinnova, 2009b).

## FIGURA 7

### *Tipos de mercado*



*Nota.* Datos recogidos de Euroinnova, (2009c).

En pocas palabras, el mercado de distribuidores se define como una compra seguida de una venta del bien para obtener ganancias o beneficios, y los mercados internacionales engloban todos los tipos de mercados antes mencionados con la distinción de que se llevan a cabo en varios países. El mercado de consumo se define como una compra para uso personal, el mercado industrial es una compra para realizar un proceso a la mercancía o el uso de esta en el proceso de elaboración en otro producto, los mercados de uso o inversión, incluye a productos que buscan satisfacer necesidades

más duraderas, desde una aguja hasta un automóvil, los mercados financieros pueden ser físicos o virtuales son las transacciones e intercambio de activos con valor financiero (el trading, las bolsas de valores), mercados de servicio son productos intangibles como el internet, teléfono, etc.

### **2.1.1. Vías de comunicación**

La empresa LOS CAFETOS S.A.C, tiene los accesos necesarios a las vías de comunicación (terrestre, aérea y marítima) que le permitirá realizar sus operaciones comerciales con rapidez y facilidad (compras, cierres de contratos, exportaciones, etc.) a los distintos mercados que proyecta vender su producción. La empresa estará ubicada en la provincia de Jaén, que, para comunicarse con el resto de país y otros países, cuenta con dos carreteras con categoría de Red Vial Nacional y un Aeropuerto.

#### **El Eje Vial Transversal del Norte**

Previo a continuar hacia Bagua en el departamento de Amazonas, enlaza con Pucará-Chamaya-Puente 24 de julio y empalma con la antigua Panamericana a la altura de Olmos en el departamento de Lambayeque. Toda el área está pavimentada y en excelente estado. Es un tramo de carretera muy importante porque forma parte de la Ruta Bioceánica una ruta intermodal que va desde Paita y Bayovar en el Océano Pacífico que conecta Bagua y el Puerto Sarameriza en la región Loreto sobre el río Marañón, continuando hasta Manaos y el Puerto Belem Do Pará en Brasil en el Océano Atlántico a través de una ruta navegable que cruza el río Amazonas (Provias, 2003a).

## El Eje Vial IV

El Eje Vial IV es una vía asfaltada y transitable que se inicia en el Cruce Chamaya-Jaén-San Ignacio partiendo de una perspectiva internacional contemplada por el Acuerdo Binacional con Ecuador. Vincular centros industriales y áreas más pequeñas con centros de consumo y puntos de mucha importancia geopolítica nacional, es estratégicamente crucial, para integrar la frontera con Ecuador y revitalizar toda la región (Provias, 2003b).

## Vía Aérea

Tres salidas diarias regulares y trece frecuencias semanales son las que ofrece el Aeropuerto de Jaén, también conocido como Aeropuerto de Shumba, que está abierto de 10:00 UTC a 21:00 UTC (2 vuelos diarios). tiene tres estaciones y está equipado con sistemas de comunicación y monitoreo meteorológico. En la plataforma, que está compuesta de hormigón, puede aterrizar hasta un Boeing 737 o un Airbus A320 (Wikipedia, 2022b).

## FIGURA 8

*Ubicación de Jaén en el mapa del Perú*



Nota. Google maps, (2022a).



LOS CAFETOS S.A.C nació como idea empresarial en una zona rica en la producción de cafés especiales y certificados, donde hay muchos productores que siempre buscan nuevas y mejores alternativas de comercialización, ya que en su mayoría no reciben muchos beneficios económicos y mejoras en su calidad de vida por que no llega hacia ellos las bonificaciones y sobreprecios según las condiciones de calidad del café certificado y especial; dada la poca participación que tienen en algunas cooperativas y empresas asentadas en la zona.

La experiencia, adquirida de la empresa en la comercialización de café convencional durante ocho años le da un plus al proyecto de reiniciar sus actividades en la comercialización de café especial y certificado, muchos proveedores del campo siempre le han solicitado al gerente que reinicie sus actividades de compra, la empresa en este reinicio ya no buscara grandes volúmenes, solo se dedicara a lotes más pequeños y específicos de café especial y certificado.

Desde LOS CAFETOS S.A.C, son conscientes de que este año 2022 que se planifica el reinicio de actividades se vive otra realidad ya que el mundo está experimentando cambios por la pandemia del Covid 19, la empresa tendrá que aplicar protocolos de bioseguridad para proteger a sus empleados, proveedores y clientes, también saben que el mercado local en estos años de inactividad ha experimentado cambios con nuevos actores comerciales, nuevas empresas, nuevos proveedores teniendo que acoplarse a este nuevo microentorno, la empresa juntamente con sus proveedores aplicara mecanismos de producción para enfrentar el cambio climático y

nuevas plagas que se puedan presentar en las fincas de producción del café. La ola de inseguridad que vive el país también es algo que puede afectar a la empresa ya que en el año 2015 paralizó sus actividades por verse afectada por la delincuencia un problema que afecta a todo el país, por todo ello LOS CAFETOS S.A.C está tomando todas las precauciones del caso y mantener la discreción necesaria en sus transacciones comerciales y empresariales a realizar.

## **2.2. Análisis del macroentorno**

EL macroentorno hace referencia a todo un grupo de elementos sobre los que la empresa, no tiene capacidad de actuación ni puede controlar, LOS CAFETOS S.A.C es una empresa que no es ajena a estos elementos que generan un gran impacto en las organizaciones ya que hoy en día las empresas están integradas en un espacio globalizado y estos factores son incontrolables que influyen en la toma de decisiones de LOS CAFETOS S.A.C. El estar en constante actualización acorde a los cambios que experimentan el macroentorno de las empresas hoy en día en el mundo es de vital importancia para poder tener la capacidad de adaptarse a estos cambios.

Según el Centro Europeo de Postgrado de México (CEUPE), cuando nos referimos al macroentorno de la empresa, nos referimos a todos aquellos elementos del entorno que inciden en ella, aunque no sean especialmente relevantes para su negocio. Uno de los sectores del macroentorno que tiene un impacto directo en las empresas es la economía. Si la economía en su conjunto se debilita, la empresa tendrá más dificultades para obtener ganancias (Ceupe.mx, 2022a).

**FIGURA 9**

*Macroentorno de LOS CAFETOS S.A.C*



Elaboración Propia.

Estos factores se clasifican como macro porque tienen un efecto en todo el sistema económico y no solo en el mercado inmediato de la empresa. Cada uno de estos factores tiene un impacto único en la forma en que operan las empresas y requiere el desarrollo de estrategias para mitigar las amenazas y aprovechar las oportunidades que presenta este macroentorno. Estos elementos incluyen, entre otros, el crecimiento económico, la inflación, las condiciones sociales, las tasas de interés, las regulaciones políticas, los avances científicos y técnicos, los cambios climáticos.

Cuando analizamos el macroentorno de una empresa, hacemos uso de este término para evaluar los factores externos que influyen en las operaciones de la empresa. Estos factores generalmente conciernen no solo a la empresa sino a toda la sociedad y sus actividades, e incluyen asuntos relacionados con la población, factores legales o tecnológicos.

La importancia de tener un buen análisis del macroentorno de una empresa, nos ayudara a saber en qué situación desarrollamos nuestras actividades, y como podemos protegernos de las crisis que se presentaran con la aplicación de estrategias que nos ayuden a incrementar las ventas (Ceupe.mx, 2022b).

### **2.2.1. Factores económicos**

En el macroentorno de una empresa hay factores económicos que pueden afectar su desempeño, hoy en día dada la inestabilidad en la economía mundial que ha sufrido un receso por la pandemia del Covid 19, y la guerra de Ucrania sus efectos se están sintiendo en los incrementos en los precios de los alimentos, fertilizantes y otros, la empresa junto con los proveedores podrán vender a mejores precios el café, pero el incremento de los precios de los productos alimenticios, tecnológicos, etc. traerá como consecuencia que su poder adquisitivo será menor. A continuación, mencionaremos estos factores:

- Fluctuaciones en los precios del café.
- Crecimiento del PIB.

- Fluctuaciones de divisas. (caída o subida del dólar) el café se cotiza en dólares.
- Situación de los mercados bursátiles. (Caídas del precio del café en las bolsas de valores)
- Modificaciones en el tipo de interés
- Situaciones de crisis económicas, financieras.

### **2.2.2. Factores sociales.**

- Tasas de desempleo.
- Cambios en el consumo privado.
- Pandemias.
- Huelgas.

La sociedad a nivel global ha sufrido muchos cambios en estos últimos años experimentando cambios en sus actividades diarias por los confinamientos, que se dieron por la pandemia del Covid 19, la falta de trabajo (desempleo), ha generado que muchas personas dejen de consumir o bajen sus tendencias de consumo de muchos productos por la caída de su poder adquisitivo, las convulsiones sociales como huelgas, paralizaciones en algunas actividades económicas de muchos países puede afectar el desempeño de la empresa.

Otro factor que siempre se debe tomar en cuenta es la evolución de la pandemia en el ámbito mundial. En el continente africano, los porcentajes de la vacunación no

superan el 10 %, esto podría provocar un eventual surgimiento de nuevas variantes que luego afectarán a la población del resto del mundo.

### **2.2.3. Factores legales.**

- Políticas de fiscalización y la modificación de los impuestos para la producción, comercialización y exportación de cafés certificados y especiales.

“Desde hace tiempo se ha reconocido que los impuestos y aranceles afectan la cantidad de café que se consume. La comunidad cafetera cree que los impuestos y los atrasos son parte de un grupo más grande de barreras administrativas, políticas y legales” (Artículo 33 del Convenio Internacional del Café, 2001).

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) ha sido testigo de una serie de reuniones y rondas y, como resultado, se ha logrado un progreso significativo en la reducción de los gravámenes e impuestos que se imponen a las importaciones de café en los países consumidores. Más recientemente, las discusiones bajo los auspicios de la Organización para el Comercio Mundial (OMC) se han utilizado para lograr esto. Aunque ya se han levantado la mayoría de las restricciones a la importación de café verde, aún existen ciertas restricciones a la importación de café procesado. Estas restricciones también continúan impidiendo la entrada de café procesado a las naciones consumidoras.

Los cambios continuos que experimenta el país en temas de tributaciones fiscales y legales, afecta las actividades empresariales, al presentarse estos cambios de manera continua puede haber variaciones en los impuestos y políticas fiscales por nuevos autores que lleven las riendas de entidades como: SUNAT-Aduanas, SENASA, etc.

#### **2.2.4. Factores ecológicos.**

- Desastres ambientales
- Cambio climático

El planeta está experimentando cambios climáticos que no se daban algunos años atrás como intensas olas de calor, lluvias intensas, sequias, que trae como consecuencia que muchas especies de plantas y animales estén en peligro de extinción, la producción de café a nivel mundial está siendo afectada por este cambio climático, haciendo que su calidad se vea afectada, la empresa junto con todos sus proveedores tiene que aplicar estrategias para poder paliar y enfrentar este problema que afecta a toda la humanidad.

#### **2.2.5. Factores políticos**

- Crisis e inestabilidad política en el país
- Guerras

En los últimos meses el presidente del Perú Pedro Castillo, ha establecido como la norma de su gestión la inestabilidad. En el mes de diciembre del 2021 evitó una moción

de censura, que las fuerzas conservadoras promovieron. Corrió la misma suerte días atrás ya que las bancadas de derecha del congreso no lograron alcanzar los votos para su destitución. “Perú no está pasando por un buen momento”, ha admitido finalmente el presidente Pedro Castillo. Hay algunos componentes duplicados en este reconocimiento. La crisis política en Perú ha empeorado recientemente como resultado de una combinación de razones internas y externas, particularmente la precariedad de la administración presidencial y los primeros impactos económicos de la guerra entre Rusia y Ucrania (El Periódico, 2022a).

El alza en los precios de los combustibles en una nación donde el mayor volumen del petróleo que consume es importado ha tenido un impacto que va más allá de encender la insatisfacción social antes latente. El costo de vida ha aumentado como resultado de la falta de capacidad del gobierno. El 89% de los peruanos trabaja en la economía informal, mientras que el 30% de la población es considerada pobre. Ya han comenzado los cierres de carreteras y numerosas protestas (El Periodico, 2022b).

#### **2.2.6. Factores tecnológicos**

- Caídas de los sistemas de comunicación (redes de internet, teléfono, etc.)

Los millones de comercializadores y productores de café en el mundo hacen uso diario de las redes de internet para visualizar las cotizaciones del producto en las principales bolsas de valores del mundo como Nueva York, Londres, etc. así como también cerrar contratos, ventas a futuro, buscar nuevas ofertas de cafés especiales,



certificados, etc. Las caídas de las redes de internet afectarían mucho estas actividades generando prejuicios económicos muy grandes para el mercado cafetero en todo el mundo que vive interconectado por las redes de internet.

Según Internet Live Stats, en todo el mundo hay 1.800 millones de páginas web. Los servicios alojados en la nube son necesitados por estas páginas, es decir, en servidores externos muy costosos y que están por todo el planeta distribuidos. En la nube donde puede encontrar este artículo, así como una cantidad significativa de los puntos de acceso cotidianos de millones de personas a Gmail, Spotify, WhatsApp, así como a nuestras herramientas que tenemos en nuestro hogar como Alexa y Google Home (Diario El Pais, 2021a).

Solo tres proveedores de servicios (Amazon Web Services, Microsoft Azure y Google Cloud) son responsables de seis de cada 10 sitios web o servicios en línea en todo el mundo. En un nivel secundario, hay negocios adicionales conocidos como redes de distribución de contenido justo al lado de estos titanes. Estos tres son los más conocidos: Cloudflare, Akami y Fastly. El incidente de junio de 2021 que provocó que la mayoría de los principales sitios web del mundo dejaran de funcionar durante aproximadamente una hora, sirvió como advertencia sobre lo mal que la configuración de una red de redes soporta las comunicaciones, la economía y el funcionamiento de la sociedad moderna (Diario El Pais, 2021b).

### **III. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Oferta**

Según estudios de la Federación Internacional de Agricultura Orgánica (IFOAM) y el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL), ambos con sede en Suiza, el país que tiene la mayor cantidad de hectáreas de café certificado es Etiopía con 183,000 ha. Según datos publicados por el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDAGRI) a través del Sistema Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), Perú registra 169.078 ha de café certificadas. En estas regiones se produce 768.445 ha, o el 45,81% de la producción mundial de café orgánico (Junta Nacional del Café, 2022d).

En comparación con la producción de Etiopía, que ascendería a 2 millones 104 mil quintales con una cosecha de 529 kilogramos por hectárea en 2020, Perú tendrá una mayor oferta de café orgánico en grano con un rendimiento de 598 kilogramos por hectárea con 2 millones 198 mil quintales de cosecha estimada el 2020. México, por su

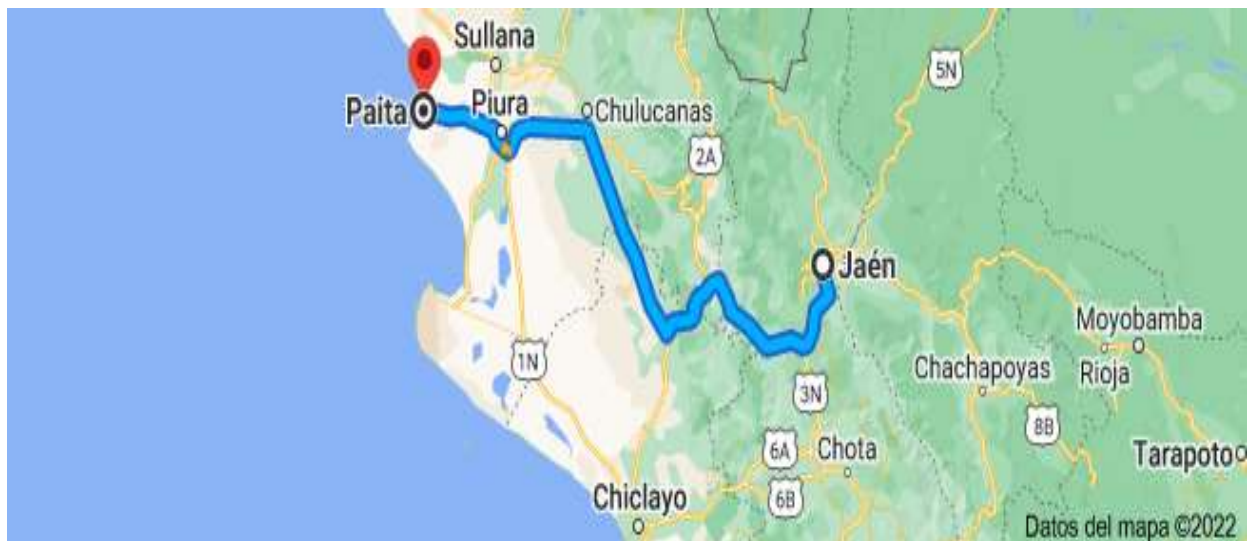
parte, aporta 915 mil quintales de grano verde cultivados en una superficie de 82.525 ha (Junta Nacional del Café, 2022e)

Las exportaciones de café orgánico alcanzaron 1 millón 350 mil qq en 2020, junto con una variedad de sellos complementarios, especialmente aquellos que apoyan el comercio justo y otras prácticas sostenibles. La valorización de estas categorías de café sumó más de 260 millones de dólares, incluidas las primas por calidad de taza.

La provincia de Jaén tiene una ubicación estratégica, conectada al puerto de Paita por una vía asfaltada a menos de 8 horas de viaje lo que facilita los envíos de su producción de café de alta calidad para exportarlo a los diferentes mercados del mundo.

## FIGURA 10

*Mapa de la ruta de la ciudad de Jaén al puerto de Paita*



*Nota.* Google maps, (2022b)

7 h 29 min (437.6 km) Por carretera 3N y Carretera 1NJ

- **Producto:** El producto exportado por la empresa LOS CAFETOS S.A.C. será el café verde de tipo especial y certificado caracterizado por ser de alta calidad (organoléptica).
- **Presentación del producto:** LOS CAFETOS S.A.C, ofrecerá al importador el café certificado en sacos de yute con capacidad de 69 kg, para el café especial se utilizará el mismo empaque al que puede agregarse una bolsa plástica GrainPro (importada- 69 kg) si el cliente lo requiere, los empaques deberán estar sellados para conservar la calidad y sabor del café.
- **Precio:** El precio del café es establecido desde su compra por la cotización del producto en la bolsa de Nueva York, la empresa realiza sus compras en café pergamino que al convertirlo en café verde, dejara márgenes de utilidad para cubrir los gastos que demande este proceso el precio del café certificado se fijara de acuerdo a los cierres de las ventas futuras con los importadores más el pago de la prima o sobreprecio por la certificación que puede ser de \$ 20 a \$ 40 sobre bolsa, en cuanto al precio del café especial podemos considerar que el precio del mismo se ha llegado a pagar 10 veces más el precio sobre la bolsa, este café es el que puede generar más ganancias y prestigio con los mercados más exclusivos del mundo.
- **Plaza:** LOS CAFETOS S.A.C dirigirá la venta de su producción a un mercado industrial conformado por empresas especializadas en el rubro y que son grandes comercializadores en el negocio y colocaciones de café (Brókeres-importadores) los que se encargaran que el producto llegue directamente a la empresa tostadora, la que tendrá conocimiento del origen del producto que compra.

- **Cantidad:** La empresa en su primer año de actividades de comercialización de café especial y certificado, se ha proyectado exportar 4 contenedores (1,100 sacos de 69 kg.) de café certificado, y 2 contenedores de café especial (550 sacos de 69 kg), tiene una oferta moderada, proyectando en los próximos años incrementar esta oferta, pero siempre buscando vender a los mejores precios el producto para beneficio de los proveedores y LOS CAFETOS S.A.C.

### **3.1.1. Objetivos del estudio de la oferta**

- . Análisis de la competencia, a la que enfrentaremos en el mercado
- . Determinar los atributos de la producción y servicios que cuenta la competencia
- . Diseño de nuevas e innovadoras estrategias de ventas y comercialización
- . Identificar las debilidades y fortalezas de los competidores
- . Diseño de mecanismos y nuevas estrategias para la comercialización de café
- . Evaluar la calidad de los productos de la competencia con nuestros productos para realizar mejoras competitivas

### **Competencia indirecta**

En la provincia de Jaén, por su dinámico y creciente mercado de comercialización de café se cuenta con más de 100 pequeñas organizaciones que exportan cafés certificados entre 15, 000 hasta 25, 000 quintales, y algunas de las cuales cuentan con la certificación pero no logran posicionarse en el mercado exterior y exportar directamente, teniendo que depender de un tercero, también están las grandes empresas

que cuentan con programas para cafés certificados y especiales como Perales Huancaruna, Comercio y Compañía, Coinca, Cenfrocafe, Volcafe, Sol & Café y Norandino, algunas de estas han perdido credibilidad en sus ventas de café certificado con los importadores, porque no han hecho partícipes a los productores y proveedores primarios de los beneficios de estos proyectos de comercialización, son empresas que en su mayoría basan la fuerza y el poder de sus exportaciones en el café convencional.

### **Competencia directa**


La competencia directa de LOS CAFETOS S.A.C son empresas privadas que exportan cafés certificados y especiales con seguimiento de su manejo desde la producción, cosecha, secado, control de calidad, respetando las Buenas Prácticas agrícolas. Estas empresas tienen en común que exportan el café a mercados que exigen que el producto que compran tenga la certificación (Orgánico o Fairtrade-Comercio Justo) respectiva y que se garantice que el productor o agricultor inicial o primario se beneficie del alto precio que se paga por este producto con las bonificaciones y sobrepuestos según las condiciones de calidad del café.

La oferta de café especial se puede encontrar en el mercado local en microlotes, dada su calidad en taza que supera los 84 puntos, en este tipo de café la oferta es menor al café certificado ya que muchas asociaciones y cooperativas tienen certificada su producción, el café especial tiene que cumplir ciertos estándares de calidad como su secado que no se expone a la luz directa del sol, las empresas privadas y competidores directos están aplicando estrategias para acaparar el mejor café que se produce en la

región y lograr consolidarse en el mercado local con el acopio de este tipo de cafés, en las figuras siguientes se describe a la competencia directa (empresas privadas asentadas en la provincia de Jaén) de LOS CAFETOS S.A.C y que se dedican a la comercialización de cafés certificados y especiales en la zona.

## FIGURA 11

*Logo de la empresa ORIGIN COFFEE LAB S.A.C*

 **ORIGIN** ORIGIN COFFEE LAB. S.A.C  
Cal. Jaén de Bracamoros Nro. 224 Sec. Pueblo Libre.  
Fecha de inicio de Actividades: 01/08/2012  
Razón Social Anterior: Productos y Servicios Nor Oriente S.A.C  
*Nota.* Universidad Perú, (2022a).

Ofrece el modelo progresivo Solidario para sus proveedores que tiene como objetivo mejorar las prácticas agrícolas y hacer del cultivo de café un futuro sostenible para la comunidad.

El papel típico de un exportador es facilitar la demanda de café en el mercado. Dentro del mercado de cafés especiales el proceso es más matizado. Se espera que los exportadores sean los primeros en el terreno, encontrando regiones sin explotar para los mejores lotes. Nuestro objetivo es ampliar este modelo tradicional asegurándonos de que los agricultores con los que trabajamos reciban un salario digno. (Origin Coffee Lab, 2020)

## FIGURA 12

*Logo de la empresa FINCA CHURUPAMPA PERU S.A.C*



Car. Jaén- San Ignacio Km 25.7 Sec. Yanuyacu

Fecha de inicio de Actividades: 17/08/2015

*Nota.* Universidad Perú, (2022b).

Ofrece: La compra y venta de cafés especiales al mercado local y exportación, lo que permite impulsar a los productores a mantener un café de alta calidad en taza y mejorar su calidad de vida (Finca Churupampa, 2020).

## FIGURA 13

*Logo de la empresa CARAVELA PERU S.A.C*



**CARAVELA PERU S.A.C**

Car. Jaén-San Ignacio KM. 25 Sec. Yanuyacu.

Fecha de inicio de Actividades: 28/02/2017

*Nota.* Universidad Perú, (2022c).

Hacemos lo que hacemos colocando, no sólo a la gente por delante, sino también dando al planeta el lugar que se merece, por encima de las ganancias. Durante los últimos cinco años, a medida que hemos visto las granjas de café y las comunidades progresar y desarrollarse, nos hemos centrado mucho más en la sostenibilidad



medioambiental. Comenzamos nuestra propia cadena de suministro orgánico, ayudando a cientos de cultivadores de café a recibir su certificación y poder lograr mejores precios mientras cuidamos el medio ambiente. En nuestro día a día y en nuestras decisiones, somos conscientes acerca del planeta y la huella que dejamos en él, alentando el monitoreo, la conservación y el uso responsable de los recursos naturales en todo el tablero, lo que nos lleva a convertirnos en el primer Carbon Neut Compañía de comercio de café verde en el 2021 (Facebook/caravelacoffee, 2022).

#### **FIGURA 14**

*Logo de la empresa FALCON COFFEES PERU S.R.L*



**FALCON COFFEES PERU S.R.L**

Cal. San Ignacio de Loyola Nro. 53 Sec. Linderos Cajamarca-Jaén-Jaén

Fecha de inicio de Actividades: 01/06/2019

*Nota.* Falconcoffees, (2022a).

Falcón trabaja en las principales regiones cafetaleras del Perú con más de 20 grupos de productores, que representan a más de 30 000 agricultores y sus familias. La Ciudadanía Global es el concepto de que la propia identidad trasciende, incluso cuando respeta, las fronteras geográficas y nacionales y que nuestras acciones sociales, políticas, ambientales y económicas ocurren en un mundo interconectado.

Para Falcón, Ciudadanía Global significa abrazar la diversidad, tratar a todas las personas con las que interactuamos, incluidos los demás, con dignidad y respeto, estar al servicio, buscar constantemente la mejora a través de la innovación, ser una buena empresa para trabajar y tener un impacto positivo dondequiera que estemos. Como empresa con fines de lucro, debemos considerar los recursos que agotamos, la energía que consumimos, los desechos que generamos y el carbono que emitimos. Vivimos estos valores a través del Proyecto Blueprint, dentro de los pilares de Gestión Ambiental, Mejora Social y Buen Gobierno (Falconcoffees, 2022b).

### **Conclusión:**

En conclusión, Existen varias empresas que comercializan café especial y certificado, pero de estas empresas privadas la mayoría son extranjeras y no brindan mucha información al proveedor sobre los beneficios económicos que se pueden obtener de las ventas del café especial, o muchas veces no acompañan al productor o proveedor de manera permanente en la producción ya que muchas de ellas solo buscan incrementar sus ingresos o rentabilidad y si no la encuentran acorde a sus expectativas, cierran sus operaciones y se retiran del país, LOS CAFETOS S.A.C, está conformada por un equipo de socios y profesionales con mucha voluntad de servicio y que quieren ofrecer algo diferente en el mercado, crecer y desarrollarse junto con el proveedor porque somos parte de una mismo objetivo, mejorar y posicionar la marca Perú de cafés especiales y certificados en el mundo.

La SCAA (Specialty Coffee Association) se creó con un grupo de voluntarios que buscaron mejorar la calidad de la producción de café en todo el mundo, ahora ellos ofrecen un programa de voluntariado para ser participantes en los distintos eventos de cafés especiales que se organizan a nivel mundial, LOS CAFETOS S.A.C cuenta ya con personal que está inscrito como parte de ese voluntariado que buscara los contactos y relaciones comerciales necesarias para poder ofrecer la producción de la empresa.

### **3.2. Demanda**

LOS CAFETOS S.A.C se dirige a una demanda de mercados internacionales y de países desarrollados con un gran poder adquisitivo y muy exigentes en cuanto a calidad en taza de cafés especiales y certificados. Al realizar un análisis de la demanda, podemos proyectarnos para tomar las decisiones más acertadas en el mercado objetivo.

#### **3.2.1. Objetivos de la demanda**

Los objetivos de la demanda:

- Conocer lo que más valora el consumidor de un café de alta calidad al beberlo
- Información permanente de los hábitos de consumo del público objetivo
- Estimación de las ventas anuales, con proyección de la demanda
- Estudio de mercado objetivo, que referencia tiene del café peruano
- Demanda internacional del café producido en la provincia de Jaén

### **3.2.2. Fuentes de información.**

En este estudio se utilizará fuentes secundarias como medios de información, que nos brindaran datos del mercado que demanda este tipo de cafés, empresas internacionales de gran prestigio mundial en el estudio de mercado e impulsadoras de marcas como Future Brands 4.0, Euromonitor, Sociedad Americana de Cafés Especiales (SCAA), entidades nacionales públicas y privadas: Promperú, Cámara Peruana del Café y Cacao, Junta Nacional del Café, SUNAT, páginas web y revistas informativas.

Actualmente la demanda mundial por los cafés especiales, puede considerarse como una gran oportunidad para los productores de café en el Perú, en países desarrollados se está dando un crecimiento geométrico de las microtostadoras, cafeterías y Coffees shops, mostrando un crecimiento continuo de la demanda de este tipo de cafés que alcanzan los US\$ 90 hasta US\$150 por quintal sobre el precio que se cotiza en bolsa por lo que representan una gran alternativa debido a su alta rentabilidad.

#### **3.2.2.1. Medición de las ventas minoristas en las cafeterías y Coffees del mundo**

Las empresas de la competencia directa de LOS CAFETOS S.A.C en la provincia de Jaén, están realizando exportaciones a mercados que demandan de la producción de café de la zona a países de Europa, América y Oceanía, es por ello que hemos tomado como referencia la demanda de café en las figuras siguientes de países como Reino Unido, Canadá y Australia estos datos han sido publicados por entidades serias y de gran prestigio mundial, realizando una medición del mercado.

FIGURA 15

Ventas minoristas en cafeterías y tiendas centradas en café Europa año 2020



Nota. Euromonitor, (2021).

Según Euromonitor una empresa especializada en investigación de mercado estratégico las demandas de café en “ventas al por menor en las cafeterías de Europa en el año 2020 generaron 30.7 billones de euros y las tiendas centradas en el café 5.7 billones de euros”. Las cifras del número total de cafeterías y tiendas centradas en el café incluyen todos los países de Europa, incluidos los totales de los países que no se muestran en este mapa.

FIGURA 16

Informe de la demanda en cafeterías y cafés de Reino Unido



Nota. Specialty Coffee Association, (2021c)

Analizamos los pedidos de cafeterías y cafés en todo el Reino Unido para descubrir las últimas tendencias en las opciones de bebidas. Las ventas en las cafeterías aumentan constantemente desde las 6 a.m. y alcanzan su punto máximo entre las 10 a.m. y 11 a.m. Los datos representan millones de anonimizadas transacciones diarias de cafés y cafeterías en todo el Reino unido desde junio de 2017 a junio de 2018.

FIGURA 17

Informe de la demanda en cafeterías de Canadá

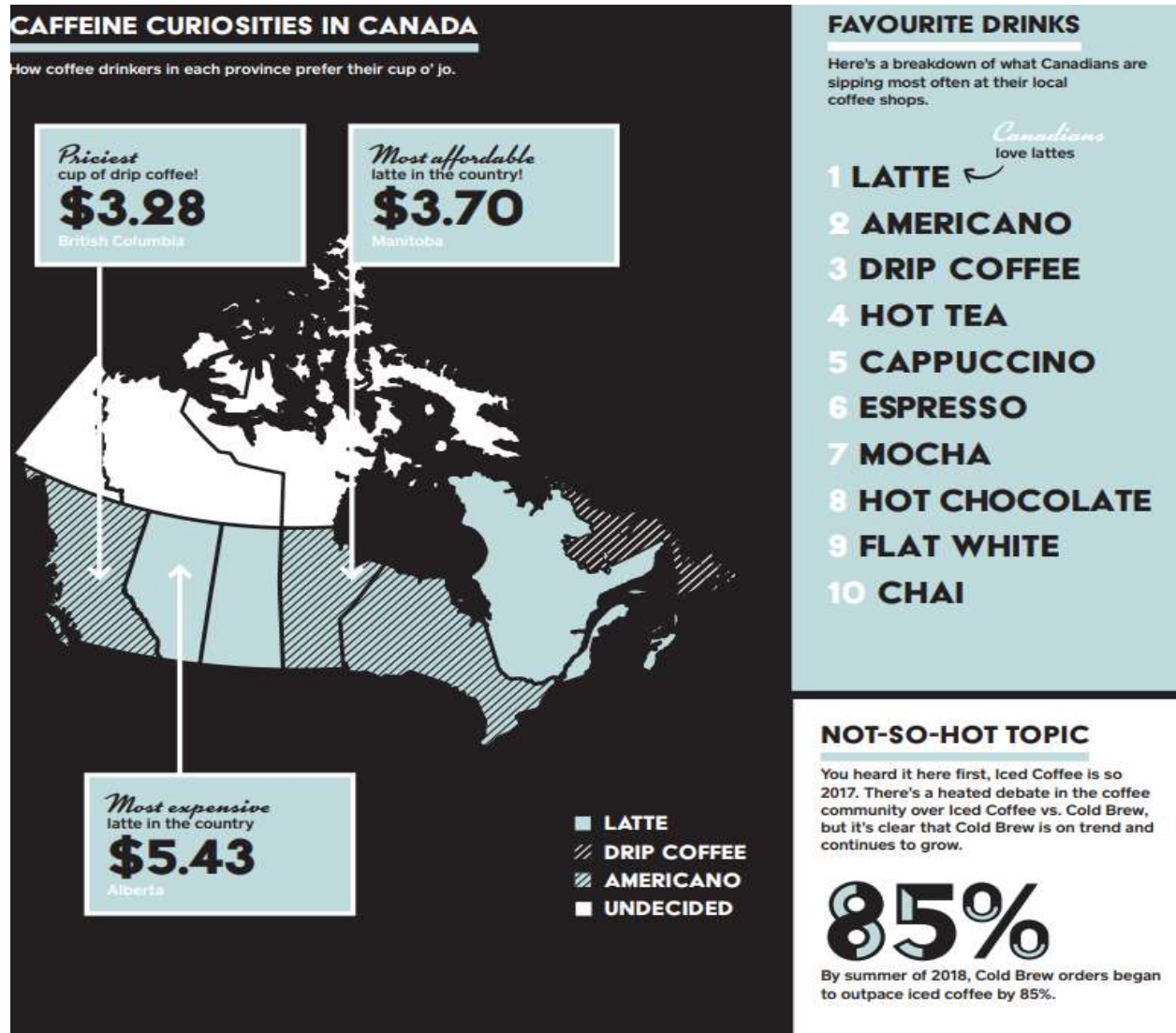


Nota. Specialty Coffee Association, (2021d)

Examinamos los pedidos de cafeterías en todo Canadá para descubrir las bebidas de café más pedidas, de las importaciones internacionales el Cortado y Flat White han conquistado las cafeterías canadienses como las bebidas de café de más rápido crecimiento, nos estamos dando cuenta que estos brebajes de café bajos en leche en sus ventas se han disparado.

FIGURA 18

Informe del consumo de café en cada provincia de Canadá



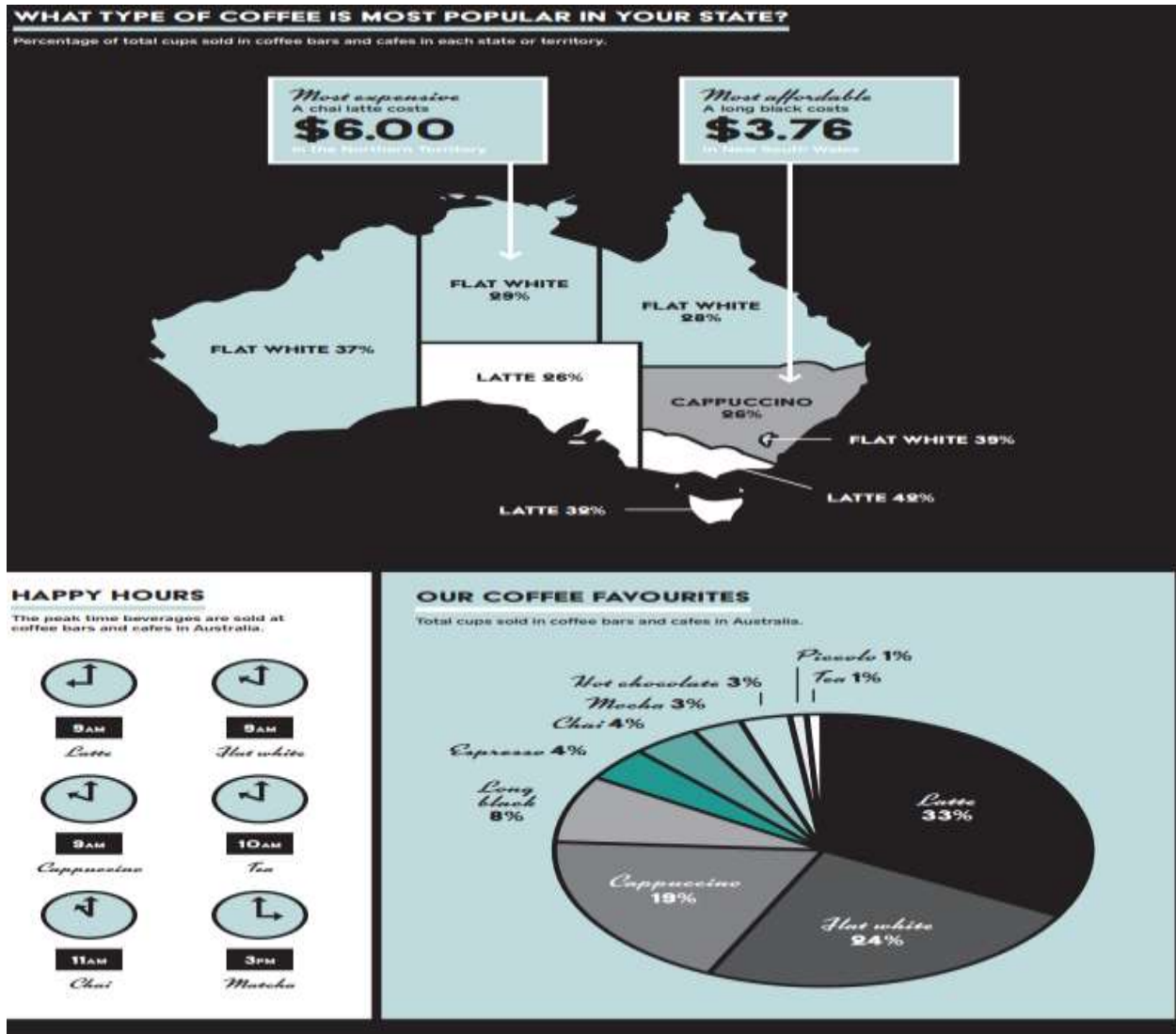
Nota. Specialty Coffee Association, (2021e)

Curiosidades del consumo de cafeína en Canadá, como los bebedores en cada provincia prefieren su taza de café, en cuanto a sus bebidas favorita aquí hay un desglose de lo que son los canadienses bebiendo más a menudo en su local de cafetería.



FIGURA 19

Porcentaje del total de tazas vendidas en cafeterías en cada estado-territorio de Australia



Nota. Specialty Coffee Association, (2021f)

A la pregunta que se les hizo a los australianos que café es más popular en su estado, podemos ver en la figura 19, que la mayoría eligió el Flat White, las bebidas que se consumen en hora punta se venden en cafeterías y cafés, también se lee el total de tazas de café vendidas en distintas presentaciones en Australia.

### 3.2.2.2. Estudio de mercado en USA, Europa y Asia

Según estudios de investigación de mercado realizados por la firma británica Future Brands (experta en el impulso de marcas y negocios) sobre la percepción de los clientes que tienen sobre el café especial y de origen peruano como un producto “top of mind” dichos estudios que se hicieron en Estados Unidos, Europa y Asia, contactándose a distintas instituciones, se realizaron entrevistas con 22 de las 30 empresas (incluidas 6 de estudios anteriores) y se registraron los comentarios de 39 encuestados se obtuvo como resultados que el Perú no es aún un origen “top of mind” para el consumidor; y queda un arduo trabajo por delante para que nuestro país logre ser un referente de una mayor cantidad de compradores de café verde especial y de origen.

#### FIGURA 20

*Estudio de mercado de Future Brands (perfil del cliente)*



Nota. Samper-Brands 4.0, publicado por la Cámara Peruana del Café y Cacao, (2021a).

FIGURA 21

Estudio de Mercado de Future Brands (Perú no es aún un origen “top of mind”)

## EL RETO DE LA VISIBILIDAD

El Perú no es aun un origen “top of mind” para el consumidor



Taste of coffee from coffee producing countries - % selecting 'tastes very good'	Total 18+	Past-Day Drinker Type			Past-Day Specialty Coffee Drinkers	
		Exclusive Traditional Drinkers (A)	Exclusive Specialty Drinkers (B)	Dual users (C)	EEB (D)	NEBB (E)
Base	1528	343	433	111	333	211
Colombia	63	69	71	68	65	78
Hawaiian Kona	53	61	58	47	57	55
Brazil	45	45	51	49	49	54
Costa Rica	43	42	49 A	53	45	56
Mexico	38	35	45	29	43	41
Indonesian Sumatra	36	37	42	36	41	41
Ethiopia	34	30	41 A	37	44	35
Guatemala	34	32	41	30	34	44
Kenya	33	37	34	35	33	35
Nicaragua	31	29	34	19	32	30
Vietnam	29	27	40	30	43	30

Nota. Samper-Brands 4.0, publicado por la Cámara Peruana del Café y Cacao, (2021b).

El reto de la visibilidad para el mercado mundial de productos de origen como el café verde peruano, como ser más visibles para un mercado cada vez más competitivo, y como posicionar al café peruano como un producto “top of mind” en distintos mercados del mundo, queda realizar los esfuerzos y el trabajo necesario para que el Perú pueda posicionarse como un referente de una gran cantidad de compradores de café verde.

Como país tenemos el reto de ser más visibles para los mercados mundiales como productores y comercializadores de cafés especiales, *Top of mind* es una forma de conocer ¿Qué es lo primero que viene a la mente a un consumidor?

### **3.2.2.3. Demanda y exportaciones de café especial y certificado**

Según “Mercado Global del café instantáneo” un estudio que fue desarrollado por la consultora Technavio; para los próximos cinco años la evolución de la demanda de café especial y certificado se avizora auspiciosa en el mercado mundial. De acuerdo con los estudios consultados y las predicciones de los empresarios encuestados, se prevé que el mercado se desarrolle un 5,94% al 2021 para el café tostado y molido. Además, en este estudio se afirma que el café especializado se compra en tiendas especializadas de alta gama (Technavio,2016).

Para el 2021 se espera que la industria de cafés especiales se expanda a una tasa de 10.23%. Esta expansión está asociada al aumento de la demanda de café premium en países como Estados Unidos, donde el 59% de los consumidores, en su mayoría generaciones más jóvenes, dice que le gustaría tomar un café gourmet. El mayor consumo de café per cápita se encuentra en Europa, con el auge de las cafeterías que sugiere que las preferencias están cambiando; Según la Asociación de Cafés Especiales de Europa (SCAE), los europeos están dispuestos a pagar tarifas altas por un café de alta calidad (Cámara Peruana del Café y Cacao, 2017a)

Un lugar donde existe una creciente necesidad de café es Asia. En las esquinas de sus principales ciudades podemos encontrar diversas máquinas que distribuyen productos hechos a base de café en naciones como Japón, que es reconocida por tener uno de los mercados de cafés especiales más sofisticados. También debemos mencionar que las importaciones de café en Corea se han duplicado en la última década (Cámara Peruana del Café y Cacao, 2017b)

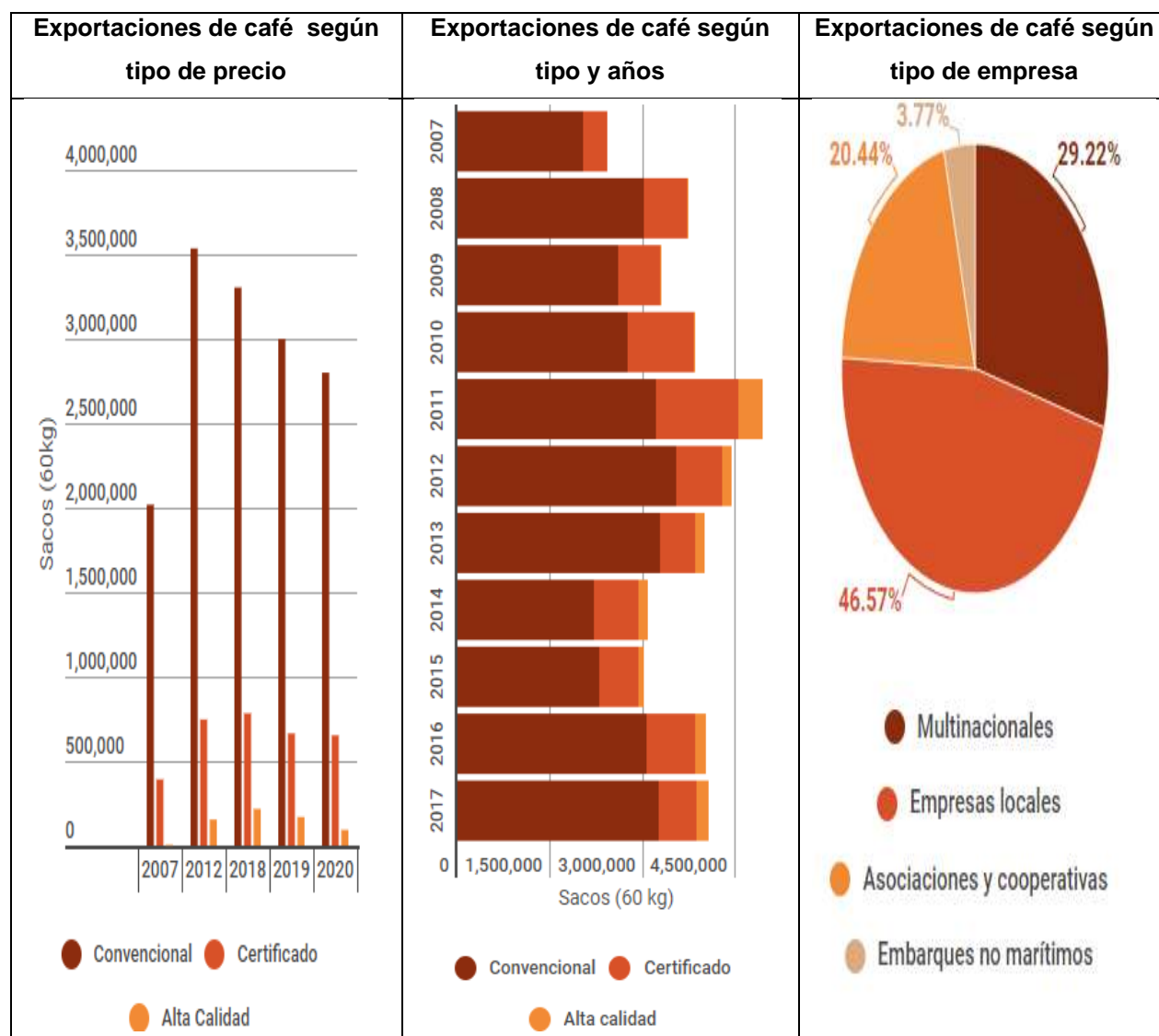
La demanda de café certificado se amplía y expande, trayendo otra dinámica al mercado, gracias al involucramiento de las grandes empresas y la presencia de las principales naciones.

El principal factor que impulsa el aumento de la demanda de café es el mercado del café convencional, especialmente en las economías emergentes donde las personas están incorporando el café a sus rutinas diarias. Además, al atraer nuevos clientes cada año en mercados maduros como Europa, Japón y Estados Unidos que crecen de forma natural. Como resultado, la tasa de crecimiento de los cafés certificados sigue aumentando y la credibilidad del mercado abre nuevas oportunidades para los técnicos e inspectores que apoyan la sostenibilidad del negocio del café.

Los cafés especiales, a veces conocidos como cafés gourmet, son bebidas **Premium** que se comercializan con frecuencia para audiencias específicas. Los cafés que garantizan a los clientes que se produjeron con normas sociales y ambientales se denominan "café certificado" o "café producido de manera sostenible".

**FIGURA 22**

*Exportaciones de café peruano según tipo de precio, calidad, años y tipo de empresa*



Nota. Datos recogidos de la Cámara Peruana del Café y Cacao, (2020).

Perú exporta una amplia gama de variedades de café, incluidos cafés convencionales, especiales y certificados. Debido a esta diversidad se propicia que las cooperativas, las pequeñas empresas y las corporaciones multinacionales existan en Perú y compitan en una amplia segmentación del mercado.

Las empresas locales y extranjeras dedicadas a la comercialización de cafés especiales y certificados en la provincia de Jaén están vendiendo y cubriendo la demanda de distintos mercados con ventas FOB a través de traders y brókeres especializados en colocaciones de cafés certificados y especiales por más de \$3 millones de dólares en el año 2021 a continuación mostramos datos recogidos por la empresa Veritrade Business directamente de la SUNAT/aduanas del Perú.

**Tabla 3**

*Importadoras de cafés especiales y certificados a las empresas ubicadas en Jaén*

<b>Nº</b>	<b>Importador</b>	<b>Año</b>	<b>Registro Total US \$FOB</b>
1	LA MINITA CORPORATION	2021	354,758
2	SUSTAINABLE HARVEST COFFEE IMPORTER	2021	422,866
3	VOLCAFE USATHE GALLERIA 2 BRIDGE AVENUERED BANK. NJ.07701.	2021	128,829
4	IMPORTADORA LATITUD SUR SPA	2021	49,004
5	FALCON COFFEES LTD	2021	156,308
6	BAHADI CO FOR TRADING & INDUSTRY T/AS KAL COFFEE COMPANY	2021	152,688
7	AGC COMMODITY STORE LTD..	2021	106,672
8	KRONOTROP YIYECEK VE ICECEK AS	2021	98,306
9	ATLANTIC SPECIALTY COFFEE. INC	2021	716,323
10	SUCAFINA NA INC	2021	353,885
11	TRABOCCA B.V.	2021	316,294
12	ROYAL COFFEE. INC.	2021	299,852
13	CARAVELA COFFEE LLC	2021	241,381
14	THIRTY SECOND BEAN COMPANY PTY LTD.	2021	115,457
15	CARAVELA LIMITED	2021	90,343
<b>TOTAL</b>			<b>\$3,944.947</b>

*Nota.* Datos recogidos de Veritrade Business, (2021a).

**Tabla 4**

*Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona -Finca Churupampa*

<b>Empresa</b>	<b>Países Destino</b>	<b>Periodo</b>	<b>Importador</b>	<b>Registro Total US \$FOB</b>
<b>FINCA CHURUPAMPA PERU S.A.C</b>			LA MINITA CORPORATION	354,758
	ESTADOS UNIDOS			
	\$ 906,453		SUSTAINABLE HARVEST COFFEE IMPORTER	322,467
		OCTUBRE		
		2021	VOLCAFE USATHE GALLERIA 2 BRIDGE AVENUERED BANK. NJ.07701. E	128,829
	CHILE			
\$ 64,811		SUSTAINABLE HARVEST	100,399	
		IMPORTADORA LATITUD SUR SPA	49,004	
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 971,264</b>	

*Nota.* Datos recogidos de Veritrade Business, (2021b).



**Tabla 5**

*Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona-Falcón Coffees*

<b>Empresa</b>	<b>Países Destino</b>	<b>Periodo</b>	<b>Importador</b>	<b>Registro Total US \$FOB</b>
			FALCON COFFEES LTD	156,308
	REINO UNIDO \$ 262,980	OCTUBRE	BAHADI CO FOR TRADING & INDUSTRY T/AS KAL COFFEE COMPANY	152,688
		2021		
FALCON COFFEES PERU S.R.L.	ARABIA SAUDITA \$ 152,688		AGC COMMODITY STORE LTD..	106,672
			KRONOTROP YIYECEK VE ICECEK AS	98,306
	TURQUIA \$ 98,306			
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 513,974</b>

*Nota.* Datos recogidos de Veritrade Business, (2021c).

**Tabla 6**

*Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona-Origin Coffee*

<b>Empresa</b>	<b>Países Destino</b>	<b>Periodo</b>	<b>Importador</b>	<b>Registro Total US \$FOB</b>
<b>ORIGIN COFFEE LAB. S.A.C</b>	ESTADOS UNIDOS	OCTUBRE 2021	ATLANTIC SPECIALTY COFFEE. INC	475,192
	CANADA		SUCAFINA NA INC	353,885
			TRABOCCA B.V.	316,294
	NORUEGA		ROYAL COFFEE. INC.	299,852
	ARGENTINA		ATLANTIC SPECIALTY COFFEE. INC	241,131
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,012,528</b>

*Nota.* Datos recogidos de Veritrade Business, (2021d).

**Tabla 7***Ventas FOB de las empresas ubicadas en la zona-Caravela Perú*

<b>Empresa</b>	<b>Países Destino</b>	<b>Periodo</b>	<b>Importador</b>	<b>Registro Total US \$FOB</b>
	ESTADOS UNIDOS 241,381	OCTUBRE 21	CARAVELA COFFEE LLC	241,381
CARAVELA PERÚ S.A.C.	AUSTRALIA 115,457		Thirty Second Bean Company Pty Ltd.	115,457
	BELGICA 90,343		CARAVELA LIMITED	90,343
			<b>TOTAL</b>	<b>\$447,181</b>

*Nota.* Datos recogidos de Veritrade Business, (2021e).

Desde LOS CAFETOS S.A.C, conocedores del potencial de la zona en la producción de cafés especiales y certificados donde se encuentran muchos productores sin el asesoramiento necesario para la colocación de microlotes de cafés especiales que muchas veces son mal manejados desde su producción hasta su venta siendo mezclados con cafés convencionales y vendidos sin que reciban el verdadero valor de su producción, es por ello que la empresa tiene ya el compromiso y las relaciones comerciales necesarias con estos proveedores para cubrir las demandas de LOS CAFETOS S.A.C de estos cafés especiales que se producen en lugares de difícil acceso, zonas montañosas de la provincia de Jaén.

Las visitas que se reciben de distintos agentes, traders y brókeres internacionales que solicitan y demandan de estos cafés para diferentes mercados ya que muchas veces el productor primario no puede realizar sus exportaciones por la falta de mecanismos y formalizaciones exigidas para exportar por entidades como SUNAT/ADUANAS SENASA, Bancos, etc. Por todo esto nace la idea de crear la empresa LOS CAFETOS S.A.C. que juntamente con sus proveedores pueda exportar y vender este café certificado y especial diferenciándose de sus competidoras por estar siempre brindando apertura, información permanente y participación de la rentabilidad que genera el negocio del café certificado, muchas empresas hoy en día exigen calidad en taza y buen rendimiento pero no acompañan ni asesoran de manera permanente al productor para que este no pierda dinero en el mal manejo de lotes y microlotes de café que son mal cosechados, mal fermentados y mal secados perdiendo calidad de taza y rendimiento, es por ello que el asesoramiento al proveedor debe ser continuo y permanente.

## **IV. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

### **4.1 Mercado**

Actualmente el mercado de cafés especiales y certificados experimenta un crecimiento continuo y presenta una variedad de cambios, los consumidores de cafés especiales hoy en día son más exigentes en cuanto a la procedencia de productos de origen, la empresa LOS CAFETOS S.A.C no es ajena a estas exigencias del mercado es por ello que tiene que aportar a posicionar al Perú como un referente de primer orden en la producción y oferta de cafés especiales y certificados, hoy en día los mercados de todo el mundo se han acercado gracias a la tecnología y la globalización es por ello que se puede ofrecer el café a todo el mundo, a los mercados más exigentes que buscan productos limpios de insumos químicos y cultivados con buenas prácticas. El café de especialidad representa alrededor del 12% del consumo mundial y se está expandiendo extremadamente rápido.

- Dos ideas novedosas: sostenibilidad ambiental y responsabilidad social.
- Los cafés especiales son de un alto nivel.
- Creación de nuevas técnicas de preparación.
- Modernos equipos para café.
- La creación de mecanismos que preserven la calidad.

Desde finales de los años noventa, las exportaciones de cafés especiales han crecido significativamente, de 76.500 qq en 1999 a 530.000 qq en 2005. En el mismo año, las exportaciones escalaron en valor a US\$ 57.650.000.000 (Junta Nacional del Café, 2019c).

Actualmente, el café es el producto agrícola más exportado del Perú; en 2011 se exportaron 5'600.000 qq, que aportaron \$1.400 millones a la economía del país. La producción de cafés especiales representa casi un tercio de la producción nacional (27 %) y una quinta parte del volumen de exportación (17 %) debido al hecho de que no toda la producción se puede vender según lo previsto. El café certificado como orgánico y comercio justo es el cultivo principal que se cultiva en esta nación bajo este sistema de producción, y las organizaciones de pequeños productores constituyen la mayor parte de la producción del café de especialidad (Junta Nacional del Café, 2019d)

La calidad sobresaliente y el aroma distintivo de los tipos de café del país, según el Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural (MIDAGRI), han ayudado al Perú a consolidarse como uno de los principales exportadores de café del mundo en los últimos

años y lograr ganar 44 mercados extranjeros. Debido al inmenso potencial del café peruano y los esfuerzos coordinados de todos los sectores de la cadena de valor, las exportaciones se mantuvieron estables en 2020, colocando en su mayoría en el mercado de Estados Unidos y Europa 3.5 millones de sacos.

Las estrategias a aplicar por la empresa LOS CAFETOS S.A.C debe tener en cuenta a los distintos segmentos del mercado cuando ofrece el café especial y certificado y la disposición de los mismos a comprar con precios más altos, dependiendo de la calidad del producto que se les ofrece:

### FIGURA 23

*Precio Implícito de Exportación por Tipo de Café 2020*

	US\$/lb
Fuera de Grado	0,68
Convencional	1,37
Certificado	1,63
Alta Calidad	2,36
<b>Total</b>	<b>1,36</b>

Elaborado con base en info Cámara de Café



*Nota.* Samper-Brands 4.0, publicado por la Cámara Peruana del Café y Cacao, (2021c).

De acuerdo a la información de la Cámara de Café, los cafés de alta calidad pueden llegar a tener un precio por libra de casi el doble que el café convencional, así como también el precio del café certificado que tiene un mayor precio, en la figura se puede visualizar que el café de alta calidad o especial es el más valorado en el mercado.

El segmento de consumidores de café orgánico mantenía un crecimiento antes de la pandemia y se prevee que siga creciendo manteniendo la credibilidad del mercado, ese es el reto como país mantener la credibilidad del producto que se está vendiendo y garantizando que se un producto saludable que beneficie al consumidor final.

## FIGURA 24

*Segmento de mercado de café orgánico antes y durante la pandemia del covid-19*

El segmento orgánico venía creciendo satisfactoriamente antes de la pandemia y se espera que su dinámica aumente. Su reto es **mantener la credibilidad**



Fuente: Euromonitor, <https://globalorganictrade.com/>



*"Cuál es el imaginario: neutral con medio ambiente, birdfriendly, fairtrade, hay un sentido altruista en los otros sellos. Para orgánico el foco es salud, salud para mí."*



*"(Durante pandemia) lo orgánico, lo saludable y es lo más vendible"*



*"Las Tendencias observadas en lo orgánico (durante la pandemia) se aceleraron por el enfoque a lo saludable según la Organic Trade Association"*

*Nota.* Samper-Brands 4.0, publicado por la Cámara Peruana del Café y Cacao, (2021d).

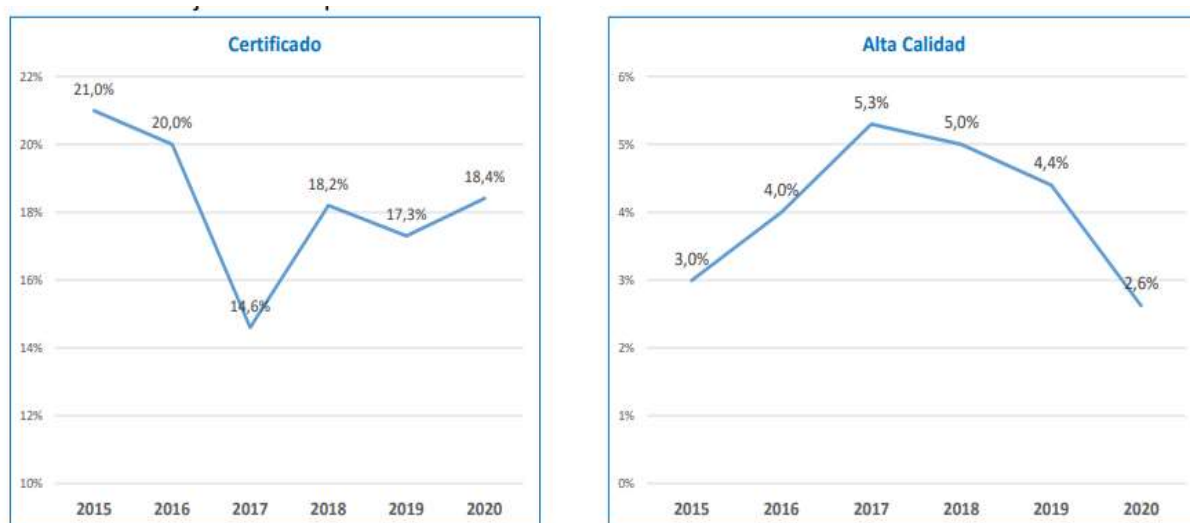
LOS CAFETOS S.A.C conector que los segmentos del mercado que consumen café orgánico y que pagan altas primas sobre el precio del mercado del café, buscare siempre en coordinación y cooperación permanente con sus proveedores ofrecer el café certificado como orgánico, para obtener las primas más altas que pagan estos mercados que buscan un producto saludable y aprovechar la coyuntura que se vive en la actualidad en el mundo donde todos buscan cuidar su salud, consumiendo productos que se hayan cultivado con prácticas agrícolas sostenibles y si aditivos químicos.



En la actualidad el país líder en la comercialización de cafés orgánicos es el Perú, nuestro país tiene una importante posición en los mercados globales de cafés de Comercio Justo y Orgánico, sin embargo, el incumplimiento de normas es un riesgo latente lo que podría generar problemas cuando se habla de productos orgánicos. Así como Perú y México países líderes en orgánicos, también Honduras ahora está participando en el mercado de cafés orgánicos.

**FIGURA 25**

*Porcentaje de exportaciones totales en volumen de café certificado y de alta calidad*



*Nota.* Samper-Brands 4.0, publicado por la Cámara Peruana del Café y Cacao, (2021e).

Consolidarse y continuar creciendo en los segmentos del mercado de café certificado y de alta calidad es un reto para el Perú como país productor, estos segmentos que pagan mejores primas por estos cafés, lograr tener más participación en los mismos al conseguir mejores precios por las exportaciones de estos cafés.

**FIGURA 26**

*Condiciones necesarias para competir en mercados de alto valor*

Pilares de diferenciación	TRANSPARENCIA	CALIDAD	CONOCIMIENTO
Argumentos de soporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Da credibilidad y autenticidad.</li> <li>• Favorece las relaciones de comercio directo con productores y cooperativas, con un portafolio de origen único.</li> <li>• Base para una lealtad a largo plazo.</li> <li>• Contenido emocional poderoso para conectar con consumidores.</li> <li>• Se reducen la necesidad de un VSS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Codificable gracias a estándares SCAA.</li> <li>• Facilita la capacitación para medir resultados.</li> <li>• Proporciona objetivos de mejora continua entre el agricultor y el comprador (Actualización del producto).</li> <li>• Métodos artesanales de elaboración que se adaptan a los cafés específicos.</li> <li>• Base de reconocimiento del trabajo del caficultor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferenciación y experiencia a través de plataformas de educación al consumidor.</li> <li>• Técnicas de tostado que se adaptan a cada tipo de café.</li> <li>• Proporciona la base para la innovación y el desarrollo de productos</li> <li>• Se apalanca en la ciencia para lograr credibilidad.</li> <li>• Alienta la experimentación.</li> </ul>

*Nota.* Samper-Brands 4.0, publicado por la Cámara Peruana del Café y Cacao, (2021f).

Para poder competir en mercados de alto valor la empresa LOS CAFETOS S.A.C tiene que tener dos pilares de diferenciación como credibilidad y autenticidad, porque si se actúa sin generar credibilidad en sus clientes no tendrá aseguradas las colocaciones de café en el mercado objetivo, muchas veces grandes negocios se han perdido por la falta de sinceridad por parte del que quiere ingresar a un mercado de alto valor, el ser auténticos y ofrecer un producto de alta calidad, teniendo el conocimiento para reconocer a los cafés especiales y certificados le asegura el ingreso a mercados de alto valor en donde pueda desarrollarse como empresa exportadora de cafés de alta calidad.

## 4.2 Marketing mix.

Una marca o servicio debe dar una primera impresión favorable para clasificarse entre las mejores opciones de los consumidores. Aquí, es importante tener una característica o rasgo distintivo que lo diferencie de los competidores. Tenemos ese atributo estrella que es nuestro café especial y certificado, nuestro objetivo desde LOS CAFETOS S.A.C es contribuir a posicionarse en el mercado mundial como la marca Perú de cafés especiales en la mente del consumidor.

### FIGURA 27

*Objetivo de LOS CAFETOS S.A.C, (contribuir a posicionar el café de origen peruano en la mente del consumidor en un producto **top of mind**)*



*Nota.* Datos recogidos de Puro Marketing, (2018).

#### 4.2.1. Producto

El producto exportado por la empresa LOS CAFETOS S.A.C. será el café verde de tipo especial y café verde certificado de tipo orgánico o café sostenible con las certificaciones USDA-Organic y Fairtrade-Comercio Justo, estos tipos de café se caracterizan por ser de alta calidad (organoléptica).

**Tabla 8**

*Detalle del producto ofrecido*

Producto	Tipo	Cantidad		
		Contenedores	Sacos (yute)	Kilos
Café verde	Especial	2	550	37,950
	<b>Certificado</b>			
Café verde	<ul style="list-style-type: none"><li>• Orgánico</li><li>• Fairtrade</li></ul>	4	1100	75,900
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>1650</b>	<b>113,850</b>

Elaboración Propia.

- **Presentación del producto:** El café especial que se ofrecerá será en sacos de yute nuevos y con capacidad para 69 kg, si el cliente lo requiere se le agregara bolsas plásticas GrainPro (importadas), el café certificado será ofrecido en sacos de yute (69 kg) sellados con la certificación que identifica al producto para que sea reconocido como tal, el envase tiene que ser nuevo y de calidad para evitar el

deterioro y contaminación del producto para que no pierda su calidad y de esta manera llegar en las mejores condiciones al consumidor final.

- **Marca:** LOS CAFETOS hace referencia a los plantones de café, es el distintivo de la empresa para que sea reconocida en el mercado de cafés especiales y certificados, la empresa hará uso de la marca sectorial para café desarrollada por Promperú en el marco del Plan de acción y de su estrategia marca país, más adelante se estará detallando.

#### 4.2.2. Precio

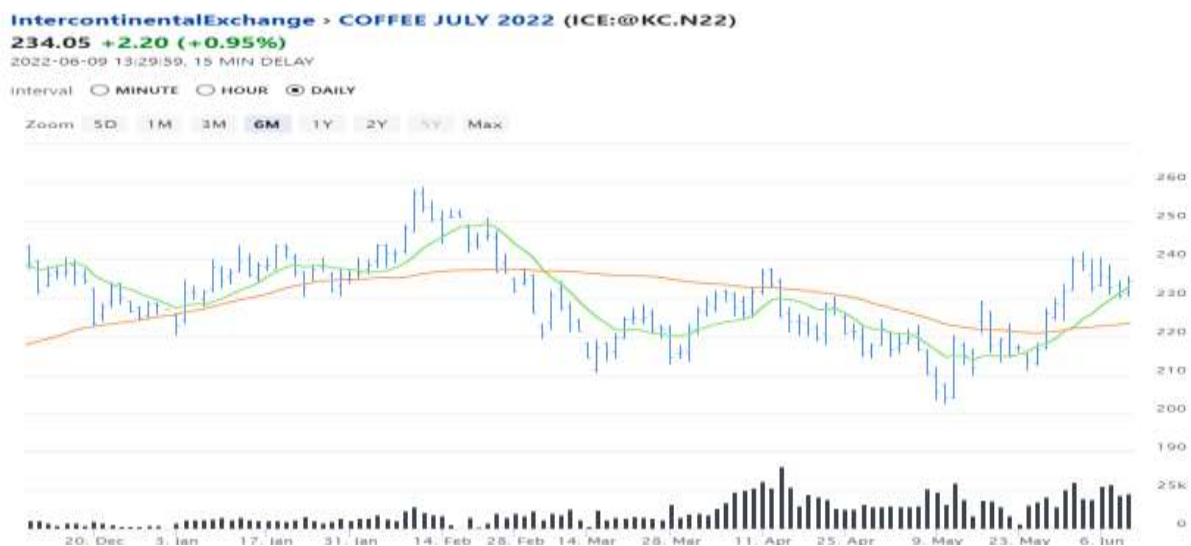
El precio del café es muy variable ya que se cotiza a diario en la bolsa de Nueva York, por lo que la empresa realizara sus ventas, con cierre de contratos y ventas a futuro fijando el precio en los picos de bolsa, agregando los sobrepuestos y primas por los tipos y calidad de café que está ofreciendo, como referencia se utilizó la cotización del momento que se elaboraba el proyecto (\$234.05 precio por quintal al 09-06-22).

- **Precio mínimo** El precio mínimo que se establece en los contratos con los importadores de café certificado, estará fijado con anterioridad a la entrega, la exportación de café se hace con ventas futuras y tomando como precio base las cotizaciones de la bolsa de Nueva York.
- **Precio Máximo** El precio máximo del producto, para el café certificado se da muchas veces con el precio base de la bolsa de Nueva York más 20 o 40 dólares sobre bolsa, también puede darse la retribución con primas o más precio por

vender con la certificación Fairtrade que promueve el desarrollo del productor. En el café especial no se puede especificar un máximo precio ya que este se puede dar de acuerdo a los cumplimientos y estándares de calidad del café que se vende llegando a alcanzar precios de \$ 90 a \$ 150 dólares sobre bolsa, allí es donde apunta LOS CAFETOS S.A.C para poder tener altos ingresos y poder juntamente con sus proveedores alcanzar su desarrollo, económico y social.

## FIGURA 28

*Datos derivados del precio del café en tiempo real de la bolsa de Nueva York*



El precio del café se cotiza diariamente en la bolsa de Nueva York, este es el precio que rige a todos los mercados de café del mundo, La empresa fijara sus ventas futuras. En la Bolsa de Valores de Nueva York, el comercio de futuros de café está supervisado por un conjunto de reglas, y el proceso de "subasta pública" establece los precios. Las normas que se aplican se conocen como contrato C.

#### **4.2.3. Plaza**

LOS CAFETOS S.A.C dirigirá la venta de su producción a un mercado industrial conformado por empresas especializadas en el rubro y que son grandes comercializadores en el negocio y colocaciones de café (Brókeres-importadores), que serán los encargados de que el producto llegue a la empresa tostadora. Las ventas serán realizadas a través de contratos y las certificaciones de USDA-Organic y Fairtrade-Comercio Justo, permitirán el ingreso de la mercancía sin restricciones, también se realizará ventas de microlotes de café especial a empresas medianas y pequeñas tostadoras dirigidas a mercados más exclusivos y de altos ingresos económicos, que demandan productos de origen y alta calidad.

#### **4.2.4. Unidad de medida utilizada para exportar el producto**

El café verde en grano que se exporta en su mayoría se realiza utilizando como unidad de medida el saco de yute (69 kg), LOS CAFETOS S.A.C exportara su producción utilizando sacos de yute con capacidad para 69 kg y en container (contenedor) con capacidad de 20" carga seca.

#### **4.2.5. Promoción de la producción de LOS CAFETOS S.A.C**

LOS CAFETOS S.A.C, para la promoción de su producción de café certificado y especial, aplicara estrategias y realizara importantes actividades que permitirán que sus productos puedan ser conocidos y logren posicionarse en el mercado objetivo, estas son:

- ❖ **Suscripción como Miembros de la Specialty Coffee Association:** La empresa LOS CAFETOS S.A.C se ha inscrito como Miembro de la Sociedad Americana de Cafés Especiales.

## FIGURA 29

*Correo de confirmación de membresía de LOS CAFETOS S.A.C*



Your subscription to our mailing list has been confirmed. Thank you!

For your records, here is a copy of the information you submitted to us...

- 
- **Email Address:** viajero7@hotmail.com
  - **First Name:** Darwin Ali
  - **Last Name:** Atalaya Ramirez
  - **Company:** LOS CAFETOS S.A.C
  - **Which emails would you like to receive from us?** This Week at the SCA (Weekly Newsletter), SCA Awards, SCA Coffee Directory, Coffee Retail Summit, Green Coffee Summit, 25 Magazine Newsletter, Specialty Coffee Expo (North American Trade Show), World of Coffee (European Trade Show), World of Coffee Dubai (MENA Trade Show), U.S. Coffee Championships News, World Coffee Championships Updates
  - **Marketing Permissions:** Email

---

*Nota.* Datos recogidos del email de la gerencia LOS CAFETOS S.A.C, (2022).







❖ **Ferias**

La participación en ferias internacionales, así como también el enviar muestras de café a estos eventos, a las que asisten distintas personalidades de todos los países interesados en la búsqueda de cafés especiales y de excelente calidad.

**FIGURA 30**

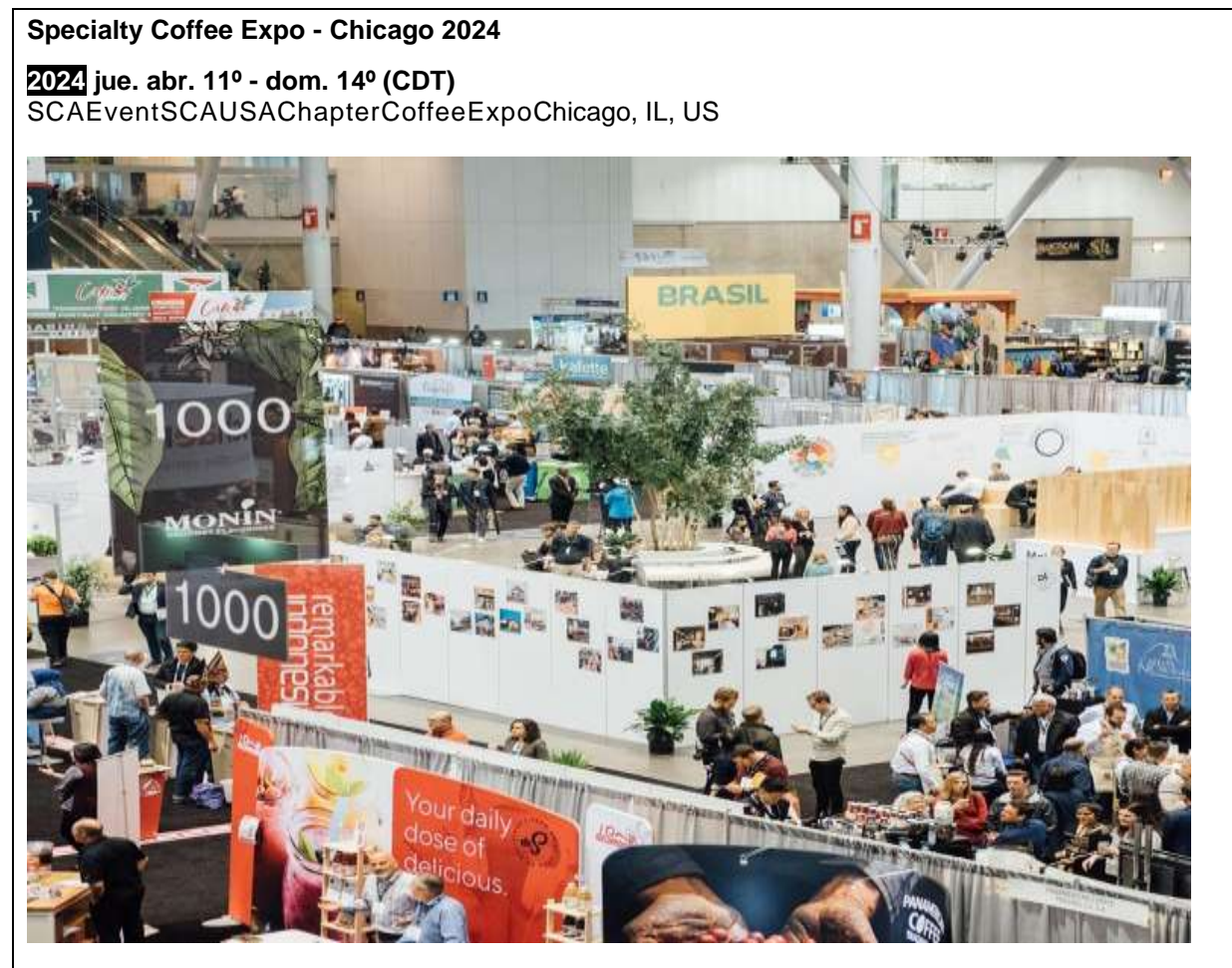
*Ferias y eventos de cafés especiales en el mundo, año 2022-2023*

<p><b>World of Coffee - Milan 2022</b>  <b>Jue. jun. 23º - sáb. 25º (CEST)</b>  scaeventworldofcoffee  Milano Convention Center,  Piazzale Carlo Magno,  1, 20149 Milano MI, Italy</p> 	<p><b>Melbourne World Coffee Championships</b>  <b>Mar. sep. 27º - vie. 30º (AEST)</b>  scaevent  Melbourne Convention and Exhibition Centre,  1 Convention Centre Pl,  South Wharf VIC 3006, Australia</p> 
<p><b>Specialty Coffee Expo - Portland 2023</b>  <b>2023 jue. abr. 20º - dom. 23º (PDT)</b>  SCAEventSCAUSACHapterCoffeeExpo  Portland, OR, US</p> 	<p><b>2023 jue. jun. 22º - sáb. 24º (EEST)</b>  <b>World of Coffee - Athens 2023</b>  <a href="#">Learn More About World of Coffee</a>  Spata Artemida 190 04, Greece</p> 

Nota. Specialty Coffee Association, (2022a)

## FIGURA 31

*Ferias y eventos de cafés especiales en el mundo, año 2024*



Nota. Specialty Coffee Association, (2022b)

### ❖ **Voluntariado**

La Specialty Coffee Association-SCAA fue construida con un grupo de voluntarios es por ello que LOS CAFETOS S.A.C cuenta con un joven profesional que ya es parte de ese voluntariado de la SCAA, para poder ser partícipe de todos los eventos de cafés especiales que organice la Specialty Coffee Association.

## FIGURA 32

### *Programa de voluntariado de la Specialty Coffee Association*

#### Volunteer with the SCA

We run on coffee and volunteers.

The SCA was built by dedicated volunteers with a vision of an organization that promoted the values of specialty coffee and community. The contributions of SCA volunteers can be seen in the various leadership groups that support the mission of the association and in the thousands who give their time at SCA trade shows and community events every year.

#### Why volunteer?

Coffee professionals choose to volunteer for a variety of reasons, but one common thread runs throughout: their love of specialty coffee. When you volunteer with the SCA, you're among friends. Many volunteers reference life-long friendships founded on shared volunteer experiences— others note how it launched their career in coffee.

SCA volunteers tell us they donate their time for many reasons, among them:

Supporting and giving back to the specialty coffee community

Promoting and effecting change in the industry

Networking and meeting new people

Acquiring knowledge and learning new skills

#### Ways to Volunteer

Every year, the SCA hosts dozens of events around the world at which more than 2000 volunteers contribute thousands of hours in various capacities. Additionally, we have more than 50 leadership volunteers who fill positions on the Board of Directors, Advisory Councils, and Working Groups.

Your time, knowledge, and skills are valuable to the specialty coffee community. By volunteering your time with the SCA, you contribute your talents to the coffee community while earning valuable professional experience. There are many ways to volunteer your time and skills supporting the core values, mission and purpose of the SCA.

#### Trade Shows and Other Events

Thousands of volunteers support the SCA's two annual trade shows, the Specialty Coffee Expo and World of Coffee, as well as the dozens of competitions and community events held around the world.

*Nota.* Specialty Coffee Association, (2021g)

## FIGURA 33

### *Traducción del programa de voluntariado de la Specialty Coffee Association*

#### Voluntariado con la SCA

Funcionamos con café y voluntarios.

La SCA fue construida por voluntarios dedicados con la visión de una organización que promoviera los valores del café especial y la comunidad. Las contribuciones de los voluntarios de SCA se pueden ver en los diversos grupos de liderazgo que apoyan la misión de la asociación y en los miles que brindan su tiempo en las ferias comerciales y eventos comunitarios de SCA cada año.

#### ¿Por qué ser voluntario?

Los profesionales del café eligen ser voluntarios por una variedad de razones, pero hay un hilo común: su amor por el café de especialidad. Cuando eres voluntario en la SCA, estás entre amigos. Muchos voluntarios hacen referencia a amistades de toda la vida basadas en experiencias voluntarias compartidas; otros señalan cómo lanzó su carrera en el café.

Los voluntarios de SCA nos cuentan que donan su tiempo por muchas razones, entre ellas:

Apoyando y retribuyendo a la comunidad de cafés especiales

Promover y efectuar el cambio en la industria.

Hacer networking y conocer gente nueva

Adquirir conocimientos y aprender nuevas habilidades

#### Maneras de ser voluntario

Cada año, la SCA organiza docenas de eventos en todo el mundo en los que más de 2000 voluntarios contribuyen con miles de horas en diversas capacidades. Además, contamos con más de 50 voluntarios de liderazgo que ocupan puestos en la Junta Directiva, los Consejos Asesores y los Grupos de Trabajo.

Su tiempo, conocimientos y habilidades son valiosos para la comunidad de cafés especiales. Al ofrecer su tiempo como voluntario en la SCA, contribuye con su talento a la comunidad cafetera mientras obtiene una valiosa experiencia profesional. Hay muchas maneras de ofrecer su tiempo y habilidades como voluntario para apoyar los valores fundamentales, la misión y el propósito de la SCA.

#### Ferias comerciales y otros eventos

Miles de voluntarios apoyan las dos ferias comerciales anuales de SCA, Specialty Coffee Expo y World of Coffee, así como las docenas de competencias y eventos comunitarios que se realizan en todo el mundo.

*Nota.* Specialty Coffee Association, (2021h)

#### ❖ **Uso de la Marca País (Cafés del Perú)**

La empresa realizara los trámites necesarios para solicitar y poder hacer uso de las marcas sectoriales para café, desarrolladas por Promperú en el marco del Plan de acción y de su estrategia **marca país** con sus respectivos modelos de licenciamiento, LOS CAFETOS S.A.C, buscara contribuir a posicionar la marca **Perú** de cafés de origen peruano y también lograr ser más reconocida como empresa comercializadora de cafés certificados y especiales, gracias al sello de **Marca País (Cafés del Perú)** en sus productos y el apalancamiento de las actividades desarrolladas por entidades como Promperú. La empresa debe contar con ventas directas y/o indirectas de café por un valor FOB total mayor a (\$3 000), antes de la presentación de la solicitud.

#### **FIGURA 34**

*Marcas sectoriales de café Promperú*



*Nota.* Promperú, (2018)

## ANEXO IV - REQUISITOS PARA OBTENER UNA LICENCIA DE USO DE MARCAS SECTORIALES **Cafés del Perú**

De la empresa:

e. “Contar con evaluación sensorial Perfil de taza mínimo de 80 puntos según protocolos (para el muestreo y la cata) SCA (Specialty Coffee Association), certificado por un Laboratorio Ad hoc\* y por catador Q Grader, mediante formato de evaluación SCA”. (Promperú, 2019a)

Nota: “PROMPERÚ se reserva el derecho de verificar de manera aleatoria y posterior a la presentación de los resultados de las evaluaciones sensoriales emitidos por un laboratorio no acreditado por SCA, la conformidad de los mismos” (Promperú, 2019b).

## ANEXO IV - REQUISITOS PARA OBTENER UNA LICENCIA DE USO DE MARCAS SECTORIALES **Cafés del Perú especialidades únicas - Coffees from Perú - unique specialties**

e. “Contar con evaluación sensorial con Perfil de taza mínimo de 84 puntos según protocolos (para el muestreo y la cata) SCA (Specialty Coffee Association), debidamente certificado por un Laboratorio Ad hoc\* y por un catador Q Grader, mediante el formato de evaluación SCA” (Promperú, 2019c).

Nota: “PROMPERÚ podrá solicitar al licenciatario que obtenga una nueva evaluación sensorial de la contra muestra del lote seleccionado, en un laboratorio acreditado por SCA, y presente los resultados en el formato de evaluación SCA”. (Promperú, 2019d)

## ❖ Redes Sociales

El uso de Instagram, Facebook y otras redes sociales permitirá que LOS CAFETOS S.A.C, difunda información de sus actividades y sea reconocida como una empresa comercializadora de cafés alta calidad y de origen peruano.

**FIGURA 35**

*Página de Facebook de la empresa LOS CAFETOS S.A.C*

*<https://www.facebook.com/Los-Cafetos-SAC-Café-especial-102782182467868>*



Elaboración Propia

## ❖ Revistas impresas y electrónicas

LOS CAFETOS S.A.C, publicara sus actividades y las ofertas de su producción en revistas especializadas en el comercio de café de alta calidad y de origen peruano, ya que estas brindan información a las personas y clientes que buscan estos tipos cafés.

♣ Exportando.pe

♣ PROMPERU, entre otras revistas impresas y electrónicas.

FIGURA 36

Brochure de LOS CAFETOS S.A.C

**LOS CAFETOS**

**DIRECCIÓN:**  
Km 26 Carretera Chamaya  
Jaén-San Ignacio-Perú  
Eje Vial IV  
Sector Yanuyacu Jaén

**REPRESENTANTE:**  
**GERENTE GENERAL:**  
DARWIN ALI ATALAYA RAMÍREZ

**CONTACTANOS A:**  
**TELEFONO:**  
+51 938255503  
+51 978451987

**CORREO:**  
[empresaloscafetosac@gmail.com](mailto:empresaloscafetosac@gmail.com)

**FACEBOOK:**  
[@Loscafetosac](https://www.facebook.com/Loscafetosac)

**USDA ORGANIC**

Miembros de la Sociedad Americana de Cafés Especiales

**LOS CAFETOS S.A.C**  
"CAFE DE JAEN PARA EL MUNDO"

CAFE ESPECIAL & CERTIFICADO

CAFE ESPECIAL



## QUIENES SOMOS

LOS CAFETOS S.A.C es un modelo de negocio diferenciado a partir de su talento humano; innovadores, comprometidos, responsables y apasionados, una materia prima de excelente calidad, de una zona cafetera con alto reconocimiento internacional, integrando un modelo que va desde el cultivo hasta la taza, porque comprende que no es solo el café, son las personas que lo producen.

## NUESTRO CAFÉ

### VARIEDADES

Typica, Bourbon, Pache, Catimor, Costa Rica, otras variedades.

### MESES DE COSECHA

Abril-Agosto

### CANTIDAD EXPORTABLE CAFES CERTIFICADOS

Oferta 75.9 Tn

### ALTITUD

1200 a 2000 msnm.



## MICROLOTES DE CAFÉS ESPECIALES

### CANTIDAD EXPORTABLE

Oferta 37.95 Tn

### VARIEDADES

Cosecha selectiva, variedades Typica, Bourbon, Pache, Catimor, Costa Rica, Geisha.

### TAZA

83 a 88 puntos

Dulce a panela, a chocolate, cítrico limón suave, cuerpo jugoso.

### MESES DE COSECHA

Junio-Noviembre



## LOS CAFETOS



## CALIDAD

Ofrecer un producto de excelente calidad, que beneficiaría su salud y le generara una vida más sana.

## CUIDADOSOS CON EL MEDIOAMBIENTE

Somos una empresa peruana cuidadosa y respetuosa de la biodiversidad de sus bosques, viviendo el cambio climático que afecta las zonas productoras de café, contribuyendo a en la producción de alimentos que hayan sido tratados con buenas prácticas, asegurando la vida futura de nuestro hogar la tierra.



## **V. PLAN TÉCNICO.**

### **5.1. Localización de la empresa**

#### **5.1.1. Matriz de Macrolocalización**

Para la elección del lugar donde estarán ubicadas las instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, en las que se pueda realizar las actividades de comercialización de café certificado y especial se evaluaron tres opciones (provincias) de localización las cuales se les asignó puntaje, ponderación y calificación, eligiendo lo más conveniente para la empresa, como mejor ubicación para facilitar el acopio y recepción de la materia prima, por estar ubicada en una zona estratégica y con cercanía a las vías terrestres y aéreas, como el acceso al Puerto de Paita para facilitar los envíos del café en vehículos pesados con gran capacidad de carga, en la matriz de macrolocalización que se realizó, se eligió a la primera Provincia A – Jaén quien obtuvo la puntuación y calificación más alta.

**Tabla 9***Matriz de macrolocalización*

FACTORES	PONDERACION	PROVINCIA A JAEN		PROVINCIA B SAN IGNACIO		PROVINCIA C BAGUA	
		CALIF	PUNT.	CALIF	PUNT.	CALIF.	PUNT.
	%						
Infraestructura básica	40%	4	1.6	3	1.2	2	0.2
Cercanía a las materia primas	40%	4	1.6	4	1.6	3	1.2
Redes de comunicación	10%	3	0.3	2	0.2	3	0.3
Cercanía a puerto de exportación	10%	3	0.3	2	0.2	3	0.3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>3.8</b>		<b>3.2</b>		<b>2</b>

Elaboración Propia

**Niveles de valoración**

DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN
Excelente	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

**5.1.2 Matriz de Microlocalización**

Para la instalación de la empresa LOS CAFETOS S.A.C se realizó el análisis de la microlocalización, y de acuerdo al mismo es recomendable instalar la empresa en la zona industrial – Km 26 Carretera Jaén-San Ignacio-Sector Yanuyacu en el Eje Vial IV de la Provincia de Jaén a 13 Km del aeropuerto de Shumba, que está representada como la ZONA A, y es la obtuvo la puntuación más alta y la más conveniente para las necesidades y proyecciones del negocio.

**Tabla 10**

*Matriz de microlocalización*

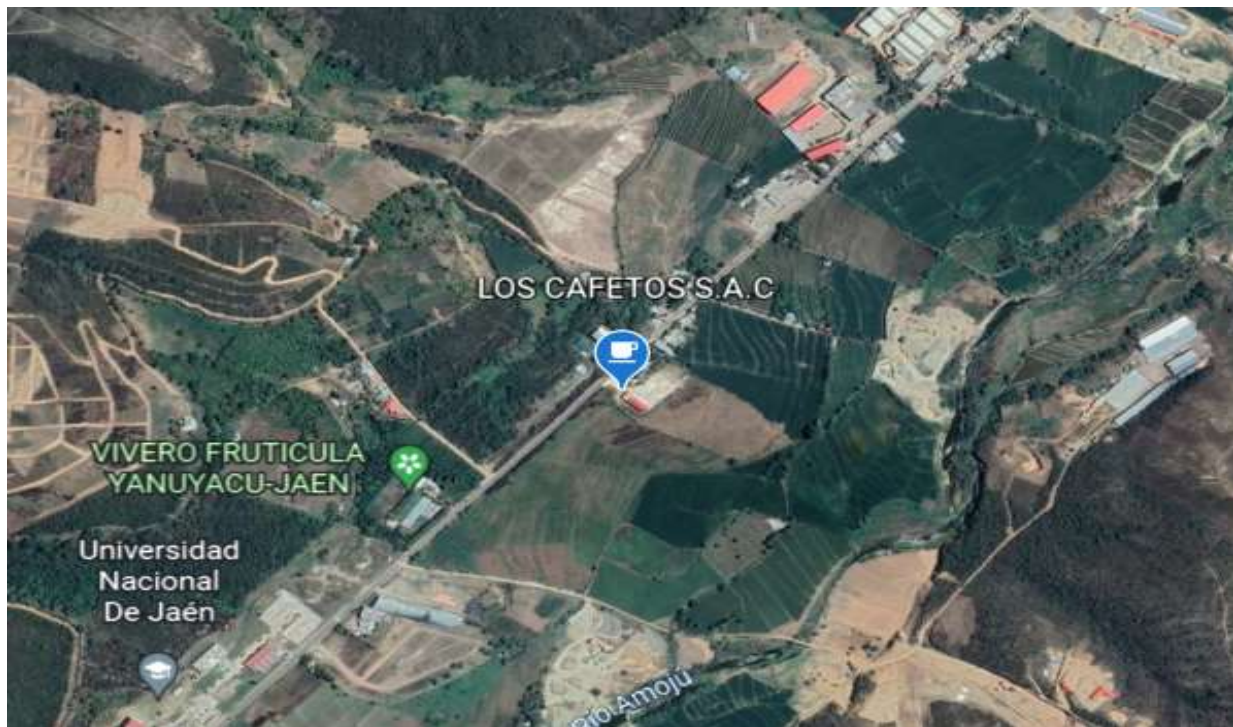
FACTORES	PONDERACION %	ZONA A Km 26 Car. Jaén, S. Ing. Sec. Yanuyacu		ZONA B Av. Pakamuros		ZONA C Av. Mesones Muro	
		CALIF	PUNT.	CALIF	PUNT.	CALIF.	PUNT.
		Disponibilidad y costo de materia prima	25%	4	1	4	1
Vías o rutas de acceso: terrestre y aérea. (a proveedores, colaboradores y clientes)	25%	4	1	4	1	2	0.5
Costo de local/terreno/oficina, almacén.	20%	3	0.6	2	0.2	2	0.4
Contaminación ambiental en la zona (ambiental, sonora, basurales, etc.)	10%	4	0.4	3	0.3	2	0.4
Seguridad de la zona, tránsito vehicular, calidad de alumbrado público.)	10%	3	0.3	2	0.2	3	0.3
Ubicación cercana a entidades y oficinas públicas y privadas, como bancos, Municipalidad, Notarias, Sunat, Sunarp, etc.	10%	3	0.3	3	0.3	4	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>3.6</b>		<b>3.0</b>		<b>2.25</b>	

Elaboración Propia

Niveles de valoración	
DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN
Excelente	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

## FIGURA 37

*Ubicación satelital de la empresa LOS CAFETOS S.A.C*



*Nota. Google Earth, (2022)*

### 5.2. Tamaño del negocio.

Si bien la empresa cuenta con un área de 4,560 m<sup>2</sup>, solo hará uso de algunas áreas en el reinicio de sus actividades de comercialización de café especial y certificado, (otras áreas en proyección a mediano plazo) las compras de café se realizaran en meses de campaña de producción de café, y en todo el primer año de actividades no superara los 1,650 sacos de 69 kilos (123.75 Toneladas), se cuenta con los espacios suficientes para la recepción, control de calidad y almacenamiento del producto hasta su exportación.

## FIGURA 38

*Área de recepción y pesaje del café*



Nota. Fotografía del área de recepción y pesaje del café LOS CAFETOS S.A.C, (2022)

## FIGURA 39

*Áreas de control de calidad y gerencia*



Nota. Fotos de las áreas de control de calidad y gerencia LOS CAFETOS S.A.C, (2022)

La empresa cuenta como respaldo para la exportación del producto con 20 hectáreas de café que están en producción, estas fincas son de propiedad de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, y que se pueden visualizar en la figura 40.

#### **FIGURA 40**

*Finca de café en floración de propiedad de LOS CAFETOS S.A.C*



*Nota. Fotografías cp. Chambamontera-prov. de Jaén LOS CAFETOS S.A.C, (2022)*

#### **FIGURA 41**

*Área de bosques de romerillo propiedad de LOS CAFETOS S.A.C*



*Nota. Fotografías tomadas en el caserío el Horcón en visita de inspección, (2021)*

La empresa en su compromiso de respeto y cuidado del medio ambiente cuenta con un área protegida de 17 hectáreas de bosques de romerillo (*Retrophyllum Rospigliosii*), especie forestal en peligro de extinción y que no estará destinada a la agricultura, ayudando a preservar los bosques de neblina y su biodiversidad, y que en los últimos años vienen siendo amenazados por las acciones de tala y avance de la explotación indiscriminada de estas áreas que están en constante peligro de extinción, amenazando el equilibrio que se necesita para mantener la vida de la humanidad y todos los seres vivos que las habitan.

#### **5.2.1. Layout.**

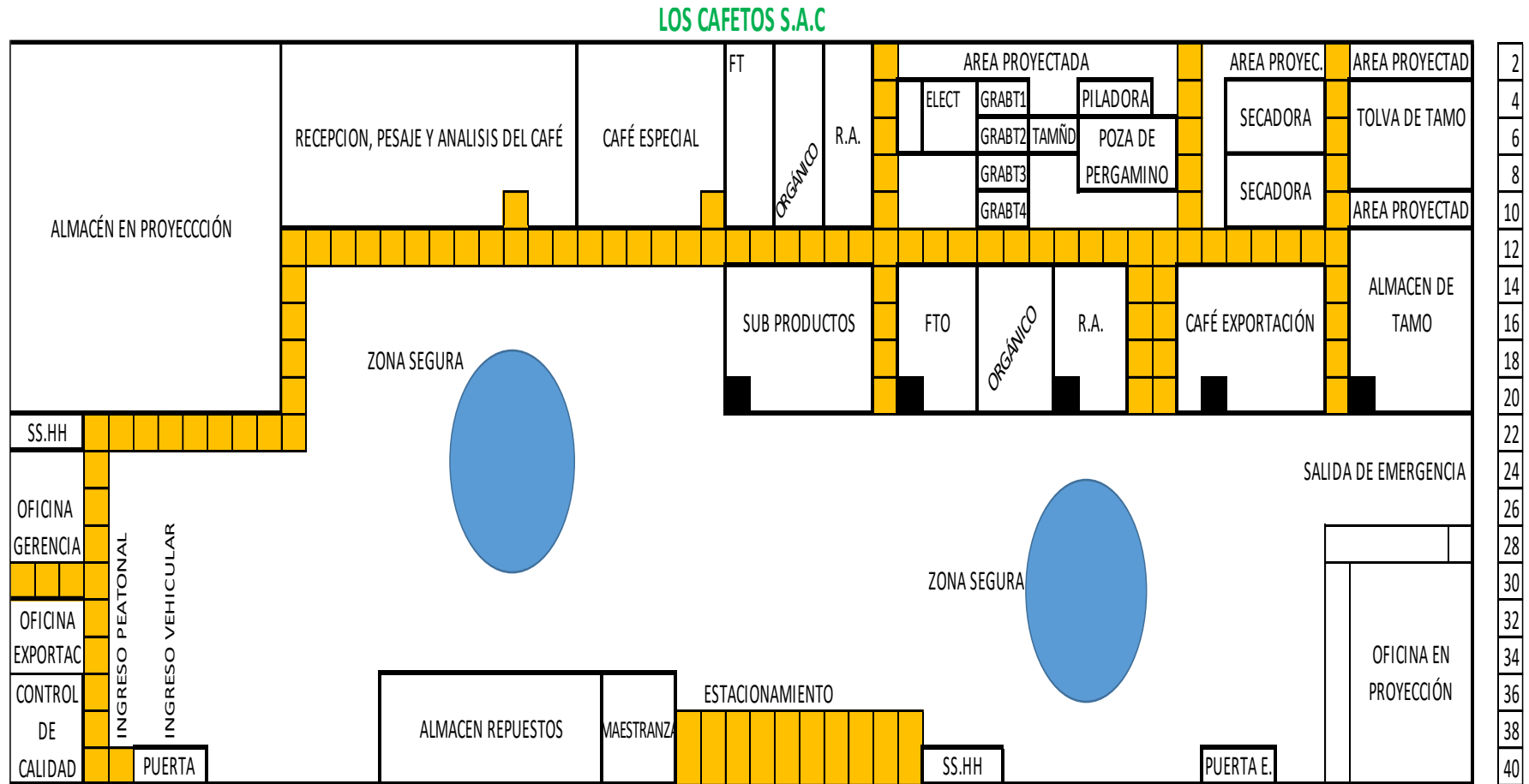
El diseño de las instalaciones de la empresa y sus respectivas distribuciones de las distintas áreas donde realizara sus distintas operaciones de comercialización de café certificado y especial, se está describiendo a continuación en el **layout** diseñado por la empresa LOS CAFETOS S.A.C, contando con amplias instalaciones y las zonas de seguridad respectivas, ya que vivimos en un país sísmico, las mismas que se encontraran ubicadas en la zona industrial de la ciudad de Jaén en el Km 26 de la Carretera Jaén-San Ignacio/Sector Yanuyacu en el Eje Vial IV de la Región Cajamarca, con un área de 4,560m<sup>2</sup> (114 m x 40 m) el cual está dividido en 15 áreas y 2 de servicios higiénicos, de las 15 áreas, 6 están proyectadas a construirse en el mediano plazo, todo el diseño descrito se detalla a continuación en la figura 42.



**FIGURA 42**

*Instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C*

114	110	106	102	98	94	90	86	82	78	74	70	66	62	58	54	50	46	42	38	34	30	26	22	18	14	10	6	2
-----	-----	-----	-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---	---



Elaboración Propia

**a. Área de recepción, pesaje y análisis físico del café.**

En esta área se realizará la recepción y el acopio del café que vende el proveedor, se pesara, plumeara los sacos y se realizara una verificación inicial de las muestras, luego las muestras extraídas pasaran a laboratorio, después del control de laboratorio y confirmada la compra se almacenara el producto clasificándolo de acuerdo a la calidad del mismo, ya sea especial o certificado, se instalara una balanza electrónica con capacidad para 2,000 kilos, una pluma de acero inoxidable, una piladora pequeña para muestras de café y parihuelas de madera para el almacenamiento del café que se recibe.

**b. Control de calidad (Laboratorio)**

Esta área es la más importante y sensible de la empresa, pues de ella depende el control de calidad de taza y rendimiento del café que se va exportar, es por ello que estará a cargo de una experta en análisis y catación de cafés especiales y certificados, esta área contará con un repostero y mobiliario adecuado, así como también el equipo necesario para poder realizar sus actividades con las exigencias del mercado objetivo.

**c. Área de almacenamiento de café especial y certificado**

Área destinada a almacenar el café especial y certificado que se compra a los proveedores, tendrá señalizaciones y separaciones para la calidad del producto y parihuelas de madera para su buena conservación, para luego ser enviada a la planta de proceso de la empresa Chorro Blanco (empresa certificada), el pilado y proceso de café se dará con la tercerización del servicio con la empresa antes mencionada en el reinicio de las actividades de la empresa LOS CAFETOS S.A.C

**d. Oficina de Gerencia.**

En esta oficina el gerente realizará sus actividades como la dirección y control de las actividades comerciales de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, el área tendrá una subdivisión donde estará el asistente o secretaria, esta oficina contará con dos escritorios, dos laptops, 1 impresora, 6 sillas y 1 estante para guardar documentos varios.

**e. Oficina de Comercialización y exportación.**

En esta oficina realizaran sus funciones dos trabajadores tanto el encargado de la comercialización del café con los proveedores, así como también el que estará a cargo de las exportaciones de café especial y certificado, contara con 2 escritorios, dos laptops, 1 impresoras, 4 sillas y 2 estantes para documentos varios.

**f. Área de envasado de café especial y certificado.**

En esta área se colocará el café pilado y procesado en sacos de yute y bolsas GrainPro de acuerdo a su calidad y que retornan de la planta de proceso Chorro Blanco.

**g. Área de subproductos de café.**

En esta área se almacenará todo lo que se obtiene en el zarandeado, trillado y escojo del café, que son los subproductos del café para su posterior comercialización.

**h. Área de exportación de café (envíos).**

Aquí se pesará y cargará el café en los vehículos respectivos para su envío al Puerto de Paita, previa verificación de la calidad de los lotes y microlotes de café especial y certificado donde se constatará que todos los sacos cuenten con el sello de certificación y calidad respectivo.

**i. Área de almacén de repuestos y mastranza.**

Área destinada para el almacenamiento de repuestos y mecánica que funcionará en un mediano plazo cuando la empresa instale sus equipos de proceso y secado del café, en esta área se podrá almacenar equipos, maquinaria y herramientas.

**j. Área de estacionamiento.**

Para poder tener más seguridad se contará con un estacionamiento para los vehículos de los trabajadores, proveedores y clientes de la empresa.

**k. Oficina de producción y proyectos (en proyección)**

Esta oficina estará a cargo de las visitas a los proveedores a las fincas de producción, así como también la evaluación y control de la aplicación de Buenas Prácticas agrícolas por parte de los proveedores y el registro de ellos como productores de café certificado, también la preparación de proyectos que generen desarrollo económico y social en el entorno de los productores y también de la empresa.

**l. Almacén grande (en proyección).**

La empresa se proyecta a crecer y ampliar sus actividades y ofrecer mayores volúmenes de café especial y certificado en un mediano plazo a los clientes.

**m. Área de proceso de café. (en proyección)**

La empresa se proyecta procesar el café especial y certificado, para ya no tercerizar el servicio y poder ahorrar costos de producción, en esta área se ha proyectado instalar máquinas modernas y con tecnología de punta como piladora grande, 4 gravimétricas, poza de pergamino, sistema eléctrico, etc.

**n. Área de Secadora de café. (en proyección)**

En esta área se instalará 2 secadoras de café, y poder aprovechar el tamo que se obtiene del proceso y pilado del mismo.

**o. Área de tamo del café. (en proyección)**

Al instalar la procesadora de pilado de café se generará tamo, se instalará una tolva y un almacén de tamo, para mitigar la contaminación del medio ambiente, ya que al pilar el café se genera polvo y residuos del tamo se tiene que contar con un buen sistema de filtración de aire con polvo, se instalara 42 mangas de filtración.

**5.3. Necesidades.**

Para que la empresa reinicie sus actividades se necesita de equipos de laboratorio para el control de la calidad del producto, equipos, maquinaria pequeña y materiales para la recepción, acopio y compra de la materia prima, insumos y materiales necesarios para la exportación del café, mano de obra directa y administrativa, mobiliario, materiales de oficina y obras civiles.

Para realizar las operaciones de análisis y catación del café en la empresa, será necesario adquirir equipos y maquinaria pequeña para realizar todo este proceso, el laboratorio de control de calidad es el área más importante para la empresa LOS CAFETOS S.A.C, ya que gracias a las actividades de esta área se estará cumpliendo con los estándares de calidad (café especiales y certificados) exigidos por el mercado a continuación, se describe el equipo y las cantidades necesarias.

**Tabla 11***Equipos de laboratorio*

<b>Máquina, equipo, utensilios</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Medidor de actividad del agua	para evaluar la humedad del grano	1
Trilladora (Piladora pequeña)	para separar el pergamino de la almendra	1
Probetas	para determinar la densidad del grano	2
Balanza analítica (Bascula)	de 0,1 gramos de precisión	1
Gramera	con capacidad máxima de 5 kg	2
Juego de mallas (nº 13 hasta la 19)	permite clasificar de manera técnica y sencilla una muestra representativa de café.	1
Tostadora de laboratorio	para muestras de 100 gr, 120 gr, o hasta 1 kg	1
Molino	para muestras de 500 gr.	1
Dispensador de agua caliente	con capacidad de 2 galones	1
Filtros de carbón	para neutralizar el cloro del agua	2
Medidor de TDS	mide la cantidad de partes por millón de sólidos disueltos en el agua.	1
Medidor de pH en el agua	para medir la acidez o la alcalinidad	1
Kit de cata básico	cucharas, servilletas, tazas y bandejas	1

**Elaboración Propia**

En la tabla siguiente, se detalla todo el mobiliario, materiales y servicios que se utilizarán en el área de laboratorio (control de calidad), para poder realizar la catación del café certificado y especial, para su posterior exportación.

**Tabla 12***Mobiliario y materiales del área de control de calidad*

	<b>Cantidad</b>
Mobiliario, materiales	
Mesa de selección de café	1
Sillas	4
Mandiles	2
Tacho para desechos	1
Repostero	1

**Elaboración propia**

**Tabla 13***Equipos y materiales necesarios en recepción almacenamiento y exportación del café*

<b>Equipos y materiales</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Balanza electrónica	plataforma con capacidad de 2,000 kg	2
Trilladora-piladora pequeña	análisis físico y separación de calidades del café que se recibe a los proveedores. (cap. 500 gr)	1
Pluma de acero	para extraer muestras de los sacos de café	2
Parihuela de madera	para almacenar el café	20
Sacos de yute	para envíos-exportación (capacidad 69 kg)	1,650
Bolsas GrainPro	si el cliente lo requiere (envíos-exportación)	500
Letreros de señalización	para señalar las calidades del café almacenado	10
Mesa de despacho	para redactar los documentos de envíos	1
Sillas	para el personal del área	2

Elaboración Propia

En la tabla anterior se detalla el equipo y materiales que se utilizarán en las áreas de recepción, pesaje y almacenamiento del café, para su posterior exportación.

**Tabla 14***Equipos, muebles y materiales de oficina*

<b>Equipos, mobiliario y materiales</b>	<b>Cantidad</b>
Computadoras (laptops)	4
Impresoras	2
Escritorios	4
Sillas giratorias	4
Sillas	12
Estantes	3
Ventiladores	6
Papeleras	6
Útiles de limpieza y desinfección	
Útiles de oficina	

Elaboración Propia

Los equipos, muebles y los materiales de oficina se detallan en la tabla 14 y serán necesarios en las áreas de gerencia, comercialización y exportación del producto.

A continuación, observamos los materiales y equipos de emergencia que se requieren para obtener la licencia de funcionamiento exigida por la municipalidad de la provincia de Jaén, equipos necesarios para que el personal de LOS CAFETOS S.A.C pueda afrontar cualquier emergencia que se pueda presentar.

**Tabla 15**

*Materiales y equipos de emergencia*

<b>Materiales y equipos</b>	<b>Cantidad</b>
Sistema eléctrico ok	1
Pozo a tierra	1
Alarma contra incendios	1
Extintores	4
Luz de emergencia	4
Botiquín	1
Señalizaciones	25

Elaboración Propia

A continuación, se muestra la cantidad de kg de café certificado y especial (materia prima) requerida el primer año por parte de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

**Tabla 16**

*Materia Prima*

<b>Requerimiento de materia prima</b>	
<b>Tipo de café</b>	<b>Cantidad</b>
Café pergamino especial con humedad de 10 a 12%, con rendimiento mínimo de 75% y taza superior a 84 puntos.	37.950 kilos
Café pergamino certificado con humedad de 10 a 12% con rendimiento mínimo de 70% y taza superior a 80 puntos.	75.900 kilos

Elaboración propia



A continuación, en la tabla 17 se muestra el capital humano que será necesario para la realización y puesta en marcha del proyecto de comercialización de café certificado y especial de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

**Tabla 17**

*Mano de obra requerida*

<b>Recurso humano</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente general	1
Encargado de control de calidad	1
Encargado de recepción y compras	1
Encargado de comercialización y ventas	1
Encargado de proyectos (coordinaciones, empadronamiento de proveedores, visitas y certificaciones de las fincas)	1
Asistente o secretaria	1
Encargado de seguridad	1
Elaboración Propia	

**5.4. Costos.**

**5.4.1. Costos de producción**

Los costos de producción del café certificado y especial que tendrá que asumir la empresa LOS CAFETOS S.A.C en el primer año para tener listo el producto y poder exportarlo a los distintos mercados de destino suman S/. 1,869,972.00. Se está proyectando acopiar en el primer año de operaciones las cantidades siguientes: 75,900 kg de café certificado y 37,950 kg de café especial, haciendo un total de 113,850 kg de café que se exportaran en el primer año, la producción fue planificada de acuerdo a las temporadas y meses de cosecha tal como se detalla en las tablas 18 y 19.

**Tabla 18***Plan de producción de café certificado*

<b>PLAN DE PRODUCCION CAFÉ CERTIFICADO</b>													
<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCION en kg/mes</b>											<b>CANTIDAD TOTAL (kg)</b>	
	<b>Ene.</b>	<b>Feb.</b>	<b>Mar.</b>	<b>Abr.</b>	<b>May.</b>	<b>Jun.</b>	<b>Jul.</b>	<b>Ago.</b>	<b>Set.</b>	<b>Oct.</b>	<b>Nov.</b>		<b>Dic.</b>
<b>1</b>				5,000	10,000	15,000	25,000	20,900					<b>75,900</b>
<b>2</b>				5,250	10,500	15,750	26,250	21,945					<b>79,695</b>
<b>3</b>				5,513	11,025	16,538	27,563	23,042					<b>83,680</b>
<b>4</b>				5,788	11,576	17,364	28,941	24,194					<b>87,864</b>
<b>5</b>				6,078	12,155	18,233	30,388	25,404					<b>92,257</b>

Elaboración Propia

La producción de café certificado ha sido planificada desde el mes de abril hasta el mes de agosto, estos son los meses de cosecha de este tipo de café y se hace en fincas que tengan su producción certificada y con el cumplimiento de las Buenas Practicas, la cantidad que acopiara LOS CAFETOS S.A.C en al año 2022 es de 75,900 kg, para los años siguientes se ha proyectado un incremento anual de la producción y acopio del 5% para el café certificado.

**Tabla 19***Plan de producción de café especial*

<b>PLAN DE PRODUCCION CAFÉ ESPECIAL</b>													
<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCION en kg/mes</b>												<b>CANTIDAD TOTAL (kg)</b>
	<b>Ene.</b>	<b>Feb.</b>	<b>Mar.</b>	<b>Abr.</b>	<b>May.</b>	<b>Jun.</b>	<b>Jul.</b>	<b>Ago.</b>	<b>Set.</b>	<b>Oct.</b>	<b>Nov.</b>	<b>Dic.</b>	
<b>1</b>						4,000	7,000	14,050	8,000	4,900			<b>37,950</b>
<b>2</b>						4,200	7,350	14,753	8400	5145			<b>39,848</b>
<b>3</b>						4,410	7,718	15,490	8820	5402			<b>41,840</b>
<b>4</b>						4,631	8,103	16,265	9261	5672			<b>43,932</b>
<b>5</b>						4,862	8,509	17,078	9724	5956			<b>46,128</b>

Elaboración Propia

En la tabla 19, la producción de café especial se planificó desde el mes de junio hasta el mes de octubre, estos son los meses de cosecha en zonas de más altura donde se produce este tipo de café y la cantidad que acopiara LOS CAFETOS S.A.C en el año 2022 es de 37,950 kg, para los años siguientes se ha proyectado un incremento anual de la producción y acopio del 5% para el café especial.

**Tabla 20***Costos de materia prima*

<b>MATERIA PRIMA (COSTOS)</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Total kg</b>	<b>Precio x kg</b>	<b>Total costo</b>
<b>I. COSTOS DIRECTOS</b>				
Café certificado	kg	75,900	S/14.50	S/1,100,550.00
Café especial	kg	37,950	S/18.00	S/683,100.00
Sacos de yute	unidad (69)	1,650	S/3.00	S/4,950.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/1,788,600.00</b>

Elaboración Propia

Para establecer los precios de la materia prima se tomará como referencia el precio actual de S/14.50 el kg para el café certificado y para el café especial S/18 el kg, con un costo total de S/1,788,600.00 en el primer año para la materia prima.

**Tabla 21***Costos totales por año (Producción)*

<b>COSTO ANUAL DE PRODUCCION</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO X AÑO S/.</b>
<b>I. COSTOS DIRECTOS</b>	
Café certificado	S/1,100,550.00
Café especial	S/683,100.00
Sacos de Yute	S/4,950.00
Mano de Obra Directa/Producción	S/38,446.00
<b>II. CIF. COSTOS INDIRECTOS</b>	
Mano de Obra Indirecta	S/37,126.00
Otros Costos Indirectos	S/5,800.00
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>S/1,869,972.00</b>

Elaboración Propia

La totalidad de los costos de producción, suman S/.1,869,972.00, hay un costo (CIF) que se generara en la pila y proceso del café, actividad que se tercerizara.

**Tabla 22**

*Costos proyectados a cinco (05) años (Producción)*

CONCEPTO	AÑOS (2022-2026)				
	2022	2023	2024	2025	2026
<b>I.COSTOS DIRECTOS</b>	<b>S/1,827,046.00</b>	<b>S/1,981,960.20</b>	<b>S/2,150,494.24</b>	<b>S/2,333,436.45</b>	<b>S/2,532,208.43</b>
a) Materiales directos	<b>S/1,788,600.00</b>	<b>S/1,943,514.20</b>	<b>S/2,112,048.24</b>	<b>S/2,294,990.45</b>	<b>S/2,493,762.43</b>
Materia prima: café					
Costo U. café certificado (S/. /kg)	S/14.50	S/15.01	S/15.54	S/16.08	S/16.64
Costo U. café especial (S/. /kg)	S/18.00	S/18.63	S/19.28	S/19.96	S/20.66
Cantidad café certificado (kg)	75,900	79,695	83,680	87,864	92,257
Cantidad café especial (kg)	37,950	39,848	41,840	43,932	46,128
Total costo materia prima	<b>S/1,783,650.00</b>	<b>S/1,938,390.95</b>	<b>S/2,106,751.74</b>	<b>S/2,289,512.45</b>	<b>S/2,488,111.93</b>
Saco de yute	S/4,950.00	S/5,123.25	S/5,296.50	S/5,478.00	S/5,650.50
b) Mano de obra directa	S/38,446.00	S/38,446.00	S/38,446.00	S/38,446.00	S/38,446.00
<b>II.CIF. COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>S/42,926.00</b>	<b>S/42,926.00</b>	<b>S/42,926.00</b>	<b>S/42,926.00</b>	<b>S/42,926.00</b>
Mano de Obra Indirecta	S/37,126.00	S/37,126.00	S/37,126.00	S/37,126.00	S/37,126.00
Otros Costos Indirectos	S/5,800.00	S/5,800.00	S/5,800.00	S/5,800.00	S/5,800.00
Costo total de produccion proyectado	<b>S/1,869,972.00</b>	<b>S/2,024,886.20</b>	<b>S/2,193,420.24</b>	<b>S/2,376,362.45</b>	<b>S/2,575,134.43</b>

Elaboración Propia

Los costos totales de producción han sido proyectados a cinco años, el primer año el precio del café certificado será de S/ 14.50 por kg y el café especial S/ 18.00 el kg, y los insumos (sacos de yute a S/ 3.00 la unidad- se necesitan 1650 unidades); los costos de la materia prima y los insumos se incrementaran en 3.5% anualmente, la maquila o trillado y proceso de café se tercerizara y está considerado como CIF costo indirecto de producción y otros costos que se generan en esta operación para poder tener lista la materia prima para su exportación.

## 5.4.2. Planilla de personal

**Tabla 23**

*Planilla de personal*

<b>REQUERIMIENTOS Y REMUNERACIÓN DEL PERSONAL</b>													
PERSONAL	SITUACIÓN	CANTIDAD	REMUNERACIÓN BÁSICA	REMUNERACIÓN BRUTA	CTS	ESSALUD	GRATI. FIESTAS PATRIAS	GRATI. NAVIDAD	VACACIONES	SCTR	ONP/ AFP	REMUNERACIÓN NETA X MES S/.	TOTAL REMUNERACIONES X AÑO S/.
<b>ADMINISTRACIÓN</b>													
Gerente general	PLANILLA	1	2,000	2,000	6.94	180	83.33	83.33	6.94	12.6		2,373.14	<b>28,478</b>
Asistente administrativo	PLANILLA	1	1,200	1,200	4.16	108	50	50	4.16	7.56		1,424.00	<b>17,088</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>													
Recepcion y compras	PLANILLA	1	1,200	1,200	4.16	108	50	50	4.16	7.56		1,424	<b>17,088</b>
Responsable de control de calidad	PLANILLA	1	1,500	1,500	5.2	135	62.5	62.5	5.2	9.45		1,780	<b>21,358</b>
<b>EXPORTACIÓN</b>													
Responsable de comercialización	PLANILLA	1	1,500	1,500	5.2	135	62.5	62.5	5.2	9.45		1,780	<b>21,358</b>
<b>PROYECTOS</b>													
Asistencia técnica	PLANILLA	1	1,200	1,200	4.16	108	50	50	4.16	7.56		1,424	<b>17,088</b>
<b>SEGURIDAD</b>													
Guardiania	PLANILLA	1	1,200	1,200	4.16	108	50	50	4.16	7.56		1,424	<b>17,088</b>
<b>TOTALES</b>												<b>10,314</b>	<b>156,634</b>

Elaboración Propia

En la página anterior se detalla la planilla de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, contará con 7 trabajadores registrados en planilla, de los cuales todos tendrán CTS, dos gratificaciones al año, Essalud, SCTR, los aportes a la ONP y/o AFP también estarán considerados en la planilla, es una retención por parte de la empresa al trabajador, para que se realice el respectivo deposito en la entidad respectiva donde el trabajador este afiliado, LOS CAFETOS S.A.C reiniciara como una pequeña empresa, porqué supera las 150 UIT de ventas anuales. La asesoría contable y declaraciones de impuesto a la renta, serán tercerizadas a un contador.

## Tabla 24

### *Servicios por terceros (asesoría contable)*

Servicios por Terceros	Cantidad	Pago de servicio	Ene.	Feb.	Mar.	Abril	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	Total X Año
Asesoría Contable	1	2,400	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	S/ 2,400.00

Elaboración Propia

### 5.4.3 Gastos administrativos

LOS CAFETOS S.A.C, tendrá gastos administrativos, que no están directamente vinculados directamente con la preparación y empaquetado de la materia prima (café certificado y especial), pero que necesariamente tienen que estar registrados y contabilizados, por su importancia en el buen funcionamiento y eficiencia de la empresa.

**Tabla 25***Servicios básicos, materiales de limpieza y útiles de oficina*

<b>SERVICIOS DE LOS CAFETOS S.A.C</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Total meses</b>	<b>Costos x año</b>
Mantenimiento de local	200	12	S/2,400.00
Servicio de electricidad	300	12	S/3,600.00
Servicio de agua potable	60	12	S/720.00
Servicio de Internet	300	12	S/3,600.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/10,320.00</b>

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA Y ÚTILES DE OFICINA</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Total meses</b>	<b>Costo x año</b>
Materiales de limpieza	300	12	S/3,600.00
Útiles de oficina	250	12	S/3,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/6,600.00</b>

Elaboración Propia

## 5.5. Proceso de producción u operación

### 5.5.1. Flujograma del proceso de compra

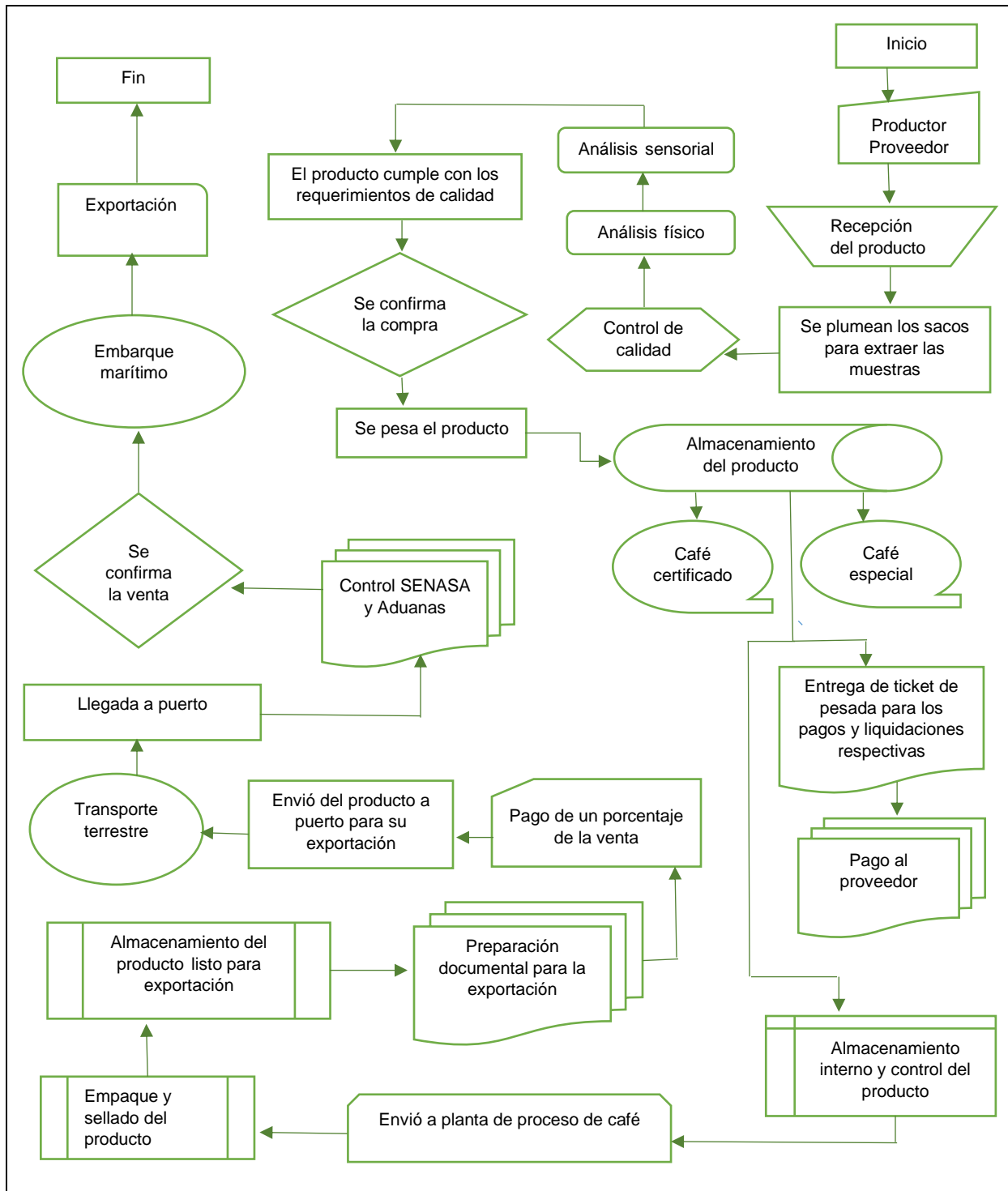
El flujograma de compras de LOS CAFETOS S.A.C, comprende una serie de acciones que se llevarán a cabo a lo largo de la comercialización para adquirir las materias primas, insumos, herramientas, maquinaria, mobiliario y equipos necesarios para cumplir con las metas y objetivos establecidos. Las áreas realizan sus actividades de forma ordenada, tal y como se detalla a continuación, esto nos va a permitir ofrecer cafés especiales y certificados, para un mercado muy exigente.

Todo el proceso de compras de la materia prima debe estar coordinado y planificado con todas las áreas operativas de la empresa, para así poder garantizar que se puede obtener un producto de alta calidad y poder ser competitivos en el mercado.



**FIGURA 43**

*Flujograma del proceso de comercialización LOS CAFETOS S.A.C*



Elaboración Propia

FIGURA 44

Producción u operación LOS CAFETOS S.A.C



Elaboración Propia

## **5.5.2. Descripción de las etapas de producción del café-LOS CAFETOS S.A.C**

En las etapas de producción del café y toda la operación que conlleva este proyecto, intervienen varios elementos que a continuación se describen.

### **Etapas de plantación del café**

Es el primer paso y el más esencial en la producción de café, ya que marca el inicio del ciclo que va desde la siembra de la semilla hasta el crecimiento de la planta. El café tarda entre 3 y 4 años en producir frutos que se puedan cosechar, la siembra del café certificado se realiza respetando y cuidando el medio ambiente con Buenas Prácticas agrícolas, además la empresa basa sus operaciones en la contribución y apoyo en la reducción de emisiones.

### **Etapas de cosecha del grano de café**

Esta etapa es muy importante, porque de acuerdo a como se realiza, se va a determinar la calidad del café, la cosecha es el proceso de recolectar frutos maduros de la planta; los gránulos se recolectan a mano, produciendo una cosecha uniforme y de alta calidad, la cosecha se da en fechas diferentes, haciendo una primera, segunda o tercera pasada, ya que el café tiene floraciones escalonadas y la maduración también se da de forma secuencial.

### **Etapas de despulpado y fermentado**

En esta etapa se separa la pulpa de las semillas y otros elementos, este procedimiento lo realiza una máquina que aprieta las cerezas entre planchas fijas y móviles, quedando

protegidos los granos. Para evitar que la fruta se pudra e influya en el sabor del café, el despulpado se debe realizar lo antes posible después de la recolección y cosecha. El proceso de fermentación comienza cuando los granos de café se despulpan y se colocan en grandes recipientes y tanques de fermentación (tanquetinas), entre 12 y 40 horas dependiendo del clima del lugar, varias actividades bioquímicas tienen lugar durante la fermentación natural del café donde se desprenden enzimas y mieles naturales del grano. Se tiene que realizar una vigilancia cuidadosa de este proceso ya que los granos podrían adquirir sabores indeseables y amargos.

### **Etapas de lavado del café**

Después de la fermentación del café, se realiza el lavado del grano, con la eliminación total del mucilago, para luego empezar con el secado. Los cafés lavados son limpios, permiten percibir todos los sabores de origen.

### **Etapas de secado del café**

Este proceso tiene como objetivo secar los granos de café en un nivel de entre el 10 y 12% de humedad y puede hacerse a temperatura ambiente en espacios adecuados y libres de sustancias y olores contaminantes, también se puede realizar utilizando secadoras mecánicas o la forma más común que es bajo el sol pero se tiene que proteger los granos con carpas solares, para que no ser expuestos a los rayos del sol de manera directa porque pueden afectar la calidad en taza del grano, debe evitarse que tenga contacto con el suelo y otras superficies, se tiene que colocar en bandejas preparadas para ello y que permitan una adecuada ventilación y secado del grano, luego se colocara en sacos limpios para su envío al centro de acopio de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

### **Etapa de transporte a la empresa LOS CAFETOS S.A.C**

El café en esta etapa ya estará debidamente ensacado y listo para ser transportado a las instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, donde el proveedor realizará la entrega y venta de su producción. El proveedor hará llegar producto a las instalaciones de LOS CAFETOS S.A.C embolsado en sacos limpios y libres de algún contaminante para la venta y acopio.

### **Etapa de recepción, pesaje y almacenamiento del café (compras)**

El café es recepcionado por el encargado del área respectiva en las instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, será clasificado de acuerdo a su tipo y calidad (café certificado y café especial), posteriormente se pesará y plumeará para extraer las muestras respectivas para ser entregadas al laboratorio, luego de confirmarse que el producto cumple con los estándares de calidad exigidos se procede a confirmarse la compra, se entregará el ticket de pesada y los comprobantes respectivos para que el proveedor pueda recibir su pago y liquidación respectiva. El responsable de la recepción del producto, procederá al almacenamiento del café de acuerdo a su clasificación y calidad para facilitar su manejo y transporte posterior a la planta de proceso (Chorro Blanco).

### **Etapa y proceso de control de calidad físico y sensorial**

El control de calidad de los lotes de café pergamino (certificado y especial) se realizará con las muestras extraídas, por el encargado de la recepción del producto, el café tiene que cumplir con las exigencias y características respectivas que se analizarán por el responsable de control de calidad, el café certificado tiene que tener un rendimiento de

70% como mínimo, porcentaje de cascara de entre 16.5% al 20 %, humedad del 10 al 12% como máximo y una taza superior a los 80 puntos. El café especial debe tener un rendimiento como mínimo del 75%, porcentaje de cascara de 16.33% a 18%, humedad del 10 a 12% como máximo y una taza superior a los 84 puntos.

### **Etapas de transporte a planta de proceso del café**

Los lotes de café pergamino contarán con la etiqueta respectiva de una tarjeta que los identifique con las certificaciones (USDA-Organic, Fairtrade-Comercio Justo) y como café especial, serán transportados por la empresa LOS CAFETOS S.A.C, a la planta de proceso de café (Chorro Blanco), la que se encargara del proceso de trillado y empacado final del café verde para exportarlo en sacos de yute (sellados y nuevos) y bolsas GrainPro si el cliente lo requiere para el café especial.

### **Etapas de traslado a puerto de embarque**

Después del proceso de trillado y envasado los lotes de café verde (certificado y especial) serán trasladados y almacenados en la empresa LOS CAFETOS S.A.C, para su control y verificación final del producto, luego se cargarán en vehículos con alta capacidad de carga (tráileres), tendrá que realizarse el llenado de la guía de remisión respectiva, la misma que se enviara junto con la carga que es transportada hasta el puerto de Paita, para su embarque y exportación al mercado objetivo.

### **Etapas de exportación del café**

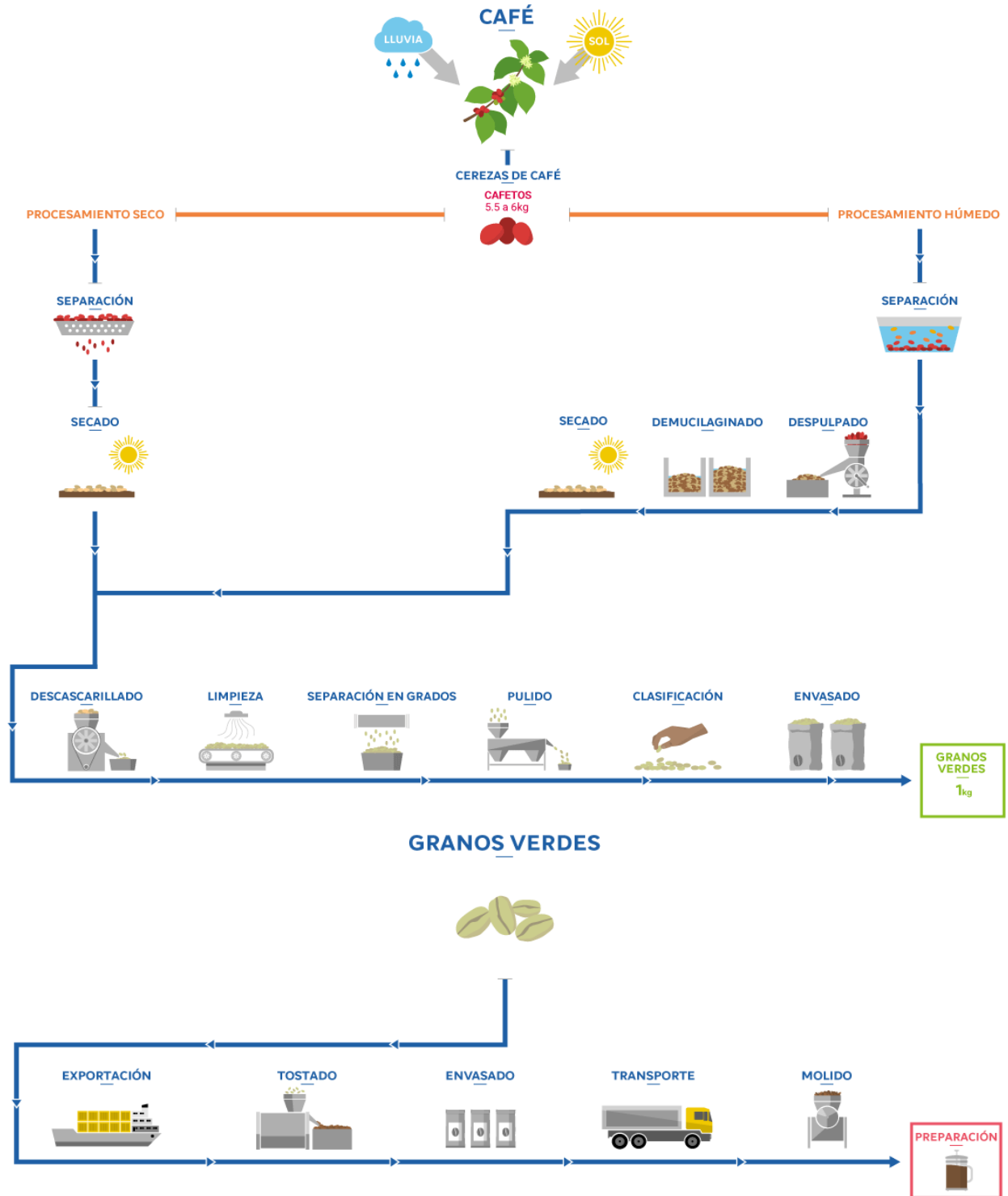
Cuando los lotes de café están en el puerto de embarque (Paita), ya podrán ser embarcados en la naviera (embarcación comercial), que se encargara de transportarlo

al país de destino, se debe contar con la documentación exigida para realizar esta operación, esta puede ser amplia y resultar abrumadora para el exportador peruano, pero todo ello conlleva a un conjunto de procedimientos que se pueden aprender con facilidad, pequeños errores, fallas u omisiones podrían generar el retraso de los envíos y el desaduanaje de la mercancía. (Diario el exportador, 2018)

1. Factura comercial
2. Lista de empaque (Packing List)
3. Certificados sanitarios y otros certificados
4. Certificado de origen
5. Guía de remisión
6. Instrucción de embarque
7. Reserva de espacio (Booking)
8. Documento de transporte
9. Póliza de seguro
10. Mandato al agente de aduana
11. Declaración aduanera de mercancías (DAM)- Formato DUA
12. Ticket de pesaje
13. Visto Bueno
14. Warehouse
15. Volante de despacho

FIGURA 45

Diagrama del proceso productivo del café



Nota. Datos recogidos de Sucden, (2022)



## 5.6. Certificaciones necesarias.

### 5.6.1. Defensa Civil

Para obtener el certificado de ITSE están sujetos al nivel de riesgo del establecimiento, el cual viene determinado en la **Matriz de Riesgo**. Los requisitos, así como los derechos de tramitación se encuentra en el **Texto Único de Procedimientos Administrativos (T.U.P.A)** de la Municipalidad Provincial de Jaén, el giro de negocio está relacionado con el rubro comercio, con un área de más de 1.000 m<sup>2</sup>, por lo que se considera de un riesgo alto y se debe presentar los siguientes requisitos.

- Datos del solicitante (Ficha R.U.C y Certificado Vigente del Representante Legal)
- Croquis de ubicación
- Plano de arquitectura de la distribución existente y detalle de cálculo de aforo
- Plano de distribución de tableros eléctricos, diagramas unifilares y cuadro de cargas
- Certificado vigente de medición de resistencia del sistema de puesta a tierra
- Plan de seguridad del objeto de inspección
- Memoria o protocolos de las pruebas de operatividad y/o mantenimiento de los equipos de seguridad y protección contra incendio
  - Extintores
  - Señalización
  - Luz de emergencia
  - Botiquín de primeros auxilios
  - Alarma contra incendios

- Sistema eléctrico ok
  - Pozo a tierra
- Pago de derecho s/ 1,246.80 por el certificado de ITSE y la Licencia de Funcionamiento

### **5.6.2. Desinfección y fumigación de ambientes**

LOS CAFETOS S.A.C realizara la fumigación y desinfección de todas las áreas de la empresa, en la ciudad de Jaén, para realizar dicha tarea de limpiar y desinfectar la empresa para el control de hongos, virus, roedores y otras plagas, así como prevención del COVID 19, la fumigación y desinfección tendrá que realizarse con productos biodegradables por la naturaleza del negocio y cumpliendo con todas las normas y procedimientos establecidos por el Ministerio de Salud (MINSA) este servicio tiene un costo de S/ 1,500 por el tamaño de las instalaciones de la empresa.

La ciudad de Jaén está ubicada en la ceja de selva de la región Cajamarca, una zona endémica que tiene presencia del mosquito Aedes Aegypti que transmite enfermedades como el dengue y la chikungunya, es por ello que el Ministerio de Salud (MINSA), realiza fumigaciones gratuitas para prevenir y mitigar estas enfermedades.

### **5.6.3. Norma Técnica Peruana NTP 209.311:2019 cafés especiales.**

El Decreto Legislativo N°1062, vigente en nuestro país, aprueba la Ley de Inocuidad de los Alimentos, que se fundamenta en la idea de que los alimentos deben ser higiénicamente sanos e inocuos, según las recomendaciones del Codex Alimentarius

CXC 1-1969. Se debe cumplir con la norma NTP 209.311:2019, así como con las regulaciones internacionales, para acceder sin problemas a los mercados globales. Esto promoverá la producción de cafés especiales que también satisfagan todos los requisitos (Inacal, 2021a).

### Requisitos para cafés especiales según la Norma Técnica Peruana

Los cafés especiales deberán cumplir con los siguientes requisitos de calidad, según la NTP 209.311:2019 CAFÉS ESPECIALES (Inacal, 2021b).

**Tabla 26**

*Requisitos de calidad según NTP 209.311:2019 cafés especiales*

Requisitos físicos	Requisitos sensoriales	Requisitos fitosanitarios	Requisitos químicos
<b>Color uniforme</b>	Aroma: intenso, bueno y típico	Libres de todo insecto vivo y/o muerto	Son opcionales Ejemplo: ✓ Determinación contenido Ocratoxina A ✓ Determinación de residuos de plaguicidas
<b>Olor: intensamente fresco</b>	Sabor: atributos distintivos		
<b>Humedad: 10,0 % a 12,0 %</b>	Acidez: buena		
<b>Actividad de agua (Aw): &lt;0,7</b>	Cuerpo: bueno		
<b>Conteo de defectos:</b>		Granulometría	
✓ Defectos primarios: 0		✓ Retenido en malla 15 (6,0 mm): Mínimo: 50 %	
✓ Defectos secundarios: máximo 5		✓ Pasante de malla 14 (5,60 mm): Máximo: 5 %	

*Nota.* Datos recogidos de Inacal, ( 2021c)

#### 5.6.4. Certificaciones del producto

La empresa realizara los tramites de certificación de la empresa como un Trader, para ahorrar costos en el proceso, en el reinicio de sus operaciones la empresa tendrá

dos certificaciones Fairtrade-Comercio Justo y USDA-Organic, la empresa para que pueda certificarse tiene que cumplir ciertos requisitos, uno de ellos y el más importante es que obtenga el producto de proveedores que cumplan con las Buenas Prácticas Agrícolas-BPA para café.

**FIGURA 46**

*¿Qué promueven las buenas prácticas agrícolas?*



*Nota Manual de Buenas Prácticas Agrícolas-Vásquez Chacón, (2010).*

La aplicación de las **Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)** de los agricultores son necesarias para obtener las certificaciones de la producción estas son el primer paso para certificar el café que se va a ofrecer al mercado que demanda de productos orgánicos y que son cultivados respetando y cuidando el medio ambiente y sin el uso de productos químicos y contaminantes. Todas las certificaciones de calidad, exigen que cumplas con las BPA en la producción del café.

**FIGURA 47**

*Certificaciones del café con las que exportará LOS CAFETOS S.A.C*

<b>USDA ORGANIC</b>	<b>FAIRTRADE-COMERCIO JUSTO</b>
<p>USDA ORGANIC, esta certificación, identifica a un producto que es 100% orgánico y garantiza que el producto cumple con las Normas de Producción Orgánica de USA (NOP).</p> <p>Este sello de certificación avala que un producto sea nacional o importado, cumple con los requisitos legales para merecer este calificativo.</p> <p>Promueve la producción sostenible, garantizando su reducido impacto ambiental, desde su origen, hasta su eliminación.</p> 	<p>El Comercio Justo se refiere a un movimiento social que fomenta un tipo de comercio basado en el dialogo la transparencia, la igualdad y el respeto.</p> <p>Proporciona mejores circunstancias comerciales y protege los derechos de los pequeños productores desfavorecidos, lo que contribuye al crecimiento sostenible.</p> 

Elaboración Propia

### **5.7. Impacto en el medio ambiente.**

Para la identificación y caracterización del impacto ambiental del proyecto de comercialización de café de LOS CAFETOS S.A.C debe ser concordante con la legislación nacional vigente y guías específicas que publiquen las autoridades competentes.

Hemos tomado como referencia La Guía de Impacto Ambiental publicada en octubre del 2018 por el MINAM-Ministerio del Ambiente del Perú, el marco legal en el que se desarrolla la Guía lo constituye las normas siguientes: Ley N°27446 Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental (SEIA), LOS CAFETOS S.A.C se encuentra clasificado en la primera categoría: Categoría I- Declaración de Impacto Ambiental. - En donde se encuentran aquellos proyectos cuya elaboración o desarrollo no genera impactos negativos significativos al ambiente, ya que la empresa solo comercializará café especial y certificado en el reinicio de sus operaciones y el proceso de la materia prima para su exportación será por tercerización con la empresa Chorro Blanco que tiene toda la infraestructura y certificaciones necesarias para mitigar el impacto ambiental que genera el procesamiento o pilado del café.

Desde LOS CAFETOS S.A.C, en el reinicio de sus operaciones tiene como uno de sus valores y características que la definen como una empresa defensora e impulsadora de políticas ambientales de respeto por la biodiversidad de los bosques de la provincia de Jaén y el cuidado de especies de árboles en peligro de extinción y un sistema de producción de café en las fincas con certificaciones muy exigentes en este sentido donde el café tiene que ser cultivado y producido con Buenas Practicas.

La empresa LOS CAFETOS S.A.C para poder concretar sus actividades comerciales necesita de materia prima que se produzca respetando el medio ambiente o aplicando técnicas que mitiguen al máximo el daño al suelo y su erosión.

## **5.8. Plan estructural de la empresa, (legal, personal y organizacional)**

La organización es fundamental en la estructura de una empresa, donde se podrá determinar sus obligaciones y como estará constituida, como estarán organizadas las funciones de su personal, los costos administrativos y requisitos que tiene que cumplir para que permitirán que la empresa LOS CAFETOS S.A.C surja en el mercado cafetalero.

### **5.8.1 Constitución de la empresa**

La empresa al reiniciar sus operaciones y tener un cambio en el rubro de su negocio que se dedicara a la comercialización de café certificado y especial lo hará como una Sociedad Anónima Cerrada S.A.C, solo conservara el nombre LOS CAFETOS y agregara S.A.C a su firma, tendrá que seguir todos los procedimientos de constitución como una empresa nueva por lo que tiene que seguir las recomendaciones dadas por registros públicos. (SUNARP, 2022)

1. Búsqueda y reserva de nombre.
2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad.
3. Aporte de capital, los socios podrán aportar dinero, acreditado con el documento expedido por una entidad financiera del país; o bienes (inmuebles o muebles) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la sociedad o empresa.
4. Elaboración de escritura pública ante el notario.

5. Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP.
6. Inscripción al RUC para persona jurídica.

### **5.8.2. Como estará constituida la empresa (tipo de sociedad)**

Por tener más de dos y menos de veinte accionistas y carecer de valores inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores, de conformidad con el estatuto 26887, LOS CAFETOS S.A.C. se constituirá como una sociedad cerrada (SAC). La empresa no puede presentar una solicitud de inscripción en este registro (Ley General de Sociedades) una empresa para que se constituya como una S.A.C, tiene que cumplir con ciertos requisitos que se mencionan en los artículos siguientes: (El Peruano, 2022)

- Las organizaciones que establece son: La junta general de accionistas, gerencia y el directorio, pero es opcional. (Art. 246)
- Las acciones y el capital: El capital aportado por cada socio es representado por acciones y no responden personalmente a las deudas sociales. (Art. 51).
- Se debe registrar las acciones en el registro de Matricula de acciones.
- EL socio tiene responsabilidades limitadas por la cantidad del monto aportado.
- El órgano supremo es la junta general de accionistas o voluntad social. (Art.246)
- El nombre o razón social van acompañadas de las siglas S.A.C. (Art 235)



### **5.8.3. Obligaciones (tributarias y Laborales)**

LOS CAFETOS S.A.C estará inscrita en el REMYPE para poder tener los beneficios que ofrece este régimen, ya que está iniciando sus actividades empresariales, por lo que se busca tener bajos gastos administrativo y tributarios, los que se declararan por medio T-Registro de SUNAT, para su posterior pago luego de la declaración.

#### **Obligaciones tributarias**

La empresa LOS CAFETOS S.A.C, al estar en el Régimen MYPE Tributario (RMT) donde se determina que tiene que pagar sus impuestos, también debe llevar un control para la declaración de los mismos con la presentación de libros contables, la empresa al realizar operaciones de exportación y superar las 500 UIT de ingresos brutos anual, se inicia la obligación de llevar el registro de ventas y de compras en forma electrónica, también tiene que llevar Libro Diario, Libro Mayor, Libro de inventarios y Balances.

Aparte de los libros mencionados, es necesario llevar el libro Activos Fijos en todas las categorías, si es que se cuenta con activos y estos se deprecian por cuestiones de balances. Con respecto a los impuestos se asume el Impuesto a la renta, en la provincia de Jaén las empresas pueden acogerse a la Ley N° 27307 Ley de la Amazonía, donde se pagará el 10 % de las utilidades netas al año por concepto de Impuesto a la Renta. Se depositará el 1.5 % de detracción del total de cada venta que se realice, este depósito se hará efectivo en el banco de la nación, con respecto al Impuesto General a las Ventas (I.G.V.), el café verde es un producto que esta exonerado de este impuesto

**Tabla 27***Subpartidas arancelarias para las importaciones y exportaciones de café*

<b>Producto</b>	<b>Subpartida arancelaria HS</b>	<b>Impuesto general</b>	<b>Impuesto Perú</b>
<b>Café, sin tostar, no descafeinado</b>	0901.11	Libre de impuestos	Libre de impuestos
<b>Café, sin tostar, descafeinado</b>	0901.12	Libre de impuestos	Libre de impuestos

Elaboración propia

El café es un producto agrícola que está exonerado de impuestos en nuestro país (Perú), gracias a las Subpartida Arancelaria HS N° 0901.11 y la Subpartida Arancelaria N°0901.12, que se han generado para favorecer a los miles de agricultores que se dedican a la actividad de producir café y genera empleabilidad a muchas personas en las zonas rurales de todo el país.

**Obligaciones laborales**

La empresa LOS CAFETOS S.A.C se registrara en el régimen de REMYPE, sus trabajadores tendrán beneficios laborales especiales previstos en el TUO de la Ley MYPE (DS 013-2013-PRODUCE), también existen derechos laborales comunes que aplican a todas las empresas privadas, ya sean del régimen general o de las MYPE; con esta base legal se ha realizado la tabla siguiente donde se detalla estos beneficios laborales de las empresas de este régimen.

**Tabla 28**

*Régimen laboral REMYPE*

<b>MICROEMPRESA</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>
<b>Remuneración Mínima Vital (RMV)</b>	Remuneración Mínima Vital (RMV)
<b>Jornada de trabajo de 8 horas</b>	Jornada de trabajo de 8 horas
<b>Descanso semanal y en días feriados</b>	Descanso semanal y en días feriados
<b>Remuneración por trabajo en sobretiempo</b>	Remuneración por trabajo en sobretiempo
<b>Descanso vacacional de 15 días calendarios</b>	Descanso vacacional de 15 días calendarios
<b>Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD) y ESSALUD</b>	Cobertura de seguridad social en salud a través de ESSALUD
<b>Cobertura Previsional</b>	Cobertura Previsional
<b>Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)</b>	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada

*Nota.* Datos recogidos de la camara.pe, (2022)

La empresa LOS CAFETOS S.A.C, al superar las 150 UIT, tendrá que registrarse como una pequeña empresa, y poder obtener los beneficios y ahorro en los gastos que demanda la contratación de sus trabajadores, teniendo en responsabilidad el pago de los conceptos siguientes:

- Tener como base en el pago de sus planillas la remuneración mínima vital de S/. 1,025
- Pagos de ESSALUD (seguro de salud a todos sus trabajadores)

- Derecho al pago de CTS
- Brindar 15 días de vacaciones al año y que estas sean remuneradas
- Pago de dos gratificaciones anuales, medio sueldo en Julio y medio sueldo en diciembre
- Participación en la repartición de utilidades de la empresa
- Pago del SCTR (Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo)
- Sistema Pensionario (AFP, ONP)
- Indemnización por Despido

La contratación del personal puede hacerse por un tiempo determinado, de manera indefinida o a plazo fijo, con una jornada de trabajo de 48 horas semanales, también se puede contratar a tiempo parcial y se tiene que realizar el pago de horas extras y el sobrepago de las jornadas nocturnas que es el 35% de la RMV.

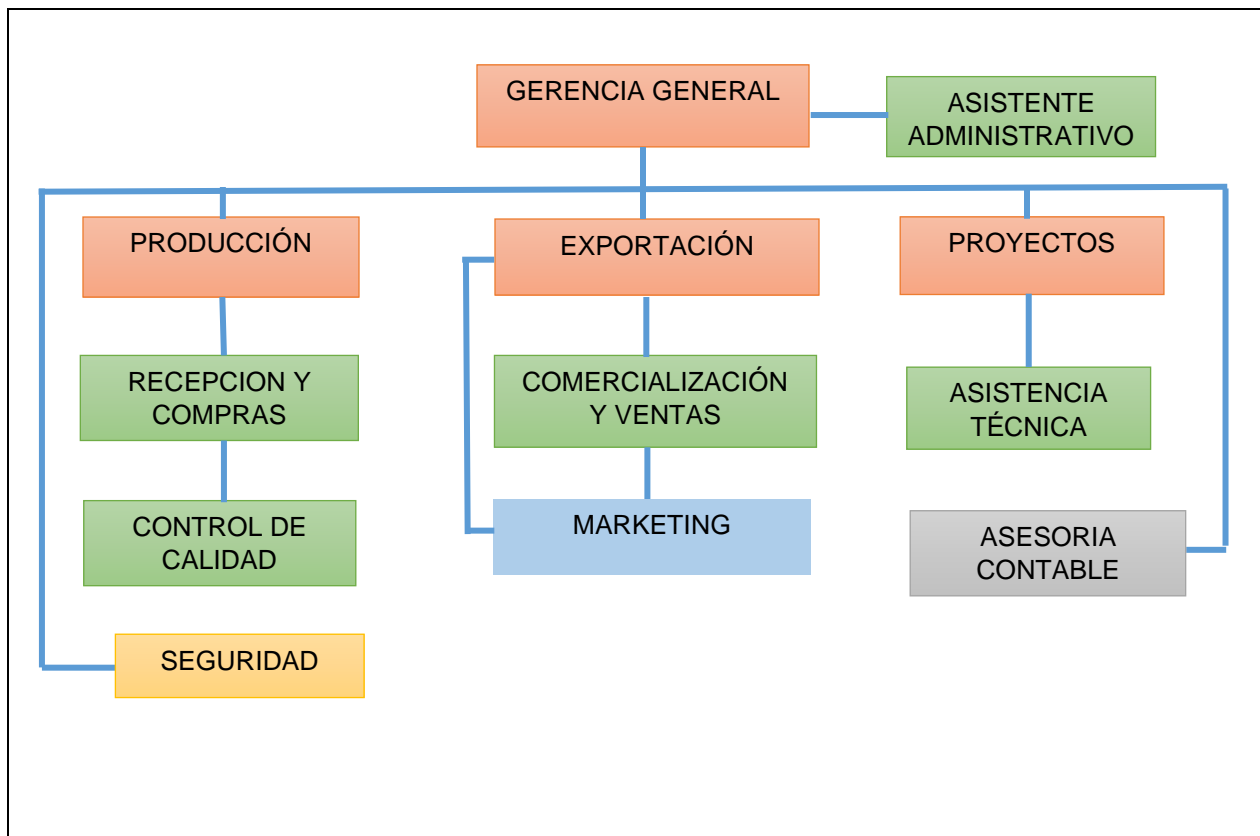
Planillas: la planilla del personal de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, se realizará por el personal administrativo (asistente administrativo), previa verificación del control de asistencia mensual y con la supervisión, visto bueno y firma del gerente.

#### 5.8.4. Organigrama y MOF de LOS CAFETOS S.A.C

A continuación, se describe el organigrama de LOS CAFETOS S.A.C, cómo será la estructura, organización y distribución jerárquica de las distintas áreas con las que reiniciará sus actividades y operaciones la empresa comercializadora de café certificado y especial LOS CAFETOS S.A.C.

**FIGURA 48**

*Organigrama LOS CAFETOS S.A.C*



Elaboración Propia.

## **Manual de Organización y Funciones (MOF) LOS CAFETOS S.A.C**

### **ADMINISTRACIÓN**

#### **Gerente General**

El gerente general es el representante y responsables legal de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, ante entidades públicas y privadas.

Planifica, organiza y supervisa, todas las actividades y operaciones en la comercialización de café certificado y especial de LOS CAFETOS S.A.C.

Es el responsable de la contratación, promoción, suspensión y despido de los trabajadores de LOS CAFETOS S.A.C. Aplica las sanciones a los trabajadores que incumplan las normas internas de la empresa o cometan alguna falta grave, dentro o fuera de la empresa.

Autoriza la participación y viajes del personal de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, a los distintos eventos y ferias nacionales e internacionales del café.

Aprueba y firma los contratos de compras y ventas realizadas por la empresa, giro de cheques y comprobantes de pago a los acreedores de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, autorización del pago y entrega de utilidades. Autoriza y firma el giro y pago de las planillas del personal de la empresa, aplicación de descuentos, adelantos y liquidación de sus beneficios laborales.

Aplicación de estrategias y métodos modernos de producción que favorezcan la mejora constante en la calidad del producto.

Promueve la implementación y aplicación de nuevos y modernos instrumentos para agilizar las gestiones en la compra y exportación-ventas de café certificado y especial.

Supervisión y aprobación de los proyectos (mejora de la producción en las fincas de café, el cuidado y respeto del medio ambiente) realizados con los proveedores y productores de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

### **Asistente Administrativo**

Brindar asistencia administrativa en el área de gerencia, organizar la agenda del gerente, convocatorias, reuniones, anuncios, comunicados, etc.

Llenado de las planillas de pagos de LOS CAFETOS S.AC, con la supervisión y firma de la gerencia de la empresa. Subir mensualmente la información de forma electrónica de la PLAME y el T-Registro.

Entrega de cheques, órdenes de pago y otros documentos por orden de la gerencia.

Recepción y redacción de documentos varios, así como ordenamiento de todos los documentos de la gerencia de la empresa.

## **PRODUCCIÓN**

### **Recepción y compras**

Recepción, pesaje y plumeado de los sacos de café, (extraer las muestras de café para su análisis en el laboratorio) en las instalaciones de recepción de LOS CAFETOS S.A.C.

Realizar el ordenamiento en el interior de la empresa de todos los vehículos de los proveedores que transportan el café de las fincas a los almacenes de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

Confirmación de las fechas de las entregas del producto por parte de los proveedores a la empresa LOS CAFETOS S.A.C

Cierre de las compras (cantidad y calidad de café) con los proveedores de la empresa en coordinación permanente con las áreas de gerencia y exportación de la empresa.

Control adecuado para el correcto almacenamiento del café certificado y especial en las áreas designadas para su posterior proceso de clasificación y exportación.

### **Laboratorio (Control de calidad)**

Realizar análisis fisicoquímicos y de defectos del café certificado y especial, así como taceo del producto, durante su recepción por medio de muestras extraídas de los sacos de café que hace llegar el proveedor.

Realizar las actividades con empeño y profesionalismo, sabiendo que se labora en el área más sensible la empresa LOS CAFETOS S.A.C, ya que de ello depende el éxito de sus operaciones presentes y futuras.

Análisis de muestras de café enviadas por los clientes y proveedores de la empresa.

Realización de nuevos análisis y taceos, por solicitud de proveedores y compradores de café de acuerdo a las circunstancias que lo ameritan, para la confirmación de la calidad del café (taza, rendimiento, calidad, humedad, etc.)



## **EXPORTACIÓN**

### **Comercialización y ventas**

Realizar cierre de ventas futuras de café certificado y especial con los importadores y brókeres, en coordinación permanente con la gerencia de la empresa.

Preparar y organizar el transporte de los envíos de café, desde las instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, ubicada en la provincia de Jaén, hasta el puerto de Paita para su embarcación y exportación al mercado final.

Promueve y ejecuta estrategias de comercialización y ventas del producto para un mejor posicionamiento en el mercado internacional.

Búsqueda e indagación de ventajas competitivas, (Miembros de la SCAA, obtención de las marcas sectoriales para café, promovidas por entidades como Promperú) para que la empresa tenga mayor y mejor participación en el mercado del exterior.

Realiza envíos de muestras a los diferentes eventos y ferias de café a nivel nacional e internacional; así como a potenciales clientes del exterior del país.

Aplicación de modernas estrategias de marketing para la mejor difusión de los productos que ofrece la empresa LOS CAFETOS S.A.C, en el mercado objetivo.

Coordinación constante con el gerente de la empresa, sobre los nuevos requerimientos de los importadores y compradores de la producción de la empresa, además de brindar información sobre la ubicación de la empresa y el origen del café que se les ofrece, además de indagar sobre la satisfacción del producto para la aplicación de mejoras.

Cotizar y contratar con las entidades encargadas y especializadas en la exportación de productos de origen peruano al exterior (SENASA, navieras, agentes de aduanas, etc.) para obtener mejores ventajas y oportunidades competitivas.

## **PROYECTOS**

### **Asistencia Técnica**

Responsable de realizar las visitas a las fincas de café de los proveedores, brindándoles asesoramiento técnico permanentemente, para la implementación y buen manejo del producto desde su (siembra, cultivo, cosecha, despulpado, secado y almacenamiento) para obtener más beneficios económicos.

Realiza la verificación del cumplimiento de las **Buenas Prácticas** agrícolas, por parte de los proveedores de café certificado de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

Empadronamiento de todos los proveedores del programa de café certificado de la empresa y el seguimiento y asesoramiento para el cumplimiento de los requerimientos de las certificadoras de café.

Elaboración de proyectos sustentables de producción de café en las fincas en el mediano y largo plazo, con respeto y cuidado del medio ambiente, que generen mejoras en el entorno económico y social de los proveedores y la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

Realizar un informe anual a la gerencia de los proyectos que se planifican ejecutar en conjunto con los proveedores, y los empadronamientos de nuevos agricultores y proveedores de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

## **SEGURIDAD**

### **Guardianía**

Controlar y registrar el ingreso y salida de vehículos, proveedores, clientes y personas a las instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

Controlar el ingreso y salida del personal de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

Brindar seguridad y vigilancia en las instalaciones de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

Coordinar con el gerente y demás trabajadores, sobre la aplicación de estrategias que brinden mayor seguridad, a todas las personas y vehículos que ingresan y salen de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

## **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

### **Asesoría Contable**

Realizar las declaraciones a la SUNAT de la empresa LOS CAFETOS S.A.C.

Brindar asesoramiento al personal administrativo y gerencial de LOS CAFETOS S.A.C en la toma de decisiones y el manejo de las cuentas de la empresa para la obtención de resultados positivos y beneficiosos.

Elaboración y presentación de los libros contables, así como el control del plan contable de LOS CAFETOS S.A.C y asegurar su cumplimiento.

## VI. PLANIFICACION FINANCIERA

### 6.1. Inversiones (estructura)

#### 6.1.1. Inversión fija intangible

La empresa LOS CAFETOS S.A.C, para poder realizar sus actividades de comercialización de café, tiene que realizar inversiones y gastos en activos intangibles y los cuales no tienen existencia física, tramites iniciales como la constitución de la empresa, el registro de la marca, el certificado ITSE y defensa civil para obtener la licencia de funcionamiento, las certificaciones del café; la empresa las realizara como un Trader, para ahorrar costos y gastos en el tramite las actividades de producción, comercialización y exportación estarán sujetas a la inspección de las certificadoras. La empresa agrupara proveedores y agricultores que producen café realizando **Buenas Prácticas** agrícolas, para poder acceder a estas certificaciones.

**Tabla 29***Activos intangibles*

<b>Inversiones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total (Soles)</b>	<b>Tasa de Amortización%</b>	<b>Depreciación Anual</b>
<b>Inversion Fija Intangible</b>			<b>18,928.80</b>		<b>S/ 3,785.76</b>
Constitución de la empresa Escritura/Registros Públicos	1	S/ 980.00	S/ 980.00	20%	S/ 196.00
Registro de marca/ Búsqueda de nombre/Reserva de nombre	1	S/ 600.00	S/ 600.00	20%	S/ 120.00
Licencia de Funcionamiento, + Certificado ITSE (Defensa Civil)	1	S/ 1,246.80	S/ 1,246.80	20%	S/ 249.36
Control de plagas	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	20%	S/ 300.00
Certificación de desinfección	1	S/ 200.00	S/ 200.00	20%	S/ 40.00
Certificación USDA Organic	1	S/ 7,580.00	S/ 7,580.00	20%	S/ 1,516.00
Certificación Fairtrade-Comercio Justo	1	S/ 6,822.00	S/ 6,822.00	20%	S/ 1,364.40

Elaboración Propia.

**6.1.2. Inversión fija tangible**

Para que la empresa LOS CAFETOS S.A.C ponga en marcha sus actividades de comercialización de café certificado y especial, se requiere poseer y adquirir maquinaria pequeña, equipos, muebles, materiales, utensilios y enseres, para poder realizar las distintas actividades en las áreas operativas de la empresa que son la inversión fija tangible. LOS CAFETOS S.A.C, cuenta con un área de terreno donde están ubicadas sus instalaciones, todos estos activos fijos tangibles, están detallados a continuación en la tabla 30.

**Tabla 30**

*Activos tangibles*

<b>Total Inversion Fija Tangible</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>S/</b>	<b>570,461.30</b>
<b>Terrenos/Edificaciones</b>			<b>S/</b>	<b>515,000.00</b>
Terreno	1	S/ 365,000.00	S/	365,000.00
Construcción, Edificacion e Instalaciones	1	S/ 150,000.00	S/	150,000.00
<b>Maquinaria y equipos</b>			<b>S/</b>	<b>31,998.80</b>
Medidor de actividad de agua	1	S/ 3,700.00	S/	3,700.00
Trilladora (Piladora pequeña)	1	S/ 2,400.00	S/	2,400.00
Probetas	2	S/ 77.00	S/	154.00
Balanza analitica (Bascula)	1	S/ 4,367.00	S/	4,367.00
Gramera	2	S/ 400.00	S/	800.00
Juego de mallas (n° 13 hasta la 19)	1	S/ 700.00	S/	700.00
Tostadora de laboratorio	1	S/ 5,600.00	S/	5,600.00
Molino	1	S/ 3,800.00	S/	3,800.00
Dispensador de agua caliente	1	S/ 800.00	S/	800.00
Filtros de carbón	2	S/ 135.00	S/	270.00
Medidor de TDS	1	S/ 263.00	S/	263.00
Medidor de pH en el agua	1	S/ 164.00	S/	164.00
Kit de cata básico	1	S/ 800.00	S/	800.00
Balanza electronica (cap. 2000 kg.)	2	S/ 3,800.00	S/	7,600.00
Extintores	4	S/ 95.00	S/	380.00
Alarma contra incendios	1	S/ 69.90	S/	69.90
Luz de emergencia	1	S/ 130.90	S/	130.90
<b>Muebles y enseres</b>	<b>1</b>		<b>S/</b>	<b>14,868.50</b>
Mesa de control de calidad	1	S/ 700.00	S/	700.00
Mesa de despacho	1	S/ 350.00	S/	350.00
Escritorios	4	S/ 725.00	S/	2,900.00
Sillas giratorias	4	S/ 475.00	S/	1,900.00
Sillas	18	S/ 150.00	S/	2,700.00
Parihuelas	20	S/ 45.20	S/	904.00
Estantes	3	S/ 220.00	S/	660.00
Repostero	1	S/ 2,200.00	S/	2,200.00
Ventiladores	6	S/ 159.00	S/	954.00
Pluma de acero	2	S/ 200.00	S/	400.00
Letreros de señalizacion (café)	10	S/ 25.00	S/	250.00
Mandiles	2	S/ 70.00	S/	140.00
Recipiente para desechos	1	S/ 60.00	S/	60.00
Papeleras	6	S/ 25.00	S/	150.00
Botiquin	1	S/ 478.00	S/	478.00
Señalizaciones de seguridad	25	S/ 4.90	S/	122.50
<b>Equipos de procesamiento de datos</b>			<b>S/</b>	<b>8,594.00</b>
Computadoras portatiles(Laptops)	4	S/ 1,499.00	S/	5,996.00
Impresoras	2	S/ 1,299.00	S/	2,598.00

Elaboración Propia.

**Tabla 31***Depreciación de activos tangibles*

<b>CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS TANGIBLES POR EL MÉTODO DE LINEA RECTA</b>						
<b>ACTIVO TANGIBLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>TASA DE DEPRECIACIÓN %</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>HORIZONTE PROYECTO (AÑOS)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA (5 AÑOS)</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>
Terreno		0	0	0	0	0
Construcción, Edificaciones e Inst.	150,000.00	5%	S/ 7,500.00	5	S/ 37,500.00	S/ 112,500.00
Maquinaria y equipos	31,998.80	10%	S/ 3,199.88	5	S/ 15,999.40	S/ 15,999.40
Equipo procesamiento de datos	8,594	20%	S/ 1,718.80	5	S/ 8,594.00	0
Muebles y enseres	14,868.50	10%	S/ 1,486.85	5	S/ 7,434.25	S/ 7,434.25
<b>TOTAL</b>	<b>205,461.30</b>		<b>S/ 13,905.53</b>		<b>S/ 69,527.65</b>	<b>S/ 135,933.65</b>

Elaboración Propia.

**6.1.3. Capital de trabajo**

La empresa LOS CAFETOS S.A.C, destinara un monto de inversión para poner en marcha el proyecto de comercialización de café especial y certificado, durante los primeros seis meses, ya que la producción de café se inicia en abril para café certificado y en junio para café especial, a partir del sexto mes la empresa hará efectiva su venta futura ya que para el mes de junio de acuerdo a las proyecciones de producción de la materia prima se podrá exportar el primer lote de café certificado (20,000 kg aprox.) y el primer microlote de café especial (4,000 kg aprox.). Las ventas se realizarán con el 80% del monto total a exportar por adelantado, la empresa, realizara sus contratos para realizar los primeros envíos y exportaciones a finales del mes de junio de acuerdo a la campaña de producción del café en la provincia de Jaén.

**Tabla 32***Capital de trabajo (primeros 6 meses)*

<b>Inversion Inicial (6 primeros meses)</b>			<b>S/ 619,017.75</b>	
<b>Concepto</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	
<b>Costos de Producción</b>			<b>S/</b>	<b>540,083.96</b>
Materia prima	café certificado (Kg.)	30,000	S/ 14.50	S/ 435,000.00
	café especial (Kg.)	4,000	S/ 18.00	S/ 72,000.00
Materiales	sacos de yute (69kg)	348.00	S/ 3.00	S/ 1,044.00
Mano de obra directa				S/ 19,223.00
CIF.	mano de obra indirecta			S/ 11,086.96
	otros costos indirectos			S/ 1,730.00
<b>Gastos Administrativos</b>			<b>S/</b>	<b>41,071.00</b>
	Planillas			S/ 39,871.00
	Asesoría contable (terceros)			S/ 1,200.00
<b>Gastos de Comercialización</b>			<b>S/</b>	<b>13,679.00</b>
	Participación en eventos y ferias del café			S/ -
	Publicidad			S/ 3,000.00
	Responsable de comercialización			S/ 10,679.00
<b>Gastos Servicios Básicos</b>			<b>S/</b>	<b>5,160.00</b>
	Mantenimiento de local			S/ 1,200.00
	Luz			S/ 1,800.00
	Agua			S/ 360.00
	Internet			S/ 1,800.00
<b>Gastos Útiles de Oficina y Limpieza</b>			<b>S/</b>	<b>3,300.00</b>
	Útiles de oficina			S/ 1,500.00
	Artículos de limpieza			S/ 1,800.00
<b>Gastos de Exportación</b>			<b>S/</b>	<b>15,723.79</b>
	Gastos y derechos aduaneros (1 contenedor)	1.79	S/ 4,290.00	S/ 7,679.10
	Servicio logístico exportación (521 q.q.x 4.95)	739.13 q.q.	S/ 4.95	S/ 3,658.69
	Seguros de transporte Jaen-Paita (521 x 0.59)	739.13 q.q.	S/ 0.59	S/ 436.09
	Bolsas GrainPro	58	S/ 9.00	S/ 522.00
	Estibaje almacén Jaén a Puerto de Paita (24 Tnx12)	1	S/ 288.00	S/ 288.00
	Flete almacén Jaén a Puerto de Paita (24 Tnx120)	1	S/ 2,880.00	S/ 2,880.00
	Certificado de origen	1.79	S/ 145.20	S/ 259.91

Elaboración Propia.



#### 6.1.4. Plan de Inversión Inicial

La inversión inicial de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, suma un total de S/1,230,159.19, de este monto el 51.23% será cubierto por los socios de la empresa sumando S/ 630,159.19, y el 48.77% será cubierto por un préstamo en una entidad bancaria de S/ 600,000.00, el plan de inversión inicial y financiamiento se detallan en la tabla 33 y tabla 34.

**Tabla 33**

*Plan de inversión inicial*

<b>PLAN DE INVERSIÓN INICIAL</b>	
Activo Tangible	S/ 570,461.30
Activo Intangible	S/ 18,928.80
Capital de Trabajo	S/ 619,017.75
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>S/ 1,208,407.85</b>
Imprevistos (Caja Chica)	1.80% S/ 21,751.34
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>

Elaboración Propia.

**Tabla 34**

*Financiamiento*

<b>FINANCIAMIENTO</b>				
<b>Financiamiento</b>	<b>Porcentaje %</b>	<b>Monto</b>	<b>Tasa</b>	<b>Intereses (4 años)</b>
Recursos Propios	51.23%	S/ 630,159.19		
BBVA(Banco Continental)	48.77%	S/ 600,000.00	10.00%	S/ 130,442.40
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>		

Elaboración Propia.

## 6.2. Ingresos y egresos.

### 6.2.1. Ingresos

Los ingresos de la empresa LOS CAFETOS S.A.C se darán con las ventas a futuro de café certificado y especial, dichas ventas se fijarán en los picos máximos bolsa que crea conveniente la empresa y el acuerdo al que se llegue con el comprador, el precio proyectado de acuerdo al presente plan de comercialización se fijó en \$ 234.05 dólares americanos de acuerdo al tiempo en que se realizaba el proyecto y con una cotización de la divisa norteamericana de \$1 dólar equivalente S/ 3.79 soles.

**Tabla 35**

*Cotización del dólar al cierre de ventas futuras*

<b>Tipo de Cambio de la Proyección de Ventas</b>	
Precio del Dólar o su equivalente en Soles	
Dólar	Soles
<b>1 \$</b>	<b>S/ 3.79</b>

Elaboración Propia.

Las exportaciones y ventas de café de la empresa LOS CAFETOS S.A.C, podrían experimentar cambios en su rentabilidad, ya que el producto se vende en dólares, y en nuestro país se viene experimentando una fluctuación constante de la moneda norteamericana, las ventas futuras se están cerrando en el mes de junio, con la posición julio 2022 de la bolsa de Nueva York y con una cotización de \$1 dólar a S/ 3.79 soles.

**FIGURA 34**

*Cotización del café en bolsa al cierre de ventas futuras el 09-06-22 (posición julio 2022)*



Nota. INO, (2022b)

**Tabla 36**

*Ventas detalladas en el primer año de operaciones*

Fecha del Cierre de Ventas	Fecha de Posición de la Bolsa	Tipo de Café	Cantidad kg	Cantidad Quintales	Cantidad Contenedores	Precio por Quintal (46 Kg.) en \$	Pago sobre Bolsa	Total Precio de Cierre en \$	Precio de Ventas X kilo en S/
9/06/2022	Jul-22	Café Certificado	75,900	1650	4	\$ 234.05	\$ 20	\$ 254.05	S/ 20.10
9/06/2022	Jul-22	Café Especial	37,950	825	2	\$ 234.05	\$ 120	\$ 354.05	S/ 29.17

Elaboración Propia.

Las ventas de café certificado y especial, que se realizaran en el primer año de actividades la empresa las está fijando en \$234.05 dólares el quintal, para el café certificado se ha pactado con \$20 dólares sobre bolsa, dando un equivalente de S/ 20.10 soles, por cada kg vendido de café certificado y para la venta del café especial \$120 dólares sobre bolsa, dando un equivalente de S/ 29.17, por cada kg vendido de café especial.

**Tabla 37**

*Ingresos totales del primer año*

<b>Tipo de Café</b>	<b>Total kg</b>	<b>Precio de Ventas</b>	<b>Total</b>
Café Certificado	75900	S/ 20.93	S/ 1,588,587.00
Café Especial	37950	S/ 29.17	S/ 1,107,001.50
<b>Total Ventas</b>			<b>S/ 2,695,588.50</b>

Elaboración Propia.

Las ventas de café certificado y especial, que se realizaran en el primer año de actividades de comercialización de esta materia prima, generaran un total de ventas de S/ 2,695,588.50 a la empresa LOS CAFETOS S.A.C, los precios son altos, ya que los mercados internacionales, siguen demandando cada día de café con altas tasas de calidad y buen rendimiento, los precios del café especial tienen una gran diferencia en sus precios y generan mayor rentabilidad por kg vendido, porque su consumo se da en mercados exclusivos y muy exigentes en el mercado mundial de cafés de alta calidad.

### **6.2.2. Egresos**

La empresa durante su primer año de actividades de comercialización, tendrá un total egresos en sus operaciones de comercialización de café especial y certificado por un monto de S/ 2,271,994.79, los precios de la materia prima, tanto café certificado y especial, tienen altos precios, dada la coyuntura de los mercados y la gran demanda mundial del café, la empresa LOS CAFETOS S.A.C, tendrá la mayor cantidad de sus egresos en el acopio y compras de la materia prima, café certificado y especial.

Los egresos de la empresa se generarán en soles, y recibirá sus ingresos en dólares, esto sería ventajoso para LOS CAFETOS S.A.C, siempre y cuando la divisa norteamericana, mantenga sus cotizaciones en el mercado.

En la tabla 38 se detallan todos los egresos que se generaran en las actividades de comercialización de la materia prima de todo el año, como son costos de producción, gastos de operación, la depreciación y amortización de activos fijos tangibles e intangibles, los gastos financieros y gastos de exportación.

**Tabla 38**

*Egresos detallados*

CONCEPTO		Unidad de Medida.	Cantidad	Precio Unidad		Total Costo		
<b>I. Costos de Producción</b>				<b>Valor en (S./)</b>	<b>S/</b>	<b>1,869,972.00</b>		
I.1 Materia prima	café certificado	kg.	75,900	S/14.50	S/	1,100,550.00		
	café especial	kg.	37,950	S/18.00	S/	683,100.00		
I.2 Materiales	sacos de yute (69kg)	Unidad (69)	1,650	S/3.00	S/	4,950.00		
I.3 Mano de obra directa			1		S/	38,446.00		
I.4 CIF.	mano de obra indirecta		1		S/	37,126.00		
	otros costos indirectos		1		S/	5,800.00		
<b>II.Gastos de Operación</b>					<b>S/</b>	<b>141,420.00</b>		
<b>Gastos de comercialización y ventas</b>					<b>S/</b>	<b>42,358.00</b>		
Participacion en eventos y ferias del café					S/	15,000.00		
Publicidad					Año	1	S/ 6,000.00	
Responsable de exportación					Año	1	S/ 21,358.00	
<b>Gastos administrativos</b>					<b>S/</b>	<b>99,062.00</b>		
Personal Administrativo					Año	1	S/ 79,742.00	
Asesoría contable (terceros)					Año	1	S/ 2,400.00	
Mantenimiento de local					Año	1	S/ 2,400.00	
Luz					Año	1	S/ 3,600.00	
Agua					Año	1	S/ 720.00	
Internet					Año	1	S/ 3,600.00	
Utiles de oficina					Año	1	S/ 3,000.00	
Articulos de limpieza					Año	1	S/ 3,600.00	
<b>III.Depreciación de Tangibles-Amortizacion Intangible</b>					<b>S/</b>	<b>17,691.29</b>		
<b>III.1.Depreciación de Activo Fijo Tangible</b>					<b>S/</b>	<b>13,905.53</b>		
Costruccion, edificaciones e instalaciones					Año	1	S/ 7,500.00	
Maquinaria y equipos					Año	1	S/ 3,199.88	
Equipo de procesamiento de datos					Año	1	S/ 1,718.80	
Muebles y enseres					Año	1	S/ 1,486.85	
<b>III.2.Amortizacion de Activos Intangibles</b>					<b>S/</b>	<b>3,785.76</b>		
Inversion fija intangible					Año	1	S/ 3,785.76	
<b>IV.Gastos Financieros</b>					<b>S/</b>	<b>182,610.60</b>		
Pago de préstamos							S/ 182,610.60	
<b>V.Gastos de Exportación</b>					<b>S/</b>	<b>60,300.90</b>		
Gastos y derechos aduaneros					Contenedor	6	S/ 4,290.00	S/ 25,740.00
Servicio logístico exportación					q.q	2,475	S/ 4.95	S/ 12,251.25
Seguros de transporte Jaen-Paita					q.q	2,475	S/ 0.59	S/ 1,460.25
Bolsas GrainPro					Unidad (69)	550	S/ 9.00	S/ 4,950.00
Estibaje almacén Jaén a Puerto de Paita					Tonelada	113.85	S/ 12.00	S/ 1,366.20
Flete almacén Jaén a Puerto de Paita					Tonelada	113.85	S/ 120.00	S/ 13,662.00
Certificado de origen					Contenedor	6	S/ 145.20	S/ 871.20
<b>TOTAL EGRESOS</b>								<b>S/ 2,271,994.79</b>

Elaboración Propia.

### 6.3. Deuda.

LOS CAFETOS S.A.C, para cubrir una parte de la inversión inicial realizara un préstamo en un banco por la suma de S/ 600,000.00 que es el 48.77% del capital inicial de S/ 1,230,159.19. Antes de solicitar el préstamo se realizó una cotización en algunas entidades bancarias y se eligió a la que ofrecía la tasa de interés más baja y conveniente.

**Tabla 39**

*Tasa de interés ofrecida por las entidades bancarias*

<b>Préstamo solicitado a entidades bancarias</b>		
<b>Entidades Bancarias</b>	<b>Monto</b>	<b>Tasa de interés</b>
	S/ 600,000.00	14.50%
	S/ 600,000.00	12%
	<b>S/ 600,000.00</b>	<b>10%</b>

Elaboración Propia.

La empresa, elegirá obtener el préstamo bancario con el BBVA, ya que es la entidad bancaria que tiene la mejor oferta de la tasa de interés, y que se devolverá en 48 periodos o meses (4 años), LOS CAFETOS S.A.C, realizara amortizaciones y pagos mensuales tal como se detalla en la tabla 39, esta calendarización de los pagos es realizada por el BBVA entidad bancaria que facilitara la financiación del proyecto, para poder realizar la inversión inicial y ponerlo en marcha.

**Tabla 40**

*Cuadro de cuotas por pagar*



<b>AÑO</b>	<b>SALDO</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>
0	<b>S/ 600,000.00</b>			
1	589,782.45	10,217.55	5,000.00	S/15,217.55
2	579,479.75	10,302.70	4,914.85	S/15,217.55
3	569,091.20	10,388.55	4,829.00	S/15,217.55
4	558,616.08	10,475.12	4,742.43	S/15,217.55
5	548,053.66	10,562.42	4,655.13	S/15,217.55
6	537,403.23	10,650.44	4,567.11	S/15,217.55
7	526,664.04	10,739.19	4,478.36	S/15,217.55
8	515,835.35	10,828.68	4,388.87	S/15,217.55
9	504,916.43	10,918.92	4,298.63	S/15,217.55
10	493,906.52	11,009.91	4,207.64	S/15,217.55
11	482,804.86	11,101.66	4,115.89	S/15,217.55
12	471,610.68	11,194.18	4,023.37	S/15,217.55
13	460,323.22	11,287.46	3,930.09	S/15,217.55
14	448,941.69	11,381.52	3,836.03	S/15,217.55
15	437,465.33	11,476.37	3,741.18	S/15,217.55
16	425,893.32	11,572.01	3,645.54	S/15,217.55
17	414,224.88	11,668.44	3,549.11	S/15,217.55
18	402,459.20	11,765.68	3,451.87	S/15,217.55
19	390,595.48	11,863.72	3,353.83	S/15,217.55
20	378,632.89	11,962.59	3,254.96	S/15,217.55
21	366,570.62	12,062.28	3,155.27	S/15,217.55
22	354,407.82	12,162.79	3,054.76	S/15,217.55
23	342,143.67	12,264.15	2,953.40	S/15,217.55
24	329,777.32	12,366.35	2,851.20	S/15,217.55
25	317,307.91	12,469.41	2,748.14	S/15,217.55
26	304,734.60	12,573.32	2,644.23	S/15,217.55
27	292,056.50	12,678.10	2,539.45	S/15,217.55
28	279,272.75	12,783.75	2,433.80	S/15,217.55
29	266,382.48	12,890.28	2,327.27	S/15,217.55
30	253,384.78	12,997.70	2,219.85	S/15,217.55
31	240,278.77	13,106.01	2,111.54	S/15,217.55
32	227,063.54	13,215.23	2,002.32	S/15,217.55
33	213,738.19	13,325.35	1,892.20	S/15,217.55
34	200,301.79	13,436.40	1,781.15	S/15,217.55
35	186,753.42	13,548.37	1,669.18	S/15,217.55
36	173,092.15	13,661.27	1,556.28	S/15,217.55
37	159,317.04	13,775.12	1,442.43	S/15,217.55
38	145,427.13	13,889.91	1,327.64	S/15,217.55
39	131,421.47	14,005.66	1,211.89	S/15,217.55
40	117,299.10	14,122.37	1,095.18	S/15,217.55
41	103,059.04	14,240.06	977.49	S/15,217.55
42	88,700.32	14,358.72	858.83	S/15,217.55
43	74,221.94	14,478.38	739.17	S/15,217.55
44	59,622.90	14,599.03	618.52	S/15,217.55
45	44,902.21	14,720.69	496.86	S/15,217.55
46	30,058.84	14,843.36	374.19	S/15,217.55
47	15,091.79	14,967.06	250.49	S/15,217.55
48	0.00	15,091.79	125.76	S/15,217.55
				<b>S/730,442.40</b>

Elaboración Propia.

**Tabla 41***Detalles del préstamo con el BBVA*

<b>Financiamiento BBVA</b>	
Deuda	S/ 600,000.00
Tasa	10.00%
Periodos	48
Total interes (4 años)	S/ 130,442.40
Cuota mensual	S/ 15,217.55
Cuota anual	S/ 182,610.60
<b>Total</b>	<b>S/ 730,442.40</b>

Elaboración Propia.

Las cuotas mensuales suman S/ 15,217.55, la empresa ha conseguido una tasa de interés baja 10%, gracias a su buen historial crediticio con la entidad bancaria y también a las propiedades que tiene en garantía para poder obtener los S/ 600,000.00, más intereses S/ 130,442.40, que se cancelarán en el transcurso de 48 meses (4 años).

#### **6.4. Flujo de caja.**

El Flujo de Caja nos permitirá determinar el nivel de liquidez de la empresa al momento de evaluar esta condición financiera. Está previsto que el Flujo de Caja en el plan de negocio pueda evaluar la viabilidad y solvencia financiera de LOS CAFETOS S.A.C, durante los próximos cinco años.

El flujo de efectivo se ha proyectado en tres escenarios diferentes: moderado, pesimista y optimista, como se indica en las Tablas 41, 42 y 43. Esto se debe a que el negocio depende de las evaluaciones de los precios del café realizadas en la Bolsa de Valores de Nueva York y los cambios en el consumo mundial del café.

### 6.4.1. Flujo de caja moderado.

Se ha proyectado, de acuerdo a los ingresos que se generaran con las ventas futuras con un precio de \$ 234.05 dólares por quintal más \$20 dólares sobre bolsa para el café certificado y \$120 dólares sobre bolsa para el café especial.

**Tabla 42**

*Flujo de caja moderado*

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		<b>S/ 2,776,456.16</b>	<b>S/ 2,973,584.54</b>	<b>S/ 3,184,709.05</b>	<b>S/ 3,410,823.39</b>	<b>S/ 3,788,925.50</b>
Ventas		S/ 2,695,588.50	S/ 2,886,975.28	S/ 3,091,950.53	S/ 3,311,479.02	S/ 3,546,594.03
Drawback (3%)		S/ 80,867.66	S/ 86,609.26	S/ 92,758.52	S/ 99,344.37	S/ 106,397.82
Valor Residual						S/ 135,933.65
<b>EGRESOS</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>	<b>S/ 2,122,139.04</b>	<b>S/ 2,283,992.00</b>	<b>S/ 2,459,575.77</b>	<b>S/ 2,649,852.41</b>	<b>S/ 2,874,386.22</b>
<b>Inversión Inicial</b>	S/ 1,230,159.19					
Activo Fijo Tangible	S/ 570,461.30					
Activo Fijo Intangible	S/ 18,928.80					
Capital de Trabajo	S/ 619,017.75					
(Imprevistos-caja chica 1.8%)	S/ 21,751.34					
Costos de producción		S/ 1,869,972.00	S/ 2,024,886.20	S/ 2,193,420.24	S/ 2,376,362.45	S/ 2,575,134.43
Gastos de exportación		S/ 60,300.90	S/ 63,320.17	S/ 66,420.90	S/ 69,773.39	S/ 73,285.75
Gastos Operativos		S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00
Impuesto a la Renta (10%)		S/ 50,446.14	S/ 54,365.63	S/ 58,314.63	S/ 62,296.57	S/ 84,546.04
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>	<b>S/ 654,317.12</b>	<b>S/ 689,592.54</b>	<b>S/ 725,133.28</b>	<b>S/ 760,970.98</b>	<b>S/ 914,539.28</b>
Préstamo	S/ 600,000.00					
Devolución		S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 0.00
Amortización		S/ 128,389.32	S/ 141,833.36	S/ 156,685.17	S/ 173,092.15	S/ 0.00
Intereses		S/ 54,221.28	S/ 40,777.24	S/ 25,925.43	S/ 9,518.45	S/ 0.00
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 630,159.19</b>	<b>S/ 600,095.84</b>	<b>S/ 648,815.30</b>	<b>S/ 699,207.85</b>	<b>S/ 751,452.53</b>	<b>S/ 914,539.28</b>
<b>EGRESOS FINANCIEROS</b>		<b>S/ 2,304,749.64</b>	<b>S/ 2,466,602.60</b>	<b>S/ 2,642,186.37</b>	<b>S/ 2,832,463.01</b>	<b>S/ 2,874,386.22</b>

Elaboración Propia.

## 6.4.2. Flujo de caja pesimista

Se ha proyectado ante un escenario difícil en los mercados internacionales, con caídas del precio en la Bolsa de Nueva York, donde los compradores solo pagarían el precio de bolsa \$234.05 de las ventas del cierre, para el café certificado, sin dar ningún adicional sobre bolsa, y \$10 dólares sobre bolsa, para el café especial.

**Tabla 43**

### *Flujo de caja pesimista*

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		<b>S/ 2,292,931.41</b>	<b>S/ 2,455,729.54</b>	<b>S/ 2,630,086.34</b>	<b>S/ 2,816,822.46</b>	<b>S/ 3,152,750.51</b>
Ventas		S/ 2,226,147.00	S/ 2,384,203.44	S/ 2,553,481.88	S/ 2,734,779.09	S/ 2,928,948.41
Drawback (3%)		S/ 66,784.41	S/ 71,526.10	S/ 76,604.46	S/ 82,043.37	S/ 87,868.45
Valor Residual						S/ 135,933.65
<b>EGRESOS</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>	<b>S/ 2,073,788.27</b>	<b>S/ 2,232,208.32</b>	<b>S/ 2,404,115.45</b>	<b>S/ 2,590,454.41</b>	<b>S/ 2,810,770.96</b>
<b>Inversión Inicial</b>	S/ 1,230,159.19					
Activo Fijo Tangible	S/ 570,461.30					
Activo Fijo Intangible	S/ 18,928.80					
Capital de Trabajo	S/ 619,017.75					
(Imprevistos-caja chica 2%)	S/ 21,751.34					
Costos de producción		S/ 1,869,972.00	S/ 2,024,886.20	S/ 2,193,420.24	S/ 2,376,362.45	S/ 2,575,134.43
Gastos de exportación		S/ 60,300.90	S/ 63,320.17	S/ 66,420.90	S/ 69,773.39	S/ 73,285.75
Gastos Operativos		S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00
Impuesto a la Renta (10%)		S/ 2,095.37	S/ 2,581.95	S/ 2,854.31	S/ 2,898.57	S/ 20,930.78
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>	<b>S/ 219,143.14</b>	<b>S/ 223,521.22</b>	<b>S/ 225,970.89</b>	<b>S/ 226,368.05</b>	<b>S/ 341,979.55</b>
Préstamo	S/ 600,000.00					
Devolución		S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 0.00
Amortización		S/ 128,389.32	S/ 141,833.36	S/ 156,685.17	S/ 173,092.15	S/ 0.00
Intereses		S/ 54,221.28	S/ 40,777.24	S/ 25,925.43	S/ 9,518.45	S/ 0.00
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 630,159.19</b>	<b>S/ 164,921.86</b>	<b>S/ 182,743.98</b>	<b>S/ 200,045.46</b>	<b>S/ 216,849.60</b>	<b>S/ 341,979.55</b>
<b>EGRESOS FINANCIEROS</b>		<b>S/ 2,256,398.87</b>	<b>S/ 2,414,818.92</b>	<b>S/ 2,586,726.05</b>	<b>S/ 2,773,065.01</b>	<b>S/ 2,810,770.96</b>

Elaboración Propia.

### 6.4.3 Flujo de caja optimista

Se ha proyectado ante un escenario de alta demanda de café, donde habría precios muy altos, la empresa vendería el café certificado a \$234.05 el quintal más \$40 dólares sobre bolsa y en \$150 dólares sobre bolsa para el café especial.

**Tabla 44**

*Flujo de caja optimista*

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		<b>S/ 3,001,996.80</b>	<b>S/ 3,215,138.57</b>	<b>S/ 3,443,413.41</b>	<b>S/ 3,687,895.76</b>	<b>S/ 4,085,670.02</b>
Ventas		S/ 2,914,560.00	S/ 3,121,493.76	S/ 3,343,119.82	S/ 3,580,481.32	S/ 3,834,695.50
Drawback (3%)		S/ 87,436.80	S/ 93,644.81	S/ 100,293.59	S/ 107,414.44	S/ 115,040.87
Valor Residual						S/ 135,933.65
<b>EGRESOS</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>	<b>S/ 2,144,430.79</b>	<b>S/ 2,307,866.59</b>	<b>S/ 2,485,145.46</b>	<b>S/ 2,677,237.54</b>	<b>S/ 2,893,715.70</b>
<b>Inversión Inicial</b>	S/ 1,230,159.19					
Activo Fijo Tangible	S/ 570,461.30					
Activo Fijo Intangible	S/ 18,928.80					
Capital de Trabajo	S/ 619,017.75					
(Inprevistos-caja chica 2%)	S/ 21,751.34					
Costos de producción		S/ 1,869,972.00	S/ 2,024,886.20	S/ 2,193,420.24	S/ 2,376,362.45	S/ 2,575,134.43
Gastos de exportación		S/ 60,300.90	S/ 63,320.17	S/ 66,420.90	S/ 69,773.39	S/ 73,285.75
Gastos Operativos		S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00
Impuesto a la Renta (10%)		S/ 72,737.89	S/ 78,240.22	S/ 83,884.32	S/ 89,681.70	S/ 103,875.52
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>S/ 1,230,159.19</b>	<b>S/ 857,566.01</b>	<b>S/ 907,271.98</b>	<b>S/ 958,267.95</b>	<b>S/ 1,010,658.22</b>	<b>S/ 1,191,954.32</b>
Préstamo	S/ 600,000.00					
Devolución		S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 0.00
Amortización		S/ 128,389.32	S/ 141,833.36	S/ 156,685.17	S/ 173,092.15	S/ 0.00
Intereses		S/ 54,221.28	S/ 40,777.24	S/ 25,925.43	S/ 9,518.45	S/ 0.00
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/ 630,159.19</b>	<b>S/ 803,344.73</b>	<b>S/ 866,494.74</b>	<b>S/ 932,342.52</b>	<b>S/ 1,001,139.77</b>	<b>S/ 1,191,954.32</b>
<b>EGRESOS FINANCIEROS</b>		<b>S/ 2,327,041.39</b>	<b>S/ 2,490,477.19</b>	<b>S/ 2,667,756.06</b>	<b>S/ 2,859,848.14</b>	<b>S/ 2,893,715.70</b>

Elaboración Propia.

## 6.5. Evaluación económica y financiera.

### 6.5.1. Punto de equilibrio

Tabla 45

Punto de equilibrio

COSTOS TOTALES							
<b>COSTOS FIJOS</b>			<b>Precio U. X kg</b>	<b>Cantidad kg</b>	<b>S/</b>	<b>341,721.89</b>	
Gastos de Operación					S/	141,420.00	
Gastos de depreciación y amortización					S/	17,691.29	
Gastos financieros					S/	182,610.60	
<b>COSTOS VARIABLES</b>					<b>S/</b>	<b>1,930,272.90</b>	
Costos de Producción	Café Certificado	75,900	S/ 14.50	75,900	S/	1,100,550.00	
	Café Especial	37,950	S/ 18.00	37,950	S/	683,100.00	
	sacos de yute (69kg)				S/	4,950.00	
	Mano de Obra Directa				S/	38,446.00	
	CIF				S/	42,926.00	
Gastos de Exportación					S/	60,300.90	
<b>TOTAL</b>					<b>S/</b>	<b>2,271,994.79</b>	
PRECIO DE PUNTO DE EQUILIBRIO							
<b>Costo Total</b>	Café Certificado (61.70%)	S/	1,401,820.79	<b>S/ 18.47</b>	×	75,900	<b>S/ 1,401,820.79</b>
<b>Produccion Proyectada</b>	Cantidad	(kg)	75,900				
<b>Costo Total</b>	Café Especial (38.30%)	S/	870,174.00	<b>S/ 22.93</b>	×	37,950	<b>S/ 870,174.00</b>
<b>Produccion Proyectada</b>	Cantidad	(kg)	37,950				

Elaboración propia.

En la tabla 45 se ha encontrado el punto de equilibrio en el precio de ventas, la empresa tiene un total de egresos de S/ 2,271,994.79, para poder alcanzar el punto de equilibrio monetario, se tendría que vender el café certificado a S/18.47 el kg y el café especial a S/22.93 el kg tal como se detalla en la tabla anterior.

### 6.5.2. VAN y TIR económico y financiero, B/C costo beneficio

**Tabla 46**

*Evaluación financiera*

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>						
	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja económico	-S/ 1,230,159.19	S/ 654,317.12	S/ 689,592.54	S/ 725,133.28	S/ 760,970.98	S/ 914,539.28
Flujo de caja financiero	-S/ 1,230,159.19	S/ 600,095.84	S/ 648,815.30	S/ 699,207.85	S/ 751,452.53	S/ 914,539.28
<b>VAN ECONÓMICO</b>	<b>S/ 1,566,999.47</b>				<b>VAN FINANCIERO</b>	<b>S/ 1,458,027.81</b>
<b>TIR ECONÓMICO</b>	<b>50%</b>				<b>TIR FINANCIERO</b>	<b>47%</b>
<b>COSTO BENEFICIO ECONOMICO</b>			<b>COSTO BENEFICIO FINANCIERO</b>			
VAN Económico	S/ 1,566,999.47				VAN Financiero	S/ 1,458,027.81
ABS	S/ 1,230,159.19				ABS	S/ 1,230,159.19
Inversión Inicial	-S/ 1,230,159.19				Inversión Inicial	-S/ 1,230,159.19
<b>B/C</b>	<b>S/ 2.27</b>				<b>B/C</b>	<b>S/ 2.19</b>

Elaboración Propia.

El VAN y TIR económico y financiero (tabla 46), de acuerdo a la evaluación financiera en el periodo de 5 años son positivos, por lo que el proyecto es rentable, el análisis del B/C costo beneficio económico y financiero nos da un margen superior a S/1, por lo que se puede deducir es que en el B/C costo beneficio económico por cada S/1 invertido por la empresa se obtendrá un valor de 2.27 de ganancia y en el B/C costo beneficio financiero por cada S/1 invertido nos da un valor de S/ 2.19 de ganancia.

### 6.5.3. Sensibilidad del proyecto LOS CAFETOS S.A.C

**Tabla 47**

*Sensibilidad del proyecto de comercialización de café certificado y especial*

<b>Tipo de Café</b>	<b>Variables</b>	<b>Pesimista</b>	<b>Moderado</b>	<b>Optimista</b>
<b>Café Certificado</b>	Precio kg	S/ 19.28	S/ 20.93	S/ 22.58
	Costo	S/ 18.47	S/ 18.47	S/ 18.47
<b>Café Especial</b>	Precio kg	S/ 22.99	S/ 29.17	S/ 31.64
	Costo	S/ 22.93	S/ 22.93	S/ 22.93

Elaboración Propia.

El mercado del café a nivel mundial ha venido experimentando un crecimiento sostenido en los últimos 15 años, pero se ha planteado tres escenarios, que podrían presentarse, ya que el negocio del café se rige por los movimientos de la Bolsa de Nueva York, donde se puede ver movimientos diarios y permanentes de los precios del café que se cotizan en la misma, la empresa LOS CAFETOS S.A.C, no es ajena a esta realidad y se ha planteado un escenario del mercado moderado, para proyectar sus ventas futuras de café certificado y especial, con el precio en bolsa de \$ 234.05 el quintal más \$ 20



sobre bolsa para el café certificado, que nos da el equivalente de ventas en soles de S/ 20.93 el kg para el café certificado y el café especial de \$234.05 el quintal más \$120 sobre bolsa, con un equivalente en soles de S/ 29.17 el kg para café especial.

En un escenario pesimista la empresa habría cerrado sus ventas con \$234.05 el quintal, pero el comprador dada la fuerte caída posterior de la bolsa de Nueva York y una contracción de los mercados, no aceptaría pagar precios sobre bolsa para el café certificado, vendiéndolo a precio de \$234 dólares el quintal, con su equivalente de ventas en soles de S/19.28 el kg para el café certificado, y el café especial, que es un producto muy cotizado y exclusivo solo recibiría \$234.05 el quintal, más \$10 sobre bolsa con un equivalente de S/ 22.99 el kg para el café especial, condicionando a la empresa a tener que vender a ese precio, para no quedarse con la materia prima estancada y sin poder colocarla en otros mercados dada la realidad que se estaría presentando a nivel mundial.

En un escenario optimista las ventas tendrían records históricos para la empresa, ya que la demanda de café se incrementaría a nivel mundial y los compradores podrían pagar topes de \$234.05 más \$40 dólares sobre bolsa para el café certificado, con un equivalente de precio de ventas en soles de S/ 22.58 el kg para el café certificado y para el café especial \$234 más \$150 el quintal con un equivalente de precio de ventas en soles de S/ 31.64 el Kg. para el café especial, estos records ya se vivieron anteriormente como en el año 2011.

**Tabla 48***Evaluación financiera en tres escenarios*

Escenario	VAN		TIR		B/C	
	Económico	Financiero	Económico	Financiero	Económico	Financiero
<b>Pesimista</b>	<b>-S/ 309,479.78</b>	<b>-S/ 418,448.71</b>	0%	<b>-3%</b>	S/ 0.75	S/ 0.66
<b>Moderado</b>	S/ 1,566,999.47	S/ 1,458,027.81	50%	47%	S/ 2.27	S/ 2.19
<b>Optimista</b>	S/ 2,449,621.74	S/ 2,340,650.08	69%	66%	S/ 2.99	S/ 2.90

Elaboración Propia.

**6.6. Estados financieros proyectados.**

Se ha proyectado los estados de resultado a 5 años, la empresa LOS CAFETOS S.A.C, repartirá utilidades entre sus proveedores de café certificado \$10 dólares por cada quintal vendido a la empresa ya que se tiene la certificación Fairtrade-Comercio Justo y USDA-Organic, ya que los proveedores en su producción aplican las **Buenas Prácticas** agrícolas, la empresa desde el inicio de sus operaciones comerciales plantea un ideal de crecimiento juntamente con sus proveedores y al cerrar sus ventas de café certificado a \$20 dólares sobre bolsa, podrá repartir las utilidades ya que recibe del proveedor el café certificado en pergamino con cascara, con 55.2 kg el quintal, sumando los costos de maquila y proceso, igual obtendrá márgenes de ganancia, esta información tiene que darla al proveedor para que se mantengan las relaciones comerciales **proveedor-empresa** claras y transparentes, en cuanto al café especial, es un café que al momento de comprarle al productor se le paga un alto precio por el producto, el cual se puede incrementar acorde a los precios que ofrezca el mercado cafetalero.

**Tabla 49**

*Estado de resultados*

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ventas</b>	S/ 2,695,588.50	S/ 2,886,975.28	S/ 3,091,950.53	S/ 3,311,479.02	S/ 3,546,594.03
<b>Costo de ventas</b>	S/ 1,930,272.90	S/ 2,088,206.37	S/ 2,259,841.14	S/ 2,446,135.84	S/ 2,648,420.18
Costos de producción	S/ 1,869,972.00	S/ 2,024,886.20	S/ 2,193,420.24	S/ 2,376,362.45	S/ 2,575,134.43
Gastos de exportación	S/ 60,300.90	S/ 63,320.17	S/ 66,420.90	S/ 69,773.39	S/ 73,285.75
<b>Utilidad bruta</b>	<b>S/ 765,315.60</b>	<b>S/ 798,768.91</b>	<b>S/ 832,109.39</b>	<b>S/ 865,343.18</b>	<b>S/ 898,173.85</b>
Gastos Operativos	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00	S/ 141,420.00
Gastos de Depreciación y Amortización	S/ 17,691.29	S/ 17,691.29	S/ 17,691.00	S/ 17,691.29	S/ 17,691.29
<b>Utilidad operativa</b>	<b>S/ 606,204.31</b>	<b>S/ 639,657.62</b>	<b>S/ 672,998.39</b>	<b>S/ 706,231.89</b>	<b>S/ 739,062.56</b>
Gastos financieros	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 182,610.60	S/ 0.00
<b>Otros ingresos</b>	<b>S/ 80,867.66</b>	<b>S/ 86,609.26</b>	<b>S/ 92,758.52</b>	<b>S/ 99,344.37</b>	<b>S/ 106,397.82</b>
Drawback (3%)	S/ 80,867.66	S/ 86,609.26	S/ 92,758.52	S/ 99,344.37	S/ 106,397.82
<b>Otros Egresos</b>	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>S/ 504,461.37</b>	<b>S/ 543,656.28</b>	<b>S/ 583,146.31</b>	<b>S/ 622,965.66</b>	<b>S/ 845,460.38</b>
Impuesto a la Renta (10%)	S/ 50,446.14	S/ 54,365.63	S/ 58,314.63	S/ 62,296.57	S/ 84,546.04
<b>Utilidad neta antes de distribución de utilidades</b>	<b>S/ 454,015.23</b>	<b>S/ 489,290.65</b>	<b>S/ 524,831.68</b>	<b>S/ 560,669.09</b>	<b>S/ 760,914.34</b>
Distribución de utilidades	S/ 62,535.00	S/ 67,914.00	S/ 73,674.77	S/ 80,223.65	S/ 87,243.03
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/ 391,480.23</b>	<b>S/ 421,376.65</b>	<b>S/ 451,156.91</b>	<b>S/ 480,445.44</b>	<b>S/ 673,671.31</b>

Elaboración Propia.

## **VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones.**

1. La empresa LOS CAFETOS S.A.C, realizara un giro en la comercialización de café, tiene la experiencia en la comercialización de grandes lotes de café pergamino convencional, pero ahora en el reinicio de sus actividades comerciales se dedicara exclusivamente al café certificado y especial, no solo buscara el lucro y crecimiento como empresa, si no que juntamente con sus proveedores tiene que encaminarse en el proyecto de generar bienestar económico y social en su entorno y las comunidades productoras de estos cafés, la ubicación estratégica de la empresa en la ciudad de Jaén, en la ceja de selva cajamarquina, siendo la provincia más pujante y de mayor crecimiento económico de la región en los últimos años por su excelente y alta producción de café, la empresa tiene que basar sus actividades en la calidad que se ofrece a los clientes y proveedores, el

respeto y compromiso por el medio ambiente para ayudar a mitigar el cambio climático, la empresa actuando con transparencia, veracidad y asumiendo los riesgos comerciales del negocio de café certificado y especial, con planificación y proyección podría cumplir sus objetivos en un mediano plazo de ser un modelo de empresa, generando rentabilidad y progreso, con respeto y cuidado por el ambiente.

2. El microentorno de la empresa LOS CAFETOS S.A C, es positivamente optimo en cuando a la ubicación de la empresa, ya que sus instalaciones estarán ubicadas en la vía de acceso a la ciudad del 80% de sus proveedores y el 20% restante tendrán un acceso rápido por su excelente ubicación, la competencia tiene la mayoría de sus instalaciones en el radio cercano, y eso se puede aprovechar estratégicamente, para que tanto los nuevos clientes como proveedores la puedan ubicar. El negocio de café en la provincia de Jaén esta exonerado de IGV, el Impuesto a la Renta es del 10%, gracias a la Ley de La Amazonia, la empresa tendrá la libertad de competir y ofrecer todo su talento y voluntad, para poder sobresalir en un microentorno, donde varias empresas privadas realizan sus actividades de comercializar café certificado y especial, las instalaciones de la empresa al tener un regular tamaño, podrán recibir cómodamente los vehículos con el café que harán llegar los proveedores, y con facilidad para ingresar al interior de las mismas con seguridad y tranquilidad, sabiendo que vivimos mucha inseguridad ciudadana por el crecimiento de la delincuencia, obliga a todos a tomar medidas anticipadas y preventivas, siendo conscientes que somos un país

sísmico, la empresa cuenta con zonas con las señalizaciones de seguridad y zonas seguras, respetando y aplicando los protocolos de bioseguridad necesarios ya que enfrentamos una pandemia antes desconocida.

Poder definir como la empresa puede desenvolverse de la mejor manera en un macroentorno como el que se tiene actualmente, podría ser complejo, pero se puede buscar aprovechar de las oportunidades que se generen, hoy en día el mundo experimenta cambios rápidos y constantes, ya que todo está interconectado gracias a la globalización, hay factores impredecibles que podrían presentarse y afectar las proyecciones de crecimiento de la empresa como cambios políticos, guerras, pandemias, cambio climático, etc.

3. La oferta de producción y comercialización de café certificado y especial, no será abundante en el primer año de operaciones de la empresa, pero si será necesario tener un capital promedio para operar como una pequeña empresa superando las 350 UIT, de costos anuales de la materia prima ya que esta experimenta en los últimos años precios altos, en este año 2022, cada kg de café adquirido al proveedor está superando los S/ 10, el control de calidad tiene que ser riguroso y es muy sensible para la empresa, dado que ello depende la calidad en taza del producto, que garantice las ventas futuras. La oferta de cafés certificados en la provincia es amplia, ya que muchas asociaciones y cooperativas cuentan con las certificaciones respectivas, pero lo que no han logrado es tener clientes fijos y firmes quien les compren el producto en el extranjero, es por todo ello que los

CAFETOS S.A.C aplicando estructuradamente un plan de marketing y fortaleciéndolo, puede conseguir esos clientes en el exterior y lograr posicionarse en el mercado cafetalero regional.

La demanda de cafés certificados y especiales crece y ha venido experimentando crecimientos constantes en los últimos años, de acuerdo a los últimos reportes encontrados en la elaboración de este proyecto, este año 2022, habrá escases en las ofertas de café de grandes productores como Brasil, Vietnam, Etiopía y países centroamericanos, por lo que habrá una demanda del grano no cubierta, es una coyuntura que puede ser aprovechada por LOS CAFETOS S.A.C, los Coffees shops, cafeterías y otras tiendas del rubro de café en Europa, Canadá y Australia, demandan cada día de cafés de alta calidad, la escases de ofertas podría incrementar los precios de café, pero eso difícilmente afecte el consumo, ya que el café no es un producto de primera necesidad, sino que es producto consumido por clientes con un buen promedio de poder adquisitivo. El reto que tienen las empresas del Perú y entre las se encuentra LOS CAFETOS S.A.C, es posicionar al Perú como un referente **Top of mind** de cafés de origen y especiales, algo que todavía no sucede de acuerdo a estudios realizados por la prestigiosa empresa británica de estudios de mercado Future Brands.

4. El mercado de cafés certificados y especiales viene experimentando un constante crecimiento en los últimos años, la empresa tiene que ofrecer un café de alta calidad y que sea producido aplicando **Buenas Prácticas** agrícolas en su cultivo,

tiene que tener una taza limpia superior a 80 puntos y un rendimiento sobre el 70%, para poder acceder a estos exigentes mercados, que están dispuestos a pagar más, siempre y cuando el producto que se les ofrezca cumpla con las expectativas de calidad y excelencia. LOS CAFETOS S.A.C al ser miembro de la Sociedad Americana de Cafés Especiales y contar capital humano como voluntario de esta entidad, tendrá que invertir tiempo y dinero en este voluntariado que en un principio quizás no se note beneficios, pero que en un mediano plazo se podrá lograr grandes resultados. La empresa al contar con la marca Perú, marca sectorial para cafés especiales promovida y desarrollada por Promperú, podrá participar de cada evento que esta entidad del estado realice, y será un gran respaldo para poder posicionar la marca de la empresa en el mercado.

5. La empresa LOS CAFETOS S.A.C, en su reinicio de actividades lo hará como una pequeña empresa ya que supera las 150 UITs en ventas anuales y contara con 7 trabajadores, los que se les pagara todos los beneficios sociales y laborales que demanda estar constituida como una pequeña empresa, también tendrá que realizar adquisiciones de equipos y materiales y otros enseres para desarrollar sus actividades de forma óptima; la empresa cuenta con instalaciones amplias un área de terreno de 4,560 mts<sup>2</sup>, lo que le facilitaría ampliar y construir más áreas de operaciones para poder desarrollarlas y no depender de terceros en el proceso de pila del café para su exportación, el estar ubicados en la zona industrial de la ciudad y más de 5 km de la zona urbana, le da las condiciones necesarias en proyectarse a adquirir e instalar maquinaria para pilar café pergamino, así como



también secadoras de café y espacios donde el proveedor pueda realizar el secado de su producción, gracias al clima cálido de la zona, donde están ubicadas las instalaciones. El compromiso y respeto por el medio ambiente que refleja LOS CAFETOS S.A.C al promover y desarrollar proyectos de cuidado de especies forestales en peligro como el romerillo, le dan la credibilidad necesaria para poder obtener las certificaciones necesarias de cafés sostenibles y cultivados con **Buenas Prácticas.**

6. La empresa tiene como parte de sus bienes tangibles, el área del terreno de sus instalaciones, que le dan el respaldo para seguir creciendo y obtener más créditos a futuro para ampliar sus inversiones, la empresa al operar en un mercado de un producto como el café que cotiza sus precios en la bolsa de Nueva York, donde la rentabilidad puede ser jugosa y rentable, también estará bajo el riesgo de enfrentar caídas en los mercados y podría enfrentar momentos de recesión y pérdidas, es por ello que en todo el análisis financiero se ha planteado tres escenarios económicos distintos, un escenario moderado, escenario pesimista y escenario optimista, pero dada la coyuntura del mercado cafetalero de los últimos años que experimenta un constante crecimiento, al verificar la evaluación financiera se concluye que el proyecto de comercialización de café certificado y especial de LOS CAFETOS S.A.C es un negocio rentable.

## 7.2. Recomendaciones.

1. La empresa LOS CAFETOS S.A.C, al contar con un área amplia donde están sus instalaciones, y contar con las certificaciones necesarias como empresa podría invertir en maquinaria que procese cafés especiales y certificados y también secadoras de café ya que el clima en las zonas altas de la región donde se produce el café, experimenta muchas lluvias en los meses de enero a julio de cada año y brindar este servicio a otras empresas, cooperativas, para poder tener otros ingresos que le den más crecimiento económico.
2. El mercado de cafés certificados y especiales viene experimentando un constante crecimiento en los últimos años, la empresa tiene que ofrecer un café de alta calidad y que sea producido aplicando **Buenas Prácticas** agrícolas en su cultivo, el café tiene que tener una taza limpia superior a 80 puntos y un rendimiento sobre el 70%, para poder acceder a estos exigentes mercados, que están dispuestos a pagar más, siempre y cuando el producto que se les ofrezca cumpla con las expectativas de calidad y excelencia.
3. La empresa tendrá que encaminar todos sus esfuerzos y el voluntariado de su capital humano para poder aprovechar las oportunidades de relaciones comerciales y de intercambio que se puedan dar en las ferias y distintos eventos del café, para poder realizar colocaciones futuras del producto en nuevos y emergentes mercados que demandan de estos tipos de café, las actividades

realizadas por Promperú a nivel nacional e internacional, son un trampolín para la empresa es por ello que tiene que tramitar y obtener la marca sectorial **Perú** para cafés promovida por Promperú, también el uso de páginas web y redes sociales dedicadas al negocio de cafés certificados y especiales tienen que ser muy bien aprovechadas por la empresa, para ampliar su mercado.

4. Para tener las condiciones necesarias para competir de alto valor, LOS CAFETOS S.A.C, tiene que lograr credibilidad con sus clientes, ser auténticos son pilares de diferenciación de la empresa en una nación, donde la falta de sinceridad y credibilidad desde las más altas esferas del poder han dañado muchas veces la imagen del país, esa tiene que ser la carta de presentación de la empresa en todas las transacciones comerciales que realice a nivel nacional e internacional.
  
5. Al finalizar cada año después de evaluar los resultados financieros obtenidos, la empresa juntamente con sus proveedores tiene que reunirse para poder hacer efectiva la entrega de utilidades, así como también plantear en conjunto los proyectos futuros para mejorar y ampliar la producción de café, el productor o proveedor tiene que sentir el respaldo por parte de la empresa tanto económico como técnico, para que este mantenga su fidelidad y confianza ya que al obtener crecimiento social y económico se ampliara el número de proveedores.

### 7.3. Bibliografía.

#### Referencias.

s.f.

- 2021c. *cdn.www.gob.pe*. 13 de julio de 2021. 05 de junio de 2022.  
<<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2223207/GIP%20107.pdf.pdf>>.
- 1library.co, 2022. «1library.co.» 2004. 05 de marzo de 2022.  
<<https://1library.co/article/cafes-especiales-marco-referencia-elaboracion-plan-aseguramiento-calidad>>.
- 2009c. *www.euroinnova.pe*. 24 de noviembre de 2009. 16 de marzo de 2022.  
<<https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-tipo-de-mercado>>.
2010. *slideshare.net*. 2010. Vasquez Chacón. 02 de Mayo de 2022.  
<<https://es.slideshare.net>>.
2016. *www.scaa.org*. 2016. Specialty Coffee Association. 27 de febrero de 2022.  
<<https://www.scaa.org/?d=scaa-flavor-wheel&page=resources>>.
- 2017b. <https://worldcoffeeresearch.org/>. octubre de 2017. 27 de febrero de 2022.  
<<https://worldcoffeeresearch.org/resources/sensory-lexicon>>.
2018. *www.peru.info*. Vers. pdf. 18 de octubre de 2018. 20 de junio de 2022.  
<[https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos\\_Cafes\\_del\\_Peru.pdf](https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos_Cafes_del_Peru.pdf)>.
- . *www.puromarketing.com*. marzo de 2018. 12 de mayo de 2022.  
<<https://www.puromarketing.com/marketing>>.
2020. *camcafeperu.com.pe*. 2020. 08 de mayo de 2022.  
<<https://camcafeperu.com.pe/ES/cafe-peruano-estadisticas.php>>.
- . *gestion.pensemos.com*. 2020. 01 de marzo de 2022.  
<<https://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos>>.
2021. *Euromonitor*. Ed. 2021. s.f. 03 de Junio de 2022.  
<[https://go.euromonitor.com/event-content-HotDrinks-Tendencias\\_de\\_consumo\\_de\\_cafe.html](https://go.euromonitor.com/event-content-HotDrinks-Tendencias_de_consumo_de_cafe.html)>.

- . *www.studocu.com*. 2021. 01 de marzo de 2022. <<https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-tecnologica-de-guadalajara/inteligencia-de-mercados/elementos-de-micro-entorno-y-su-proceso-de-evaluacion/13111562>>.
- 2021a. *https://camcafeperu.com.pe/*. Ed. 4.0 Brands. Vers. ppt-p.11. junio de 2021. Luis F. Samper. 25 de marzo de 2022. <[https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24 Luis F.Samper.pdf](https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24%20Luis%20F.Samper.pdf)>.
- . *www.veritradecorp.com*. Octubre de 2021a. 20 de marzo de 2022. <<https://www.veritradecorp.com/es/paises/PER#paises>>.
- 2021b. *https://camcafeperu.com.pe/*. Ed. 4.0 Brands. Vers. ppt-p.12. junio de 2021. Luis F. Samper. 02 de abril de 2022. <[https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24 Luis F.Samper.pdf](https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24%20Luis%20F.Samper.pdf)>.
- . *www.veritradecorp.com*. octubre de 2021b. 22 de marzo de 2022. <<https://www.veritradecorp.com/es/paises/PER#paises>>.
- 2021c. *https://camcafeperu.com.pe/*. Ed. 4.0 Brands. Vers. ppt-p.18. junio de 2021. Luis F. Samper. 07 de abril de 2022. <[https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24 Luis F.Samper.pdf](https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24%20Luis%20F.Samper.pdf)>.
- . *https://sca.coffee/availableresearch/*. 2021c. Specialty Coffee Association. 22 de abril de 2022. <[https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5be5a2afc2241b9c71eee932/1541776049315/Part1\\_Coffee-Report-2018-UK-final-no-bleed.pdf](https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5be5a2afc2241b9c71eee932/1541776049315/Part1_Coffee-Report-2018-UK-final-no-bleed.pdf)>.
- . *www.veritradecorp.com*. octubre de 2021c. 24 de marzo de 2022. <<https://www.veritradecorp.com/es/paises/PER#paises>>.
- 2021d. *https://camcafeperu.com.pe/*. Ed. Brands 4.0. Vers. ppt-p.21. junio de 2021. Luis F. Samper. 15 de abril de 2022. <[https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24 Luis F.Samper.pdf](https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24%20Luis%20F.Samper.pdf)>.
- . *https://sca.coffee/availableresearch/*. 2021d. Specialty Coffee Association. 23 de abril de 2022.

- <<https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5bcf314a24a69482bb97f658/1540305233133/2018+Square+Canada+Coffee+Report.pdf>>.
- . *www.veritradecorp.com*. octubre de 2021d. 29 de marzo de 2022. <<https://www.veritradecorp.com/es/paises/PER#paises>>.
- 2021e. *https://camcafeperu.com.pe/*. Ed. Brands 4.0. Vers. ppt-p.23. junio de 2021. Luis F. Samper. 02 de Mayo de 2022. <[https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24 Luis F.Samper.pdf](https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24%20Luis%20F.Samper.pdf)>.
- . *https://sca.coffee/availableresearch/*. 2021e. Specialty Coffee Association. 24 de abril de 2022. <<https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5bcf314a24a69482bb97f658/1540305233133/2018+Square+Canada+Coffee+Report.pdf>>.
- . *www.veritradecorp.com*. octubre de 2021e. 31 de marzo de 2022. <<https://www.veritradecorp.com/es/paises/PER#paises>>.
- 2021f. *https://camcafeperu.com.pe/*. Vers. ppt-p.50. junio de 2021. 06 de mayo de 2022. <[https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24 Luis F.Samper.pdf](https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/2021-06-24%20Luis%20F.Samper.pdf)>.
- . *https://sca.coffee/availableresearch/*. 2021f. Specialty Coffee Association. 25 de abril de 2022. <[https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5c17a3454fa51ae704e301a8/1545052999907/SquareAU\\_Coffee\\_Report.pdf](https://static1.squarespace.com/static/584f6bbef5e23149e5522201/t/5c17a3454fa51ae704e301a8/1545052999907/SquareAU_Coffee_Report.pdf)>.
- 2021g. *https://sca.coffee/*. 2021. Specialty Coffee Association. 07 de mayo de 2022. <<https://sca.coffee/volunteer>>.
- 2021h. *https://sca.coffee/*. 2021. Specialty Coffee Association. 08 de mayo de 2022. <<https://sca.coffee/volunteer>>.
2022. *Beneficios laborales de las micro y pequeñas empresas inscritas en remype*. 2022. 17 de julio de 2022. <<https://lacamara.pe/conoce-los-beneficios-laborales-de-las-micro-y-pequenas-empresas-inscritas-en-remype/?print=print>>.
- . *Google Earth*. s.f. 14 de Mayo de 2022. <<https://www.google.com>>.
- . *www.hotmail.com*. 16 de mayo de 2022. 16 de mayo de 2022. <[www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)>.

- . *www.sucden.com*. julio de 2022. 29 de julio de 2022.  
<<https://www.sucden.com/es/products-and-services/coffee/process-flowchart/>>.
- 2022a. *Falconcoffees*. 2020. 02 de abril de 2022. <<https://www.falconcoffees.com>>.
- . *https://sca.coffee/*. 01 de mayo de 2022. Specialty Coffee Association. 10 de mayo de 2022. <<https://sca.coffee/events>>.
- . *quotes.ino.com*. junio de 2022a. 09 de junio de 2022.  
<[https://quotes.ino.com/charting/advanced/?s=ICE\\_@KC.K22](https://quotes.ino.com/charting/advanced/?s=ICE_@KC.K22)>.
- . *www.google.com/maps/*. 2022a. 21 de Abril de 2022.  
<<https://www.google.com/maps/>>.
- . *www.universidadperu.com*. 2022. 21 de Marzo de 2022.  
<<https://www.universidadperu.com/empresas/>>.
- . *www.universidadperu.com*. 2022a. 23 de junio de 2022.  
<<https://www.universidadperu.com/empresas/productos-y-servicios-nor-orientado.php>>.
- 2022b. *https://sca.coffee/*. 01 de mayo de 2022. Specialty Coffee Association. 11 de mayo de 2022. <<https://sca.coffee/events>>.
- . *quotes.ino.com*. 09 de junio de 2022b. 09 de junio de 2022.  
<[https://quotes.ino.com/charting/advanced/?s=ICE\\_@KC.K22](https://quotes.ino.com/charting/advanced/?s=ICE_@KC.K22)>.
- . *www.google.com/maps*. 2022b. 23 de abril de 2022.  
<<https://www.google.com/maps/>>.
- . *www.universidadperu.com*. 2022. 20 de junio de 2022.  
<<https://www.universidadperu.com/empresas/>>.
- . *www.universidadperu.com*. 2022b. 24 de junio de 2022.  
<<https://www.universidadperu.com/empresas/finca-churupampa-peru.php>>.
- 2022c. *www.universidadperu.com*. 2022. 25 de junio de 2022.  
<<https://www.universidadperu.com/empresas/caravela-peru.php>>.
- Araz & Ozkarahan, 2007. *Redalyc*. s.f. Marzo de 2022. <<https://www.redalyc.org.com>>.
- Artículo 33 del Convenio Internacional del Café, 2001. *Leyes.com*. 2001. 02 de Abril de 2022. <<https://leyes.com>>.

- Cámara Peruana del Café y Cacao, 2017a. *camcafeperu.com.pe*. Vers. pdf-p.27. diciembre de 2017. 15 de junio de 2022. <<https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/Estudio-de-mercado-del-cafe-peruano.pdf>>.
- Cámara Peruana del Café y Cacao, 2017b. *camcafeperu.com.pe*. Vers. pdf-27. diciembre de 2017. 16 de junio de 2022. <<https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/Estudio-de-mercado-del-cafe-peruano.pdf>>.
- Ceupe.mx, 2022b. *www.ceupe.mx*. 18 de junio de 2021. 16 de abril de 2022. <<https://www.ceupe.mx/blog/analisis-del-macroentorno-de-una-empresa.html>>.
- Ceupe.mx, 2022a. *www.ceupe.mx*. 18 de junio de 2021. 15 de Abril de 2022. <<https://www.ceupe.mx/blog/analisis-del-macroentorno-de-una-empresa.html>>.
- Chiavenato, 2002. *Casa del Libro*. 2002. Casa del Libro. 02 de marzo de 2022. <<https://www.casadellibro.com>>.
- Conexión ESAN, 2016. *Conexión ESAN*. s.f. 28 de Febrero de 2022. <<https://www.esan.edu.pe>>.
- Diario el exportador, 2018. *www.diariodelexportador.com*. mayo de 2018. 19 de abril de 2022. <<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RuTxYFkjp-wJ:https://www.diariodelexportador.com/2018/05/documentos-utilizados-para-la.html&cd=15&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>>.
- Diario El Pais, 2021a. *elpais.com*. 09 de junio de 2021. 12 de Abril de 2022. <<https://elpais.com/tecnologia/2021-06-09/la-caida-global-de-miles-de-paginas-alerta-sobre-la-fragilidad-de-internet.html>>.
- Diario El Pais, 2021b. *elpais.com*. 09 de junio de 2021. 13 de abril de 2022. <<https://elpais.com/tecnologia/2021-06-09/la-caida-global-de-miles-de-paginas-alerta-sobre-la-fragilidad-de-internet.html>>.
- DS 013-2013-PRODUCE. *https://www.produce.gob.pe/*. 2017. 14 de abril de 2022. <<https://www.produce.gob.pe/index.php/elecciones-mype-2017/informacion-general>>.
- El Periódico, 2022a. *www.elperiodico.com*. 2022. Grupo Zeta. 08 de Abril de 2022. <<https://www.elperiodico.com/es/internacional/20220407/cinco-claves-crisis-politica-peruana-13491294>>.



El Periodico, 2022b. *www.elperiodico.com*. 2022. Grupo Zeta. 10 de abril de 2022. <<https://www.elperiodico.com/es/internacional/20220407/cinco-claves-crisis-politica-peruana-13491294>>.

El Peruano, 2022. «Normas Legales Actualizadas.» *El Peruano- Ley General de Sociedades* 05 de diciembre de 1997,: 1-58. 12 de abril de 2022. <<https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0004/2-ley-general-de-sociedades-1.pdf>>.

Euroinova, 2009a. <https://www.euroinova.pe>. 24 de noviembre de 2009. 14 de Marzo de 2022. <<https://www.euroinova.pe/blog/que-es-tipo-de-mercado>>.

Euroinova, 2009b. <https://euroinova.pe>. 24 de noviembre de 2009. 15 de marzo de 2022. <<https://www.euroinova.pe/blog/que-es-tipo-de-mercado>>.

Facebook/caravelacoffee, 2022. *Facebook*. 2022. 18 de Mayo de 2022. <[www.facebook.com](http://www.facebook.com)>.

Falconcoffees, 2022b. *Falconcoffees*. 2020. 02 de Abril de 2022. <<https://www.falconcoffees.com>>.

Finca Churupampa, 2020. *Finca Churupampa*. s.f. 01 de Abril de 2022. <<https://fincachurupampa.com>>.

fórumcafé, 2022. *Fórum Cultural del Café*. Marzo de 2022. 02 de Marzo de 2022. <<http://www.forumdelcafe.com>>.

Francia. «es.wikipedia.or.» 18 de febrero de 2020. 25 de julio de 2022. <[https://es.wikipedia.org/wiki/Montreuil\\_\(Sena-Saint\\_Denis\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Montreuil_(Sena-Saint_Denis))>.

Inacal, 2021a. *cdn.www.gob.pe*. 13 de julio de 2021. 01 de junio de 2022. <<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2223207/GIP%20107.pdf.pdf>>.

Inacal, 2021b. *cdn.www.gob.pe*. 13 de julio de 2021. 02 de junio de 2022. <<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2223207/GIP%20107.pdf.pdf>>.

JNC. *juntadelcafe.org.pe*. 15 de Marzo de 2022. 25 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe>>.

Junta Nacional del Café, 2019a. «juntadelcafe.org.pe.» 2019. 25 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe/cafe-especiales/>>.

Junta Nacional del Café, 2019b. *juntadelcafe.org.pe*. 2019. 26 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe/cafe-especiales/>>.

- Junta Nacional del Café, 2019c. *juntadelcafe.org.pe*. 2019. 29 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe//cafe-especiales/>>.
- Junta Nacional del Café, 2019d. *juntadelcafe.org.pe*. 2019. 31 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe//cafe-especiales/>>.
- Junta Nacional del Cafe, 2022a. *juntadelcafe.org.pe*. 15 de marzo de 2022. 26 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe/peru-y-etiopia-lideran-produccion-mundial-de-cafe-organico/>>.
- Junta Nacional del Cafe, 2022b. *juntadelcafe.org.pe*. 15 de marzo de 2022. 27 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe/peru-y-etiopia-lideran-produccion-mundial-de-cafe-organico/>>.
- Junta Nacional del Café, 2022c. *juntadelcafe.org.pe*. 15 de marzo de 2022. 28 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe/peru-y-etiopia-lideran-produccion-mundial-de-cafe-organico/>>.
- Junta Nacional del Café, 2022d. *juntadelcafe.org.pe*. 15 de marzo de 2022. 29 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe/peru-y-etiopia-lideran-produccion-mundial-de-cafe-organico/>>.
- Junta Nacional del Café, 2022e. *juntadelcafe.org.pe*. 15 de marzo de 2022. 30 de julio de 2022. <<https://juntadelcafe.org.pe/peru-y-etiopia-lideran-produccion-mundial-de-cafe-organico/>>.
- MIDAGRI. *Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego*. s.f. Mayo de 2022. <<https://www.gob.pe>>.
- Miquel, Mollá & Bigné, 2000. *www.casadellibro.com*. 2000. 01 de Marzo de 2022. <<https://www.casadellibro.com/libro-introduccion-al-marketing-madrid-2000/>>.
- Naturamedioambiental, 2015. «Valor del café en el mercado .» (2015). Marzo de 2022. <<https://www.natura.com.pe>>.
- Origin Coffee Lab, 2020. *www.origincoffeelab.com*. 2020. 30 de marzo de 2022. <<https://www.origincoffeelab.com/>>.
- Promperú, 2019b. *www.info.com*. Vers. pdf. 30 de diciembre de 2019. 20 de julio de 2022. <[https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos\\_Cafes\\_del\\_Peru.pdf](https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos_Cafes_del_Peru.pdf)>.

- Promperú, 2019c. *www.peru.info*. Vers. pdf. 30 de diciembre de 2019. 25 de julio de 2022.  
<[https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos\\_Cafes\\_del\\_Peru.pdf](https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos_Cafes_del_Peru.pdf)>.
- Promperú, 2019d. *www.peru.info*. Vers. pdf. 30 de diciembre de 2019. 27 de julio de 2022.  
<[https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos\\_Cafes\\_del\\_Peru.pdf](https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos_Cafes_del_Peru.pdf)>.
- Promperú, 2019a. *www.peru.info*. Vers. pdf. 30 de diciembre de 2019. 19 de julio de 2022.  
<[https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos\\_Cafes\\_del\\_Peru.pdf](https://peru.info/Portals/0/Licenciatario/MarcasIncorrectas/0/3/Requisitos_Cafes_del_Peru.pdf)>.
- Provias, 2003a. <http://www.proviasdes.gob.pe/>. Vers. pdf. 2003. 28 de junio de 2022.  
<[http://www.proviasdes.gob.pe/planes/cajamarca/pvpp/pvpp\\_jaen.pdf](http://www.proviasdes.gob.pe/planes/cajamarca/pvpp/pvpp_jaen.pdf)>.
- Provias, 2003b. *www.proviasdes.gob.pe*. Vers. pdf. s.f. 29 de junio de 2022.  
<[http://www.proviasdes.gob.pe/planes/cajamarca/pvpp/pvpp\\_jaen.pdf](http://www.proviasdes.gob.pe/planes/cajamarca/pvpp/pvpp_jaen.pdf)>.
- SENASA. *Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú*. 2022. febrero de 28 de 2022.  
<[www.gob.pe/senasa](http://www.gob.pe/senasa)>.
- Specialty Coffee Association. <https://sca.coffee/>. s.f. Abril de 2022. <<https://sca.coffee/>>.
- Specialty Coffee Association, 2021a. <https://sca.coffee/about>. 2021. Specialty Coffee Association. 08 de marzo de 2022. <<https://sca.coffee/about>>.
- Specialty Coffee Association, 2021b. <https://sca.coffee/>. 2021. Specialty Coffee Association. 09 de marzo de 2022. <<https://sca.coffee/research/coffee-tasters-flavor-wheel>>.
- SUNARP, 2022. «Constituye tu empresa en seis pasos.» 04 de agosto de 2018. 20 de julio de 2022.  
<<https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>>.
- Technavio, 2016. *www-technavio-com*. enero de 2016. 14 de junio de 2022.  
<[https://www-technavio-com.translate.google/report/global-general-retail-goods-and-services-office-coffee-service-market?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www-technavio-com.translate.google/report/global-general-retail-goods-and-services-office-coffee-service-market?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sc)>.

UNIB, 2019. *blogs.unib.org*. 23 de julio de 2019. 12 de marzo de 2022. <<https://blogs.unib.org/empresas/2019/07/23/la-importancia-de-la-gestion-de-proveedores/>>.

Wikipedia, 2022a. [https://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_café](https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_café). 2022. 12 de marzo de 2022. <[https://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_café](https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_café)>.

Wikipedia, 2022b. <https://es.wikipedia.org/>. 10 de octubre de 2022. 15 de octubre de 2022. <[https://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto\\_de\\_Jaén\\_\(Perú\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_de_Jaén_(Perú))>.

World Coffee Research, 2017a. <https://worldcoffeeresearch.org/>. octubre de 2017. 27 de febrero de 2022. <<https://worldcoffeeresearch.org/resources/sensory-lexicon>>.

World Coffee Research, 2021. <https://worldcoffeeresearch.org/>. 2021. 27 de febrero de 2022. <<https://worldcoffeeresearch.org/programs>>.

## 7.4. Anexos.

### Anexo 1

Gerente de LOS CAFETOS S.A.C en sus inicios de la empresa en la planta de proceso y exportación de café de la empresa Olam Agro Perú S.A.C de la ciudad de Jaén.

### Figura 1

*Gerente LOS CAFETOS S.A.C preparando envíos de café convencional*



*Nota.* Archivo LOS CAFETOS S.A.C, (2009)

## Figura 2

*Proceso de pilado y escojo del café para su exportación*



Nota. Archivo LOS CAFETOS S.A.C, (2009)

## Anexo 2

### Figura 3

*Tomando una deliciosa taza de café con proveedores de la empresa*



*Nota. Archivo LOS CAFETOS S.A.C, (2022)*

### Figura 4

*Especialista de control de calidad PreQ-Grader Sonia Mestanza Hernández*



*Nota. Sufico- Sun and Field Coffee EIRL, (2022)*

### Anexo 3

#### Figura 5

*Secado de café certificado en la zona rural de la provincial de Jaén*



*Nota. Fotografía de la Finca Ramírez-Caserío El Edén, (2022)*

#### Figura 6

*Proveedor de LOS CAFETOS S.A.C*



*Nota. Familia Adriánzen, (2022)*