

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024.

Tesis que presentan los bachilleres:

Fuentes Risco, Yanela Paola

Lizana Diaz, Karin Guisela

Para obtener el título profesional de:

LICENCIADA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor:

Dr. Adm. Zapata Sandoval, Juan

Lambayeque, Perú

09 de febrero de 2026

Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024.

Resolución de sustentación N° 101-2026-UNPRG-FACEAC-D/JAM



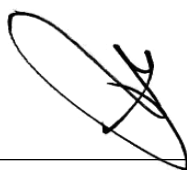
Karin Guisela Lizana Diaz

Bachiller



Yanela Paola Fuentes Risco

Bachiller

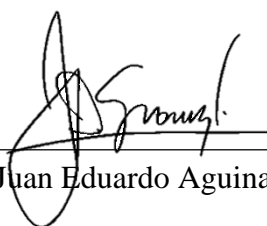


Dr. Adm. Zapata Sandoval Juan

Asesor de especialidad y metodológico

Presentada para obtener el título profesional de **LICENCIADA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Aprobado por el jurado



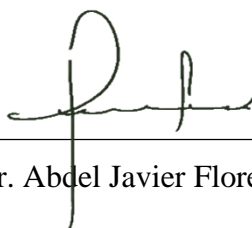
Dr. Juan Eduardo Aguinaga Moreno

Presidente



Dr. Antonio Gilberto Escajadillo Durand

Secretario



Dr. Abdel Javier Flores Olivios

Vocal

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIDAD DE INVESTIGACION



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 17:00 horas del día 09 de Febrero del 2026, se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma PRESENCIAL con la participación de los miembros del jurado nombrado con Resolución N°0128-2025-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 20 de enero de 2025, conformado por:

DR. JUAN EDUARDO AGUINAGA MORENO	Presidente
DR. ANTONIO GILBERTO ESCAJADILLO DURAND	Secretario
DR. ABDEL JAVIER FLORES OLIVOS	Vocal
DR. JUAN ZAPATA SANDOVAL	Asesor

Para evaluar el informe de tesis de los tesisistas LIZANA DIAZ KARIN GUISELA y FUENTES RISCO YANELA PAOLA; quienes desean obtener su título profesional de LICENCIADO(A) EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, con la tesis titulada "CERTIFICACIÓN ORGÁNICA COMO FACTOR DE ÉXITO EN LA DINÁMICA EXPORTADORA DE CAFÉ EN GRANO VERDE DE LAS EMPRESAS DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, PERÚ, 2024"; El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal N°101-2026-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 5 de febrero de 2026 que autoriza la Sustentación presencial del informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó a los candidatos a efectuar la sustentación otorgándole 30 minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario hasta culminar con el (la) señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/los sustentantes en forma Satisfactoria.

El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la) Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los tesisistas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis.

Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad. Culminada la deliberación y calificación el (la) sr.(a) presidente autorizo que ingresen a la sala de sustentaciones al tesisista o los tesisistas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a). El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el tesisista o los tesisistas: LIZANA DIAZ KARIN GUISELA y FUENTES RISCO YANELA PAOLA; han obtenido 15 puntos equivalentes a Regular quedando expedito para obtener el título profesional de LICENCIADO(A) EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 18:22 horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros de jurado y asesor.

ESCALA: 20=Excelente; 19-18=Muy Bueno; 16-17= Bueno; 14-15 regular, menos de 14= Desaprobado.

DR. JUAN EDUARDO AGUINAGA MORENO
PRESIDENTE

DR. ANTONIO GILBERTO ESCAJADILLO DURAND
SECRETARIO

DR. ABDEL JAVIER FLORES OLIVOS
VOCAL

DR. JUAN ZAPATA SANDOVAL
ASESOR

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD**UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO****LAMBAYEQUE****CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

DR. ADM. JUAN ZAPATA SANDOVAL, asesor del trabajo de investigación titulado:

Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024.

Presentado por las bachilleres de la Escuela Profesional de Comercio y Negocios Internacionales:

FUENTES RISCO YANELA PAOLA

LIZANA DIAZ KARIN GUISELA

Confirma que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 13%, verificable en el reporte de originalidad del Programa Turnitin, que convierte el trabajo aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 20 de Octubre del 2025.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Juan Zapata Sandoval', is written over a horizontal line.

Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval
Asesor

Se adjunta resumen de reporte de similitudes y

Recibo digital

Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

5%

2

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

6

es.nsbutterfly-valve.com

Fuente de Internet

<1%

7

repositorio.unprg.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

8

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

DNI N° 16455600



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Fuentes Risco Yanela Paola Y Lizana Diaz Karin Guisela
Título del ejercicio:	Quick Submit
Título de la entrega:	Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exp...
Nombre del archivo:	INFORME_DE_TESIS_25-09-2025_UNPRG.docx
Tamaño del archivo:	18.79M
Total páginas:	141
Total de palabras:	32,916
Total de caracteres:	181,580
Fecha de entrega:	30-sept-2025 11:52p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	2767576902



Dr. Adm. Juan Zapata Sandoval

DNI N° 16455600

ÍNDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	iii
CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
DEDICATORIA	xii
AGRADECIMIENTO.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I: DISEÑO TEÓRICO.....	27
1.1. Antecedentes.....	27
1.1.1. Internacionales	27
1.1.2. Nacionales	32
1.1.3. Locales	34
1.2. Bases teóricas	36
1.2.1. Certificación Orgánica.....	36
1.2.2. Dinámica Exportadora	42
1.3. Bases Conceptuales	47
1.4 Hipótesis	48
CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO	49
2.1. Diseño de contrastación de hipótesis.....	49
2.2. Población y muestra	50
2.2.1. Primera población	51
2.2.2. Segunda población.....	53

2.3. Técnicas, instrumentos y procesamiento de datos.....	55
CAPÍTULO III: RESULTADOS	56
3.1. Competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y departamento de Cajamarca, 2014 al 2024.	56
3.1.1. Análisis del comercio mundial del café	56
3.1.2. Oferta del café en grano verde de Perú con el Mundo.....	73
3.1.3. Oferta del café en grano verde en la región Cajamarca con el Mundo.....	96
3.2. Factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del departamento Cajamarca, 2024	107
3.3. Relación de los factores de éxito de la certificación Orgánica con la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024.	110
3.4. Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024.	114
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	116
CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	124
REFERENCIAS	125
ANEXOS.....	149

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	47
Tabla 2 Diseño metodológico	49
Tabla 3 Muestreo estratificado por provincia de la región de Cajamarca	54
Tabla 4 Exportaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Millones USD)	59
Tabla 5 Exportaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Miles TM)	60
Tabla 6 Cuota exportadora y HHI de los exportadores mundiales de café en grano verde, 2014 al 2024	61
Tabla 7 Índice neto de las exportaciones de café en grano verde	62
Tabla 8 Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (RSCA) de las exportaciones mundiales de café en grano verde	64
Tabla 9 Importaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Millones USD)	67
Tabla 10 Importaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Miles TM)	68
Tabla 11 Cuota de mercado y HHI de las importaciones mundiales de café en grano verde, 2014 al 2024	70
Tabla 12 Índice de Capacidad Relativa de Compra (CRC) de las importaciones mundiales de café en grano verde, 2014 al 2024.....	71
Tabla 13 Análisis de las exportaciones peruanas de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024.....	73
Tabla 14 Análisis de los países de destino de las exportaciones peruanas de café en grano verde, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD).....	75
Tabla 15 Cuota de mercado y HHI de los países de destino de las exportaciones peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024.....	78
Tabla 16 Tendencias de las exportaciones de café en grano verde convencional y orgánico por mercado de destino de las exportaciones peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024 (Miles USD FOB).....	81
Tabla 17 Exportaciones peruanas de café en grano verde por empresa durante el periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD).....	84

Tabla 18 Cuota exportadora y HHI de las empresas exportadoras peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024	86
Tabla 19 Tendencias de las exportaciones de café en grano verde convencional y orgánico por empresa de las exportaciones peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024 (Miles FOB USD)	88
Tabla 20 Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (VCRN) de sus destinos comerciales de las exportaciones peruanas de café en grano verde	95
Tabla 21 Análisis de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024	96
Tabla 22 Análisis de las exportaciones de la región de Cajamarca por distrito de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD)	97
Tabla 23 Análisis de las exportaciones de la región de Cajamarca por distrito de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024 (Miles Kg.).....	98
Tabla 24 Análisis de los países de destino de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD)	99
Tabla 25 Cantidad de mercados de destino por provincias de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024.....	101
Tabla 26 Análisis de las empresas exportadoras de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD).....	103
Tabla 27 Cantidad de empresas por provincias de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024.....	105
Tabla 28 Gestión empresarial	107
Tabla 29 Sostenibilidad ambiental.....	108
Tabla 30 Calidad de producción	109
Tabla 31 Aspectos sociales	109
Tabla 32 Prueba de normalidad de los datos	110
Tabla 33 Relación entre la gestión empresarial y la dinámica exportadora	111
Tabla 34 Relación entre la sostenibilidad ambiental y la dinámica exportadora.....	112
Tabla 35 Relación entre la calidad de producción y la dinámica exportadora	113
Tabla 36 Relación entre aspectos sociales y la dinámica exportadora	113
Tabla 37 Relación entre la certificación orgánica y la dinámica exportadora.....	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cadena genérica de Porter	46
Figura 2 Diseño de investigación correlacional.....	50
Figura 3 Participación de los principales exportadores mundiales de café en grano verde, 2024	58
Figura 4 Participación de los principales importadores mundiales de café en grano verde, 2024	66
Figura 5 Relación del Valor FOB exportado con el grado de concentración de destinos 2014 al 2024	79
Figura 6 Relación entre la certificación orgánica y la dinámica exportadora.....	115

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a quienes han estado siempre. Primeramente, a mi abuela Sara por ser esa voz que nunca dejó de recordarme lo lejos que podía llegar e impulsarme de donde este con sus oraciones y a mi abuelo Hipólito mi ángel que siempre me cuida y sus consejos siempre presentes.

A mi padre porque en los momentos más quebrántales cuando las fuerzas parecían agotarse y las dudas intentaban ganar, estaba con su frase, "Tú puedes, falta poco. Y lo hice.

Yanela Paola Fuentes Risco

La presente tesis está dedicada principalmente a mi madre Gladys, quien, con su esfuerzo, amor y dedicación supo ser mi guía y soporte en los momentos más difíciles, ella es la pieza fundamental en todos estos años de proceso y logro profesional.

A mi padre Pedro Pablo, por ser mi inspiración, ejemplo de lucha y perseverancia en la vida y quien me motivo a seguir esforzándome cada día. Este es un homenaje a su memoria, muy a pesar de que el destino no permitió que esté presente en todo este trayecto sé que estará muy orgulloso de mis logros.

También está dedicada a aquellas personas cercanas a mi entorno social y familiar, que gracias a sus buenos consejos y motivación me impulsaron a seguir luchando por mis sueños.

Karin Guisela Lizana Diaz

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía constante, por darme fortaleza y sabiduría para no rendirme y llegar a donde nos encontramos actualmente.

A cada persona que colaboro con esta investigación, mis padres, colegas y profesores que obtuve su apoyo con su conocimiento para poder culminar con la investigación.

Yanela Paola Fuentes Risco

Agradezco principalmente a dios por guiarme y darme fuerzas para seguir adelante en cada obstáculo presentado, por iluminarme y darme sabiduría en la toma de las mejores decisiones dentro de mi ámbito profesional como personal.

Asimismo, agradezco a cada persona que fue parte de mi desarrollo de investigación, docentes, colegas y tutor de tesis, que gracias a sus conocimientos, apoyo y orientación han sido primordiales para el logro de mi proyecto y formación como investigador.

Karin Guisela Lizana Diaz

RESUMEN

La investigación considera el objetivo general determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024. La metodología involucra un enfoque cuantitativo, siendo una investigación es de alcance descriptivo y con un diseño descriptivo correlacional, y considerando dos poblaciones, la primera está conformada por los despachos de exportación, datos estadísticos del café en grano verde del 2014 al 2024 y la segunda población está conformada por 40 empresas exportadoras de café en grano verde con certificación orgánica del departamento de Cajamarca; siendo la muestra igual a la población y utilizando el instrumento documental y del cuestionario. Los resultados evidencian que detalla que existe una conexión positiva moderada entre la certificación orgánica y la dinámica exportadora de café en grano verde (Rho de Spearman: 0.574, $p < 0.05$), lo que infiere que conforme las empresas fortalecen la certificación orgánica se registra un mayor desempeño en la dinámica exportadora, tanto en volumen como en valor y diversificación de mercados, dado el valor agregado de diferenciación que se realiza en el mercado internacional. Concluyó que los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde que presentan un nivel elevado es la gestión empresarial; mientras que la dimensión sostenibilidad ambiental refleja que también es considerado un componente esencial en la ejecución de las prácticas responsables, lo que conlleva a una calidad de producción elevada que permite cumplir con aquellos estándares que exige el mercado internacional.

Palabras claves: certificación orgánica, exportaciones, café, grano verde

ABSTRACT

The research considers the general objective to determine how organic certification is a success factor in the export dynamics of green coffee beans from companies in the Department of Cajamarca, 2024. The methodology involves a quantitative approach, being a research of descriptive scope and with a descriptive correlational design, and considering two populations, the first is made up of export shipments, statistical data on green coffee beans from 2014 to 2023 and the second population is made up of 40 green coffee bean exporting companies with organic certification from the department of Cajamarca; the sample being equal to the population and using the documentary instrument and the questionnaire. The results show a moderate positive connection between organic certification and green bean export dynamics (Spearman's Rho: 0.574, $p < 0.05$). This suggests that as companies strengthen their organic certification, they experience greater export performance, both in terms of volume and value, as well as market diversification, given the added value of differentiation achieved in the international market. The authors concluded that the success factors involving organic certification for green bean exporting companies with a high level of certification are business management; while the environmental sustainability dimension reflects that it is also considered an essential component in the implementation of responsible practices, leading to high production quality that allows them to meet the standards demanded by the international market.

Keywords: organic certification, exports, coffee, green bean.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el café y su industria juega un rol importante en la economía mundial, convirtiéndose en un producto clave del sector agro dentro de la cadena global de valor que abarca desde la producción, proceso y comercialización. La producción mundial de café está centrada en más de 50 países productores (Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, y Honduras), lo que representan una cuota mayor del 97% de la producción total, generando oportunidades e ingresos a más de 25 millones de productores que son responsables de este producto agrícola. En el mercado global, el café se convierte como uno de los productos con mayor demanda, alcanzando un consumo promedio anual mayor a los 10 millones de toneladas, y/o alrededor de los 400 mil millones de tazas de café, evidenciando una alta distribución y relevancia a consecuencia de las diversas variedades de café en el mercado (Cafecafeteras, 2022; Lerner et al., 2021; Dwi Nugroho & Lakner, 2022; Suryana et al., 2023; Belay et al., 2016; Wahyudi et al., 2020; Ocampo Lopez & Alvarez-Herrera, 2017; Girma Adugna, 2021).

El estallido de la pandemia covid-19, fue una de las peores crisis sanitaria repercutiendo en el impacto socioeconómico (Park, 2022), y ha traído consigo escasez e interrupciones significativas en casi todas las empresas y mercados internacionales, enfrentando desafíos a la oferta y demanda del café, afectando el consumo, interrupciones en la cadenas de suministros, caída de precios y desequilibrio entre agentes en las operaciones del comercio internacional, conllevando a una contracción proporcional del PBI per cápita en más del 90% de las economías a nivel mundial (Mena et al., 2022; Liu et al., 2023; Tetteh & Ntsiful, 2023; Organización Mundial del Comercio [OMC], 2023). Según el Banco Mundial [BM] (2024) la pandemia del coronavirus impacto dramáticamente la economía a nivel global, afectando particularmente a los países emergentes y en desarrollo, registrando una caída del

2.9% en 2020 frente a lo registrado en el 2019, periodo que registró un PBI positivo del 2.8% (Gagnon et al., 2023).

Frente a esta recesión global, muchas economías implementaron diversas políticas de manera audaz (Estímulo financiero, flexibilidad a la regulaciones, continuidad en las cadenas de suministro y apoyo técnico) (Banco Mundial [BM], 2020;Arita et al., 2022), generando un impacto muy importante en las producción y comercialización del sector café y en otros sectores agrícolas (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2020;Fondo Monetario Internacional [FMI], 2020;Banco Mundial [BM], 2021; International Coffee Organization (OIC), 2020). Debido a las decisiones asertivas de políticas adecuadas por las economías en el mundo y regiones, el crecimiento mundial en el 2021 creció en 6.2% y 3% en 2022, sin embargo, a pesar que la recuperación continua en los próximo años, la recuperación económica sigue siendo favorable para el 2023 creciendo en 2.6%, pero con incertidumbre para el año 2024, donde se proyecta que el PBI mundial tan solo alcanzará el 2.4%, de acuerdo a la perspectiva mundial (Banco Mundial, 2023; Fondo Monetario Internacional [FMI], 2021).

Por ello, el año cafetalero inicio a partir del año 2021/2022, marcando un punto de inflexión en toda la industria del café (productores, procesadores, comerciantes, minoristas, consumidores, organizaciones), acompañando la recuperación económica post-pandemia. A pesar de que la producción mundial descendió en 167,2 millones de sacos (-2.1%) frente a los 170,83 millones registrados en el año anterior, el consumo mundial del café a experimentado un crecimiento notable, alcanzando los 170,3 millones de sacos, un aumento del 3,3% respecto al año anterior. Esta dinámica de oferta y demanda, junto con la reactivación económica global, ha impulsado el precio del café a 197,91 centavos de dólar por libra, un incremento significativo desde los 130,45 centavos de dólar por libra del año anterior (International Coffee Organization, 2023a).

El consumo de café del año 2021/2022 estuvo centrado en los mercados de Estados Unidos y Canadá, compradores internacionales que experimentaron un crecimiento significativo del 5,4%, alcanzando los 31,9 millones de sacos. Europa mantuvo un consumo estable alrededor de los 54,2 millones de sacos, mientras que Asia y Oceanía incrementaron su consumo a 40,8 millones de sacos, un aumento desde los 39,66 millones del año anterior. En contraste, el consumo en México y América Central, así como en América del Sur, mostró un crecimiento moderado del 0,3% y 0,5%, respectivamente, con 5,4 millones y 26,72 millones de sacos consumidos. Por último, el consumo en África se estimó en 11,7 millones de sacos para el mismo período (International Coffee Organization, 2023b).

Bajo este contexto, la producción, consumo y comercio internacional del sector café a nivel mundial se vio afectado de manera drástica en la cadena de suministro por la pandemia de la pandemia covid-19, sin embargo, la capacidad de adaptarse e innovar en la oferta y comercialización de cafés sostenibles fue muy fundamental para alcanzar los retos y nuevas exigencias con estándares de calidad en el futuro mercado. La agricultura orgánica actualmente se encuentra presente en más de 188 países, abarcando más de 96 millones de hectáreas cultivadas por al menos 4,5 millones de agricultores, generando en el mercado global de alimentos y bebidas orgánicas ingresos cercanos a los 146 mil millones de dólares (Jan Trávníček, 2024).

Por ello, la certificación de alimentos orgánicos responde a una demanda global creciente por estos productos. A pesar del impacto de la epidemia de COVID-19, se anticipó un aumento en la certificación orgánica a nivel mundial a partir del año 2021. La incidencia de la pandemia mejoró el conocimiento del consumidor sobre la relación entre la dieta y la salud, incrementando el interés en productos con un "halo de salud", incluidos los alimentos funcionales, frutas y verduras. La popularidad de los alimentos orgánicos sigue creciendo a medida que los consumidores se volvieron más conscientes del medio ambiente y preocupadas

por su salud personal, bienestar y nutrición, que contribuyen a la provisión de una dieta saludable (Kurtz et al., 2021; Antiushko et al., 2022).

El mercado global, la dinámica del mercado del café orgánico se proyecta alcanzar en el año 2030 los USD 28,8 mil millones, alcanzando un crecimiento anual del 18%. La creciente demanda internacional de café orgánico es una gran oportunidad para que los productores y exportadores implementen estrategias adecuadas sobre todo en expandir el desarrollo sostenible (certificación orgánica), fortalecer el capital humano y reducir la vulnerabilidad económica de los productores (Peralta et al., 2022).

Después de Estados Unidos, Europa es considerada como el segundo consumidor de café orgánico a nivel mundial, ya que importa en la actualidad la mitad de su café de América Latina, región que enfrenta una crisis en la producción cafetalera. Los bajos precios internacionales, sumados al impacto del cambio climático en los cultivos, han llevado a muchos productores a abandonar la actividad, generando un debate sobre la sostenibilidad del sistema de producción de café verde (Olmos, 2020). La demanda de café orgánico en Europa crecería en 13% en 2024, ya que la demanda en los europeos está impulsada por la preocupación por la sostenibilidad y un estilo de vida saludable. Aunque aún es un nicho de mercado que se espera un fuerte crecimiento gracias al papel clave de los retail en la expansión de la disponibilidad de productos orgánicos (CBI UE, 2024). Algunos actores claves en la demanda de café orgánico son Starbucks, Green Mountain Coffee Roasters, Nestlé, Allegro Coffee y Equal Exchange (Thakare, 2024).

Actualmente, productores y exportadores buscan ofertar un café orgánico con el propósito diferenciarse e ingresar a un segmento de mercado altamente comprometido con la sostenibilidad, demanda que se ha incrementado en postpandemia como alternativa beneficiosa para la salud. Ofertar café orgánico permiten a los actores involucrados obtener un mejor precio de venta entre un 20% y 50% más que el café convencional (214 hasta 268 centavos de dólar

por libra); sin embargo, pese a que se observa una mayor demanda de café orgánico en la actualidad con una proyección del 44% del consumo mundial, no ha llegado a igualarse a la oferta disponible. No obstante, la competitividad del café hoy en día, no solo se basó en los factores de la oferta y demanda, sino que también se ve influenciado en el cambio económico, político, climático, especulación en bolsa de valores y producción sostenible orgánica, generando oportunidades y desafíos en el café como limitada disponibilidad de productividad en algunas regiones y el alto costo del café orgánico frente al café convencional, dificultando limitar el consumo al mercado de café orgánico (Amauta State, 2022; Perfect Daily Grind, 2024; ILvelihoods Funds, 2021).

Pancsira (2022) destaca que la certificación orgánica se ha convertido en un factor clave para el éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde en América Latina. Este sello no solo garantiza que el producto está libre de todos los pesticidas, herbicidas y fertilizantes sintéticos prohibidos, sino que también asegura una práctica agrícola que protege el ambiente y promueve la sostenibilidad. La adopción de prácticas de certificación orgánica no solo responde a un incremento en la demanda de productos sostenibles y libres de químicos por parte de los consumidores, sino que también refleja un cambio en la percepción y estrategia de los productores y exportadores en Latinoamérica, mejorando la competitividad en el mercado y precios (Ecochard et al., 2023; Malik, 2020).

En Perú, el café es destacado como uno de los principales productos de las exportaciones, destacando en ranking 10 de la oferta exportable peruana y en el ranking 04 de las exportaciones del sector agro, superado por algunos minerales, oro, cobre, uvas, arándanos, gas natural, aguacates, aceites y harinas. Se destaca también que Perú destina el 6% de su área agrícola, los que representa unas 425,416 hectáreas al cultivo de café, con potencial para expandirse hasta 2 millones de hectáreas en los próximos años. Otro dato importante es que el café genera emplea a más de 2 millones de peruanos, destacando que el 70% de exportaciones

de café está representado empresas exportadoras, mientras que tan solo el 30% está liderado por productores que participan en alguna organización (Trade Map, 2024; Amauta State, 2023).

Las exportaciones nacionales de café en grano verde han tenido un crecimiento significativo en los últimos cinco años (2018 al 2022). Durante el año 2022, los despachos de exportación de café alcanzaron el pico más alto durante los últimos cinco años, registrando un valor total de USD 1,234 miles y 246 tm, creciendo en 61% en valor y 27% en volumen, frente a los USD 766 miles y 194 tm del año previo. El alto volumen de exportación de café en 2022 se debió al excedente de la cosecha 2021, que no pudo ser despachado en su momento por problemas de transporte y especulación en los mercados. Asimismo, el elevado precio del café en 2022 se debió a problemas en la producción brasileña, aunque se prevé una disminución en 2023, los precios seguirán siendo favorables para los productores debido a la menor cosecha esperada en Brasil. Las exportaciones peruanas de café se proyectan en aumento constante hasta 2027, alcanzando los 5,497 millones de dólares, con incrementos anuales en volumen del 25.25% (2024), 26.44% (2025), 25.88% (2026) y 24.51% (2027) (Gercetur, 2023; Junta Nacional del Café, 2023).

Del 62% de la oferta peruana, tan solo el 23% esta concentrado por el mercado de Estados Unidos, mercado que lidera los destinos del café peruano, seguido por Alemania y Bélgica de Europa, que concentra el 33.6% de las exportaciones. Colombia concentra el 6.2% y es considerado como el cuarto mercado de destino que compra café para cubrir su déficit productivo. Asimismo, se destaca que las cooperativas peruanas contribuyeron con el 32% del volumen y valor total exportado en 2022, siendo el 80% de su café certificado como orgánico y de comercio justo (Gercetur, 2023; Junta Nacional del Café, 2023).

La Federación Internacional de Agricultura Orgánica (IFOAM) y el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL) con sede en Suiza, destaca los 30 años de trabajo y el desarrollo de la producción de café orgánico al país de Perú, por ello, la certificación

orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde merece un análisis particularmente detallado debido a su relevante posición en el mercado global de café, ya que Perú es uno de los principales productores de café orgánico en el mundo junto al país de Etiopía, registrando cultivos por más del 95% por pequeños agricultores. Asimismo, en el 2022, Perú a reportado una producción de café orgánico de 2 millones 198,000 quintales, destacando el 48.10% como zona certificada de café orgánica de Latinoamérica, seguido por México que tan solo alcanzo el 23.48% (Junta Nacional del Café, 2022). Bajo este contexto, se desarrolla en el contexto peruano un análisis a través de tres ejes principales: la evolución del sector de café orgánico en Perú, los desafíos específicos que enfrentan los productores peruanos, y las políticas y estrategias gubernamentales que han apoyado o limitado este sector.

Perú ha visto un crecimiento impresionante en la producción y exportación de café orgánico durante las últimas décadas. Este crecimiento ha sido impulsado por una combinación de factores internos y externos. A nivel interno, la rica biodiversidad del país y sus condiciones agroecológicas son ideales para la producción de café de alta calidad bajo principios orgánicos. Por ello, el café es el principal producto de referente de agroexportación en Perú, registrando 425, 416 ha de café orgánico, cultivado bajo sistemas agroforestales que benefician tanto al medio ambiente como a los productores. Estos sistemas optimizan el uso del suelo, reducen el uso de agroquímicos y promueven la biodiversidad. La caficultura orgánica en Perú se presenta como una alternativa sostenible y económicamente viable para el sector cafetalero nacional. Esta actividad, favorecida por las condiciones ecológicas y socioeconómicas del país, genera anualmente USD 750 millones en divisas y brinda sustento a más de 223 mil familias de pequeños agricultores distribuidas en diversas regiones provenientes de 19 regiones, 93 provincias y 449 distritos. Adicionalmente, la creciente demanda de productos orgánicos en mercados internacionales clave, como Europa y Estados Unidos, impulsada por una mayor

conciencia ambiental y social de los consumidores, refuerza el potencial de este sector (Rojas Ruiz et al., 2021; Jitäreanu et al., 2022).

Sin embargo, a pesar del crecimiento y las oportunidades, los productores y/o exportadores de café orgánico en Perú enfrentan varios desafíos significativos. El costo y la complejidad del proceso de certificación orgánica siguen siendo obstáculos importantes, especialmente para los pequeños agricultores que pueden carecer de los recursos financieros y técnicos para cumplir con los estándares requeridos (Alva & Burga, 2021). Otro desafío importante es la variabilidad climática, que se ha intensificado debido al cambio climático. Eventos extremos como “El Niño” pueden afectar dramáticamente las cosechas, y las prácticas orgánicas, aunque beneficiosas para la salud del suelo a largo plazo, pueden inicialmente hacer que las fincas sean más susceptibles a las fluctuaciones climáticas (Montalvo, 2022). Además, que la demanda internacional de cafés orgánicos genera mucha incertidumbre en el precio, generando limitaciones de planificación en la exportación a largo plazo.

El gobierno peruano ha reconocido la importancia del café orgánico para la economía nacional, registrando casi el 50% del total de la producción orgánica, logrando así implementar varias políticas para apoyar a los productores. A través de programas como el Plan Nacional de Acción del Café, el gobierno ha buscado mejorar la competitividad del café peruano en el mercado global, incluyendo medidas específicas para promover la producción orgánica (Pun, 2022). Estas políticas incluyen asistencia técnica, apoyo en la certificación orgánica, y la promoción a las cooperativas y/o empresas que permita masificar experiencias y que se logre cumplir las normas exigidas de los mercados internacionales como es el mercado de Europa que es muy exigentes para productos sostenibles (Junta Nacional del Café, 2023).

Además, el Ministerio de Agricultura y Riego ha trabajado en colaboración con organizaciones internacionales y ONGs para proporcionar formación y recursos que faciliten la transición hacia métodos orgánicos (Barrenechea, 2019). Este enfoque colaborativo ha

ayudado a expandir el alcance del 53% del total de productores cafetaleros, aunque aún queda trabajo por hacer para asegurar que los beneficios lleguen a la mayoría de los productores de café en el país (Valdiglesias, 2023).

La región de Cajamarca se ha posicionado como uno de los actores claves en la producción y exportación de café a nivel nacional, destacando tanto en la exportación de café convencional y orgánico. De acuerdo con los datos obtenidos por el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2023) el café orgánico peruano busca consolidarse en el mediano y largo plazo como el segundo mayor productor mundial, a consecuencia de la creciente demanda mundial por este producto orgánico, logrando diferenciarse con los demás cafés convencionales en el Perú y mundial.

Durante el año 2022, la región de Cajamarca se ha consolidado con una participación del 32% del total de la producción de Perú y es considerado como una de las regiones líderes más importantes que provee café orgánico, superando a las regiones de Junín, Amazonas, Cusco y San Martín, registrando una producción anual de 52,8 tm, incrementándose en un 2.3% en comparación al año 2021 (51.6 tm) (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2023).

Cajamarca registró en el año 2022 un despacho de exportación mayor a los USD 500 millones, incrementándose en un 50% de las exportaciones registradas en el año 2021. Cajamarca posee una sólida capacidad para exportar café orgánico, con amplias perspectivas de crecimiento en el futuro. El café orgánico superará a otros tipos de café en el mercado global entre 2023 y 2028. Esta creciente demanda se atribuye, en parte, a estudios que sugieren los beneficios del café para la salud, como la prevención del cáncer de mama, la reducción del riesgo de diabetes tipo 2 y accidentes cerebrovasculares (Mordor Intelligence, 2023).

No obstante, para asegurar la continuidad y competitividad de este sector a largo plazo, es fundamental que los productores y exportadores enfrenten retos actuales destacando la volatilidad de los precios internacionales, el costo de producción y/o certificación, la infraestructura

y logística deficiente, cambios climáticos externos y gestión empresarial (Gobierno Regional de Cajamarca, 2023).

La investigación se justifica desde un aporte teórico, que involucra el aporte de la teoría institucional y de innovación, que permita el desarrollo teórico de la certificación orgánica que permita comprender a partir de la relación entre los factores de éxito y la dinámica exportadora, que contribuye ampliar el aspecto teórico del contexto relevante, el cual muestra la importancia de conocer la certificación orgánica como factor de éxito, generando las bases para futuras investigaciones y desarrollo teóricos.

La investigación se justifica desde el ámbito práctico, dado que permite conocer a las empresas exportadoras de la región, a partir de las dimensiones analizadas y su relación con la dinámica exportadora, conocer el comportamiento del mercado y la forma como ha influenciado en usar la certificación orgánica, generando una ventaja frente al proceso tradicional, que muestra la relevancia del estudio.

Desde el enfoque metodológico, la investigación empleará un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel descriptivo-correlaciona y diseño no experimental; brindado una comprensión completa y detallada de la conexión entre las dimensiones y la dinámica exportadora del departamento de Cajamarca.

A partir del contexto anteriormente descrito el problema general es: ¿Cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024? y como problemas específicos: ¿Cuál es la competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y departamento de Cajamarca, 2014 al 2024?; ¿Cuáles son los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del departamento Cajamarca, 2024? y ¿Cuál es la relación de los factores de éxito de la certificación Orgánica con la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del departamento de Cajamarca, 2024?

Para la solución al problema general y específicos se detalla el objetivo general: Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024 y como objetivos específicos: Determinar la competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y departamento de Cajamarca, 2014 al 2024; describir los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del departamento Cajamarca, 2024 y determinar la relación de los factores de éxito de la certificación Orgánica con la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del departamento de Cajamarca, 2024.

Siendo el detalle capitular de la investigación lo que se detalla en el Capítulo I, que indica tener los aspectos relacionados a los antecedentes, bases teóricas y bases conceptuales; mientras en el capítulo II es relacionado al diseño de contrastación de hipótesis y el procedimiento; con relación al capítulo III resalta los resultados de la investigación acorde a los objetivos, en el capítulo V se involucra la discusión de resultados y conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: DISEÑO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Los estudios previos que respaldan esta investigación provienen de bases de datos de alto impacto de renombre como Google Académico, Scopus, Science Direct, Scielo, La Referencia, Proquest y Web of Science. Esta rigurosa recopilación de información a permitido analizar los hallazgos de investigaciones relevantes y establecer un diálogo constructivo con los resultados que se obtendrán en el presente estudio que tiene como propósito determinar la influencia de la certificación orgánica en el éxito de las exportaciones de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca.

A continuación, se detalla los antecedentes explicando los hallazgos encontrados a nivel internacional, nacional y/o regional.

1.1.1. Internacionales

Solfanelli et al. (2021) en su trabajo de investigación examinaron la viabilidad de introducir la certificación grupal entre pequeños agricultores orgánicos en Italia. La metodología tiene un enfoque cualitativo, cuyo diseño de investigación es estudio de casos, logrando examinar a través de las entrevistas resultados eficientes a los siete grupos de cooperativas de agricultores exportadores. Los hallazgos destacaron que la adopción de prácticas orgánicas no solo promueve la preservación de los paisajes europeos, sino que también ofrece soluciones concretas para los desafíos que enfrentan los agricultores de las cooperativas exportadoras dentro de la Unión Europea, accediendo a más mercados a consecuencia del aumento de la calidad del producto. Por lo tanto, la certificación orgánica emerge como un factor crucial a través de un marco político de apoyo para impulsar tanto la sostenibilidad ecológica como la estabilidad financiera en el sector agrícola con certificación orgánica.

Anaya et al. (2022) se propusieron examinar el comportamiento del cultivo de café orgánico y calcular el índice de ventajas comparativas con productos relacionados en el sector mexicano. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, cuyo diseño de investigación es descriptivo longitudinal, destacando que, para el análisis de datos, se basó de los datos comerciales obtenidos de la oficina del censo de EE. UU. Los autores concluyeron que la competitividad del café orgánico mexicano a disminuido en el mercado de Estados Unidos frente a su competencia como son Indonesia y Perú, a pesar de destacar como el principal exportador a nivel mundial. La certificación orgánica en el café representa una ventaja comparativa significativa para los países exportadores. Esta certificación facilita el acceso a nuevos mercados y, al agregar valor al producto, contribuye a la estabilidad del sector cafetalero, que ha sido ampliamente afectado por la caída de los precios internacionales. En respuesta a esta crisis, los productores mexicanos se organizaron en cooperativas y buscaron nuevos mercados, lo que los llevó a obtener certificaciones para cumplir con los requisitos de esos mercados emergentes. Por lo tanto, los autores destacan la importancia de evaluar la cadena de valor del café orgánico como medida primordial para asegurar la rentabilidad sostenida del café en México.

Lee & Bateman (2021) se propusieron analizar la competitividad entre los cafés premium y regulares, teniendo en cuenta las certificaciones de Comercio Justo y Orgánico (FTO) en comparación con el café convencional. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, cuyo diseño de investigación fue experimental bajo el diseño panel de consumidores, diseño que permitió observar durante 49 semanas compradores de café. Los investigadores concluyeron que los precios internacionales de los cafés regulares exhiben una mayor volatilidad en contraste con los cafés premium, que presentan un mayor valor agregado y una menor sensibilidad al precio. Sin embargo, observaron que los productos orgánicos no gozan

de la misma popularidad debido a la desconfianza y el desconocimiento por parte de los consumidores.

Negreti et al. (2022) en su trabajo de investigación analizaron la sostenibilidad económica de los productores de cafés especiales y certificados de Garça, Brasil. Optaron por la metodología de un enfoque mixto, cuyo diseño de investigación fue no experimental, descriptiva correlacional. En el análisis de datos emplearon estadísticas descriptivas y se empleó las pruebas no paramétricas de Wilcoxon Rank-Sum (WRS). Los autores concluyeron que la inclusión de la producción de cafés especiales con certificación han logrado una sostenibilidad económica en la cadena productiva exportadora, generando como consecuencia nuevos accesos de mercado, mejor rentabilidad, autonomía y liderazgo de precios, incremento de canales de ventas; impactando positivamente a las organizaciones. Por ello, a través de este enfoque de producir y exportar café especial certificado, permite generar valor agregado y estrechas relaciones con el comprador y/o consumidor, creando fidelidad a lo largo del tiempo.

Molina (2024) a través de su investigación comprendió cómo la certificación orgánica impacta en el desarrollo sostenible del sector agroexportador de Ecuador. Para ello, la metodología empleada tuvo un enfoque cualitativo, cuyo diseño empleado fue fenomenológico, ya que el autor a través de las entrevistas recolectó información importante a través de las experiencias de los especialistas en comercio internacional de productos agrícolas con certificación orgánica. El autor concluye que la certificación orgánica en productos agrícolas es un requisito importante para acceder a mercados internacionales, ya que actualmente, los exportadores se enfrentan a consumidores comprometidos con el consumo de productos agrícolas sostenibles que contribuyen al bienestar en la salud del consumidor. Asimismo, contar con certificación orgánica en productos agrícolas es considerada como una herramienta de fortaleza en la exportación, ya permite mitigar las amenazas externas y abrir las oportunidades de acceso a mercados internacionales. Por ello, la formación de alianzas

empresariales es muy fundamental para fomentar las buenas prácticas agrícolas sostenibles y adaptarse a una seguridad alimentaria sostenible ofreciendo una ventaja competitiva.

Jones et al. (2024) en su trabajo de investigación analizaron las estrategias y los marcos de trabajo existentes que se están desarrollando e implementando en la industria del café para mejorar las prácticas de sostenibilidad e identificar los criterios clave, que se aplican posteriormente, para evaluar los resultados de sostenibilidad de los sistemas de certificación. El enfoque empleado fue cualitativo, destacando el diseño de revisión de literatura sistemático. Los resultados encontrados fueron que contar con certificación orgánica permite contextualizar un buen desempeño económica y ambiental de los exportadores ecuatorianos, teniendo un impacto positivo en la exportación de café, logrando competir de igual manera que la competencia, logrando acceder a mercados internacionales que valoran la sostenibilidad. Destacaron en los resultados, que los productores exportadores de café sostenible de Ecuador enfrentan desafíos importantes como altos costos elevados en la producción y requisitos técnicos, sin embargo, debe de ser considerado una herramienta estratégica para el desarrollo de la oferta sostenible del café ecuatoriano en el mercado extranjero.

Gatti et al. (2022) en su estudio de investigación se dedicaron a explorar la demanda de café orgánico certificado bajo la normativa Smithsonian Bird-Friendly por parte de los consumidores. Optaron por la metodología de un enfoque cuantitativo, cuyo diseño de investigación fue experimental, recolectando información sobre las decisiones de compra de café, familiaridad con los atributos del café y las etiquetas ecológicas, y datos demográficos, realizado a través de una encuesta en línea a 774 consumidores de café, segmentados entre las edades de 18 a 75 años. Para el análisis de datos emplearon un modelo de logit mixto. Los resultados obtenidos indicaron que los consumidores promedio muestran una notable inclinación hacia productos que garantizan la ausencia de pesticidas y que promueven la sostenibilidad ambiental, como es el caso del café orgánico certificado y sus derivados.

Asimismo, los consumidores están muy acostumbrados en consumir café orgánico, ya que relacionan los atributos que el café orgánico, generando una competencia para las etiquetas ecológicas. Este hallazgo sugiere que existe una disposición evidente por parte de los consumidores a pagar un precio superior por este tipo de café, lo que refleja una mayor conciencia y aprecio por las certificaciones orgánicas en el mercado actual.

Naegele (2020) en su trabajo de investigación evaluó el precio adicional que pagan los consumidores de café certificado por Comercio Justo en los supermercados de EE.UU. Optó por la metodología de un enfoque cuantitativo, cuyo diseño de investigación fue no experimental, implicando la no intervención y/o manipulación de las variables, ya que solo se basaron en observar y analizar datos secundarios. La autora concluyó que los consumidores pagan entre 1 a 2 dólares adicionales por libra por café certificado por Comercio Justo y/o orgánico, donde la mayor parte del precio adicional iba para el tostador puesto que es el que crea el valor de la marca. Además, las estimaciones sugieren que los minoristas obtenían menos ganancias con el café certificado por Comercio Justo y/o orgánico que con el café convencional. Por tanto, la certificación de Comercio Justo y/ orgánico brinda poder de mercado al tostador, en relación con el minorista.

En su investigación, Hassen et al. (2023) se enfocaron en desarrollar estrategias de marketing destinadas a mejorar los rendimientos e ingresos de los agricultores de café orgánico. La metodología tiene un enfoque cualitativo, cuyo diseño de investigación es análisis de contenido, logrando examinar resultados a través de entrevistas a 150 productos de café y 65 consumidores, centrándose cada una de las preguntas en la certificación orgánica de café y comercialización. Los hallazgos revelaron que la comercialización de café con certificación orgánica abre la puerta a nichos de mercado donde los precios son superiores, ofreciendo una oferta diferenciada en comparación con el mercado global. Además, el valor añadido de este tipo de café con certificación orgánica se justifica por la creciente conciencia del público, que

muestra una clara preferencia por pagar más por un producto de alta calidad y respetuoso con el medio ambiente. Asimismo, se observó que la rentabilidad tanto de los agricultores como de las empresas involucradas en la exportación de café orgánico se ve impulsada por la innovación tecnológica aplicada en el proceso. En consecuencia, se recomienda la implementación de una reestructuración en los mercados regulados y la adquisición de infraestructura adecuada para mejorar la comercialización de los granos de café con certificación orgánico.

1.1.2. Nacionales

En su estudio de investigación, Dilas et al. (2020) su objetivo fue determinar y comparar los costos de producción y la rentabilidad de los cafés especiales con certificación orgánica y sin certificación en productores cafetaleros organizados en el eje cafetalero del norte del Perú. Optó por la metodología de un enfoque mixto, cuyo diseño de investigación fue descriptivo transversal, aplicando a análisis de datos y entrevistas a los dos grupos de análisis provenientes de la provincia de Jaén. Los autores concluyeron que los cafés especiales con certificación orgánica tuvieron una rentabilidad menor debido a los altos costos de producción. Sin embargo, los productos orgánicos son más susceptibles a las fluctuaciones los precios que el café convencional, ya que al tener un producto de alta calidad certificada se logra obtener mayores ganancias en el mediano y largo plazo. Por ello, contar con políticas públicas y privadas que no solo incentiven la producción orgánica, sino que se provea tecnología, asistencia y estrategias adecuadas para el desarrollo óptimo y dar la viabilidad comercial del café orgánico en mercados internacionales que cuentan con consumidores exigentes que consumen producto bajo la cultura de la sostenibilidad ambiental y social.

Aliaga & Ramírez (2019) propusieron investigar el impacto de la certificación orgánica en las exportaciones de café hacia Alemania durante el período comprendido entre 2007 y 2017. Utilizando un enfoque cuantitativo, bajo un diseño descriptivo, correlacional y transversal, llevaron a cabo encuestas para recopilar datos de 11 empresas exportadoras. Los

hallazgos revelaron que la adquisición de la certificación orgánica generó un aumento significativo en las ventas de café hacia Alemania, destacando así la importancia de esta certificación para el éxito en el mercado de exportación. Otros de los resultados fueron las certificaciones orgánicas permiten a los productores obtener un mayor precio por su café, lo que aumenta sus ingresos. Asimismo, la adopción de prácticas ecológicas mejora la imagen de las empresas, haciéndolas más atractivas para los consumidores conscientes del medio ambiente. Por último, la agricultura orgánica promueve la sostenibilidad a largo plazo al evitar el uso de productos químicos, lo que contribuye a la conservación de los suelos y la biodiversidad en las zonas de cultivo.

Bonifaz & Palacios (2023) propusieron en su investigación identificar la relación entre la certificación orgánica y las exportaciones de café, Perú 2023. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, cuyo diseño es no experimental, con alcance descriptivo correlacional, logrando examinar resultados a través de las encuestas a 71 empresas exportadoras de café con certificación orgánica. Los autores concluyeron que la certificación orgánica trae consigo muchos beneficios en el aspecto social, económico y ambiental, sin embargo, la realidad de las empresas a pesar de las deficiencias de los altos costos económicos para exportar café con certificación orgánica, contar con esta certificación les proporciona diversos beneficios como acceso a mercados exigentes con demanda de café ecológico, precios competitivos y/o rentabilidad, aumentando la competitividad del café y hacer frente a la competencia y demanda mundial. Finalmente, los resultados obtenidos fueron que, si existe una relación significativa entre la certificación orgánica y la exportación de café, dejando en evidencia la importancia de las oportunidades que tienen las empresas para posicionarse en el extranjero.

Vargas (2024) en su investigación propuso analizar el efecto del Covid-19 en la producción y exportación de café orgánico de la Cooperativa Agraria Cafetalera Huadquiña, provenientes del Distrito de Santa Teresa, Cusco. Opto en la invitación por un enfoque

cuantitativo, con un diseño no experimental, de alcance descriptivo. La recolección de datos empleó un cuestionario a una muestra de 119 socios productores de la cooperativa. Los resultados encontrados fueron que el impacto que a tenido la producción y exportación de café orgánico de la cooperativa fue significativo durante la pandemia del Covid 19. Este impacto significativo es a consecuencia del aumento de la demanda, permitiendo asegurar que la alta producción no se veía afectado a consecuencia de las oportunidades comerciales en el mercado exterior al comercializar el café con certificación orgánica, exportando en pandemia un total de 8,548.67 quintales, incrementándose en un 9.19% en comparación al año anterior.

Huamán & Rios (2019) realizaron una investigación que tuvieron como propósito analizar la incidencia de la certificación orgánica del café de exportación en la cadena de valor de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo de la provincia de Moyobamba. La metodología de la investigación tuvo un enfoque cuantitativo bajo un diseño no experimental, descriptivo transversal. En el desarrollo de la obtención de los resultados, los investigadores aplicaron encuestas a 109 productores, entrevistas a 5 representantes de la asociación y la herramienta de fichas bibliográficas. Las autoras concluyeron que el café convencional es más barato que el café orgánico, según el análisis de la bolsa de valores y el mercado de exportación. Los precios del café convencional se mantienen estables, con un mínimo de 112.65 centavos y un máximo de 164.15 centavos de dólar por libra. En contraste, el precio del café orgánico fluctúa entre 143 y 194 centavos de dólar. Por ello, las empresas exportadoras deben de optar por emplear la certificación orgánica como una estrategia de diferenciación en base a la calidad del café.

1.1.3. Locales

García & Ramírez (2022) investigaron la relación entre la certificación orgánica y la exportación de café en grano verde en cooperativas de Cajamarca en 2021. Utilizaron un enfoque cuantitativo con un diseño correlacional transversal, recopilando datos mediante

encuestas a las 18 cooperativas exportadoras. Las autoras concluyeron que existe una relación positiva de 67% entre la certificación orgánica y el volumen de exportación de café. Este hallazgo destaca la importancia de las certificaciones para mejorar la competitividad y el acceso a mercados internacionales en el sector cafetalero, así como la necesidad de adoptar prácticas sostenibles en la producción de café, que permitan mejorar el posicionamiento en el mercado cafetero internacional, obteniendo mejores precios y mayor rentabilidad a las cooperativas de la región de Cajamarca.

Balcazar & Villanueva (2023) en su investigación analizaron la influencia de los factores limitantes en la exportación de café orgánico de Cajamarca a Estados Unidos en el contexto COVID-19 durante el periodo 2020-2021. Utilizando un enfoque cuantitativo, bajo un diseño descriptivo correlacional, llevaron a cabo encuestas a 20 empresas exportadoras de café orgánico que comercializan al mercado de los Estados Unidos. Los autores concluyeron que existe una influencia directa y muy significativa de 0,635 entre los factores limitantes y la exportación de café orgánico al mercado estadounidense. Demostrando que los factores situacionales, producción, mercado y valor comercial son esenciales que las empresas exportadoras vinculen para alcanzar la viabilidad comercial. Por ello, crear estrategias adecuadas, adaptar la tecnología en la cadena productiva y comercial, lograra afrontar retos importantes y competitivos frente a la demanda exigente en el mercado de Estados Unidos.

Ottone (2021) se propuso determinar cómo la competitividad de los productores de café orgánico de Jaén incide en las exportaciones hacia los Estados Unidos. Esta investigación se enmarcó en un enfoque cuantitativo, bajo un diseño descriptivo correlacional, llevaron a cabo encuestas 50 productores. Sus conclusiones resaltaron que las actividades empresariales y la adopción de tecnología resulta fundamental, ya que conlleva una mejora significativa en la productividad y permite la reducción de los costos asociados al cultivo del café orgánico, lo que podría potenciar la competitividad de los productores de Jaén en el mercado de exportación

hacia Estados Unidos. De lo anterior, se concluye que a pesar de contar con un producto certificado y de calidad con un puntaje de taza de 85 puntos, presentan desventaja para acceder a más clientes potenciales en los Estados Unidos, debido a la falta de apoyo de las instituciones peruanas de comercio exterior, que permita aumentar las oportunidades en el mercado extranjero frente a la competencia que comercializa café en grano verde orgánico.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Certificación Orgánica

La certificación orgánica ha emergido como un distintivo crucial en la industria alimentaria y agrícola global, ofreciendo no solo un marco para la producción sostenible, sino también como una herramienta estratégica para las empresas que buscan posicionarse en mercados cada vez más conscientes y exigentes (Omoto & Scott, 2016; Rosina Bara et al., 2018). Este proceso de certificación garantiza que los productos han sido producidos, almacenados, procesados y comercializados de acuerdo con normativas específicas, destacando la ausencia de químicos sintéticos y respeto por los ciclos naturales (Kumar et al., 2023).

Sharma (2021) destacó que un organismo de certificación acreditado garantiza mediante un certificado de alcance, destacando que el sistema de producción o procesamiento del operador ha sido evaluado metódicamente y cumple con los requisitos especificados según lo previsto en el Programa Nacional de Producción Orgánica (NPOP). El NPOP establece estándares para la producción orgánica, sistemas, criterios y procedimientos para la acreditación de los Organismos de Certificación, el Logotipo Nacional y las regulaciones que gobiernan su uso. Los estándares y procedimientos han sido formulados en armonía con otros estándares internacionales que regulan la importación y exportación de productos orgánicos. En la producción de cultivos orgánicos, la gestión debe cubrir un esquema de plantación diverso. Se permite el uso de ciertos productos en la agricultura orgánica para el control de

plagas y enfermedades en la producción vegetal. En la agricultura orgánica, el mantenimiento de la fertilidad del suelo puede lograrse mediante el reciclaje de material orgánico cuyos nutrientes están disponibles para los cultivos a través de la acción de los microorganismos del suelo.

Desde una perspectiva empresarial, la adopción de prácticas orgánicas certificadas no solo responde a un imperativo ético o ambiental, sino que también se traduce en una ventaja competitiva significativa (Galvin, 2018). En primer lugar, la certificación orgánica mejora la imagen de la empresa ante los consumidores, quienes están cada vez más informados sobre los impactos de sus elecciones de consumo en el medio ambiente y en su salud. Asimismo, esta certificación abre puertas a mercados internacionales, donde la demanda por productos orgánicos está en constante crecimiento.

Además, la implementación de sistemas de producción orgánica impulsa a las empresas a innovar y mejorar continuamente sus procesos para cumplir con los estándares requeridos. Esto no solo optimiza los recursos, sino que también mejora la relación con el entorno y la comunidad local, fortaleciendo la responsabilidad social corporativa y el compromiso con el desarrollo sostenible (Liberatore et al., 2018).

A continuación, se presentan algunas teorías que explican brevemente la adopción de la certificación orgánica:

La teoría institucional: DiMaggio & Powell (1983) proponen la teoría institucional, donde resalta cómo las instituciones de certificación orgánica (gubernamentales y privadas) estructuran bajo reglas y estándares sobre cómo debe de producir y comercializar de manera orgánica. Por ello, esta teoría destaca que las empresas que adoptan las buenas prácticas orgánicas a consecuencia de las reglas establecidas por las instituciones certificadoras tienen mejores probabilidades de alcanzar el éxito, logrando mejorar su imagen corporativa, rentabilidad y acceso a mercados.

La creciente demanda de café orgánico a nivel mundial ha sido un factor determinante y clave, ya que aumenta los consumidores cada vez más preocupados por su salud y el planeta, y siempre están dispuestos a pagar más por estos productos orgánicos, motivando a los productores y / organizaciones peruanos a adoptar las reglas claras de las prácticas orgánicas y obtener la certificación que lo respalda, convirtiéndose en una estrategia para destacar y acceder a mercados exclusivos donde están dispuesto a pagar precios altos y diferenciados (Amador et al., 2002).

Pero no solo la demanda ha impulsado este cambio estructural en las organizaciones, sino que también las políticas gubernamentales impuestos por los estados han jugado un papel destacado durante los últimos tiempos. En el caso del gobierno peruano ha implementado medidas e incentivos que permiten fundamentar la producción orgánica, a través de un marco regulatorio claro desde julio del 2012, siendo fiscalizado por SENASA, permitiendo adaptarse al cumplimiento de los requisitos exigidos en los mercados extranjeros exigentes y promocionándose de manera competitiva (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2012; Nuhoff-Isakhanyan et al., 2016).

La Teoría de la Innovación: Everett M. (2003) destaca la teoría de la innovación, ya que adoptar esta teoría es un proceso social que se ve muy influenciado por varios factores, como son las características de la innovación, de los productores y del entorno. Por ello, a medida que los innovadores demuestran el éxito de la certificación orgánica, otros productores y/o organizaciones están buscando siempre adaptarse y obtener también logros que se ve muy influenciado por los innovadores, ya que ellos ven a la certificación orgánica como una herramienta estratégica oportuna para acceder a mercados y a los incentivos gubernamentales (Ruben & Fort, 2012)).

En el contexto del café peruano, los innovadores suelen ser productores y/o organizaciones con mayor acceso a información, recursos y una mentalidad empresarial. Estas

organizaciones ven a la certificación orgánica como una herramienta de oportunidad para ingresar a mercados categorizados como premium y mantener el liderazgo de precios más altos (Kleemann & Abdulai, 2013).

La Teoría de acción planificada: Bajo esta teoría de acción planificada, permite ofrecer un marco teórico para comprender y adoptar un comportamiento relacionado para culturas o creencias y normativas **sobre la conducta**. Según Ajzen (1991) la intención de adoptar un comportamiento, como certificarse como orgánico, está determinada por tres factores. Primero, que **la actitud** se refiere a la evaluación favorable o desfavorable que el productor tiene hacia la certificación. Esta actitud puede estar influenciada por la percepción de los beneficios económicos, sociales y ambientales de la producción orgánica. Segundo, que la **norma subjetiva** se refiere a la percepción del productor sobre la presión social para adoptar la certificación. Esta presión puede provenir de otros productores, organizaciones, consumidores o incluso políticas gubernamentales. Por último, **el control percibido** se refiere a la creencia del productor en su capacidad para llevar a cabo la certificación. Esto incluye factores como el acceso a recursos, conocimiento técnico y apoyo institucional (Harvey et al., 2021).

Continuando con la fundamentación teórica, la certificación orgánica influye decisivamente en múltiples dimensiones de la actividad empresarial, destacando especialmente en factores como son Gestión Empresarial, Sostenibilidad Ambiental, Calidad de Producción y Aspectos Sociales. Cada uno de estos factores no solo contribuye al posicionamiento estratégico de la empresa, sino que también fortalece su sostenibilidad a largo plazo y su responsabilidad social y ambiental (Thøgersen et al., 2019).

Gestión empresarial a partir de la certificación orgánica

La certificación orgánica en el sector cafetalero demanda una gestión empresarial eficiente y flexible. Los productores deben implementar sistemas de trazabilidad, control de calidad y cumplir con las normas establecidas. Además, es fundamental adaptarse a las

demandas del mercado y desarrollar estrategias de comercialización específicas para productos orgánicos. Por ello, una gestión empresarial sólida es clave para lograr una producción eficiente, aumentar la rentabilidad y acceder a mercados premium, donde los consumidores valoran la calidad y la sostenibilidad de los productos orgánicos (Ruben & Fort, 2012; Ezhilvani & Jayakumar, 2020).

En mercados internacionales los productos orgánicos certificados suelen gozar de una preferencia especial en segmentos de mercado premium donde los consumidores están particularmente sensibilizados respecto a la salud ambiental y personal (Arias de López et al., 2020). Por ello, la capacidad de imponer precios en mercados premium es un claro indicativo de cómo la certificación orgánica contribuye al crecimiento económico. Los productos que llevan el sello de certificación orgánica a menudo tienen precios más altos en el mercado debido a su valor percibido en términos de calidad y beneficios ambientales y de salud (Tang, 2020).

La certificación orgánica juega un papel crucial en la promoción de la sostenibilidad ambiental, impactando positivamente en la conservación de la biodiversidad, el manejo del suelo y la reducción de la contaminación (Fuller et al., 2021). Al evitar el uso de agroquímicos sintéticos, se protege la fauna y flora local, permitiendo que los ecosistemas funcionen de manera más natural y resiliente (Kurtz et al., 2021). Además, el manejo orgánico del suelo, que se centra en mantener la fertilidad a largo plazo mediante prácticas como la rotación de cultivos y el compostaje, contribuye a la mitigación del cambio climático al capturar y almacenar dióxido de carbono en el suelo (Grovermann et al., 2021; De Lima et al., 2022).

La certificación orgánica también promueve una gestión más sostenible del agua y reduce significativamente la contaminación de agua, aire y suelo al eliminar el uso de químicos sintéticos (M. Liu, 2022). Los sistemas de producción orgánica, con su suelo mejorado y mayor biodiversidad, son más resilientes frente a condiciones climáticas extremas, como sequías e

inundaciones, y se recuperan de los impactos del cambio climático de manera más efectiva que los sistemas convencionales (Brito et al., 2022).

Procesos de producción a partir de la certificación orgánica

La certificación orgánica revoluciona la producción al exigir prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. La adopción de insumos naturales y la prohibición de agroquímicos sintéticos impulsan la innovación en técnicas agrícolas, como la rotación de cultivos y el manejo integrado de plagas, para mantener la salud del ecosistema y la fertilidad del suelo (Carter et al., 2022). Además, la gestión eficiente de recursos como el agua y la energía, así como la reducción de residuos, son fundamentales en la producción orgánica (Koch et al., 2023). Implementar sistemas de captación de agua, usar energías renovables y reciclar subproductos no solo reduce el impacto ambiental, sino que también puede disminuir los costos operativos.

La certificación orgánica también implica rigurosos sistemas de control de calidad, incluyendo la trazabilidad de insumos y procesos, y auditorías periódicas para garantizar la transparencia y cumplimiento de los estándares (Koch et al., 2023). La restricción de químicos sintéticos fomenta la búsqueda de alternativas naturales y tecnologías avanzadas, impulsando la innovación en la producción (Wang et al., 2023). Además, la capacitación del personal en prácticas orgánicas es esencial para mantener la integridad orgánica en todas las etapas de producción, garantizando el cumplimiento de las normas y mejorando las habilidades de los empleados (Muttillainen et al., 2023).

Aspectos sociales a partir de la certificación orgánica

La certificación orgánica va más allá de la producción de alimentos, encarnando un compromiso profundo con el bienestar social. Mejora las condiciones laborales de los trabajadores agrícolas al reducir su exposición a sustancias peligrosas y promover salarios

justos y derechos laborales (Sarasty & Amin, 2023). Esto contribuye al bienestar de los empleados y sus familias, mejorando su calidad de vida.

Además, la certificación orgánica fomenta la equidad social al apoyar a pequeños productores y comunidades agrícolas (Yang et al., 2023). Proporciona acceso a mercados más lucrativos y redes de distribución que valoran los productos orgánicos, impulsando el desarrollo económico en áreas rurales marginadas. Esto permite reducir la pobreza y mejora la calidad de vida en comunidades que dependen de la agricultura. La certificación también fortalece comunidades enteras mediante programas de desarrollo comunitario y comercio justo, asegurando que el valor económico permanezca en las comunidades locales (Martins et al., 2024). Además, contribuye a la salud pública al limitar la contaminación química y ofrecer productos libres de aditivos, satisfaciendo la demanda de consumidores preocupados por su salud (Sacchi et al., 2024). Finalmente, refuerza la responsabilidad social corporativa de las empresas, mejorando su imagen y reputación al demostrar su compromiso con la sostenibilidad ambiental, el capital humano y la ética en los negocios (Omoto & Scott, 2016).

1.2.2. Dinámica Exportadora

La dinámica exportadora se refiere a los cambios y fluctuaciones en los mercados, tanto nacionales como internacionales, que afectan la oferta, la demanda y los precios de los productos. Estos cambios pueden ser causados por diversos factores, como la innovación tecnológica, los cambios en las preferencias de los consumidores, la aparición de nuevos competidores, las políticas gubernamentales y los eventos económicos globales. En el contexto de los agronegocios, la dinámica comercial es crucial, ya que los precios de los productos agrícolas pueden ser muy volátiles debido a factores como el clima, las plagas y las enfermedades. Además, los agronegocios están sujetos a políticas comerciales que pueden restringir o liberalizar el comercio de productos agrícolas. Entender y adaptarse a la dinámica comercial es fundamental para que las empresas y los países sigan siendo competitivos en un

mundo globalizado. Los estudios sobre la dinámica comercial de la tara en Perú, el café peruano en la Unión Europea y el litio a nivel mundial, ejemplifican cómo los cambios en la oferta, la demanda, los precios y los factores tecnológicos e institucionales pueden afectar significativamente la producción, exportación y consumo de estos productos. Estos estudios resaltan la importancia de analizar la dinámica comercial para comprender el funcionamiento de los mercados y tomar decisiones estratégicas en el sector de los agronegocios (Cabrera et al., 2022; Montes et al., 2023; Zícari et al., 2019).

El concepto de competitividad en el comercio internacional ha evolucionado desde las teorías clásicas de Adam Smith y David Ricardo hasta los modelos más complejos actuales. Béla Balassa, basándose en este trabajo previo, desarrolló el índice de Ventaja Comparativa Revelada (RCA), una herramienta fundamental para medir y comprender la competitividad en el comercio internacional. Este índice, que compara la participación de las exportaciones nacionales de un producto con la participación de las exportaciones internacionales del mismo producto, ha sido ampliamente adoptado por investigadores y economistas de todo el mundo. Un RCA superior a 1 indica que un país tiene una ventaja comparativa en la producción y exportación de un producto específico, lo que significa que es relativamente más eficiente en la producción de ese bien en comparación con otros países (Mizik, 2021).

a) Ventaja Comparativa Revelada (RCA) y Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (NRCA):

La ventaja comparativa, como la definen Ricardo (2003) y Krugman & Obstfeld (2012) consiste en la habilidad de un país para producir un bien a un costo de oportunidad inferior al de otro país. Esto significa que un país puede beneficiarse del comercio internacional especializándose en la producción de bienes o servicios en los que es relativamente más eficiente, incluso si no tiene una ventaja absoluta en la producción de ningún bien. En el modelo de Heckscher-Ohlin, la ventaja comparativa surge de las diferencias en la dotación de factores

de producción, como tierra, trabajo y capital, entre países. Así, un país con abundancia de mano de obra tenderá a especializarse en productos intensivos en mano de obra, mientras que un país con abundancia de capital se especializará en productos intensivos en capital (Alonso, 2021; Galván & Santos, 2019; Hernández et al., 2023; López et al., 2023).

El índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR), introducido por (Balassa, 1965a), es una herramienta empleada para calcular empíricamente la ventaja comparativa de un país en un producto específico. Este índice establece una comparación entre la proporción que un producto representa en las exportaciones de un país y la proporción que ese mismo producto tiene en las exportaciones a nivel global. Un IVCR mayor a 1 indica que el país tiene una ventaja comparativa revelada en ese producto, lo que sugiere que el país es relativamente más eficiente en la producción de ese bien en comparación con otros países (Ahmad et al., 2021; Apaza & Riquelme, 2022)

Una extensión del índice RCA es la Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (NRCA), que se utiliza para analizar la competitividad del comercio agroalimentario mundial. Esta herramienta proporciona información valiosa sobre los patrones comerciales y la especialización de los países en la producción y exportación de productos agrícolas. La NRCA tiene en cuenta no solo las ventajas comparativas, sino también otros factores relevantes, como los costos de producción y las políticas comerciales, para ofrecer una evaluación más completa de la competitividad en el sector agroalimentario. El índice RCA y sus variantes, como la NRCA, son herramientas esenciales para comprender la dinámica del comercio internacional y la competitividad de los países en el mercado global (Mizik, 2021).

b) Ventaja Comparativa Revelada (VCR) a Nivel País y Región

La Ventaja Comparativa Revelada (VCR) a nivel país, introducida por Balassa (1965) se utiliza para medir empíricamente la ventaja comparativa de un país en un producto específico. El índice de Balassa (IVCR) contrasta la proporción de un producto específico en

las exportaciones de un país con su proporción en las exportaciones globales. Un IVCR superior a 1 señala una ventaja comparativa revelada, indicando una mayor eficiencia relativa en la producción de ese bien en comparación con otros países. (Alonso, 2021; Cruz López, 2021; Quintero-Ramírez et al., 2020; Valeria et al., 2023).

A nivel regional, la Ventaja Comparativa Revelada (VCR) se utiliza para analizar la especialización y competitividad de una región en la producción y exportación de ciertos bienes (Apaza & Riquelme, 2022; Hernández Trejo, V. Á., 2019; Estrada & Arrieta, 2021; Palacios & Cauca, 2021).

c) Competitividad Empresarial Según Porter: Actividades Primarias, Secundarias y Estrategias Competitivas

La competitividad empresarial, de acuerdo con el modelo de la cadena de valor de Porter (2008) se basa en la capacidad de crear valor superior al de la competencia. La cadena de valor se estructura en actividades primarias (logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, y servicio posventa) y actividades de soporte (infraestructura, gestión de recursos humanos, desarrollo tecnológico y aprovisionamiento). Cada actividad contribuye a la creación de valor y a la consolidación de la ventaja competitiva de cada una de las empresas (Porter, 2008). El análisis de la estructura de la cadena de valor permite a identificar en el análisis interno las fortalezas y debilidades, así como el análisis externo las oportunidades y amenazas en el entorno competitivo, optimizando así sus procesos y estrategias para lograr una mayor competitividad (Riquelme, 2020; Vergara, 2019; Vivar-Astudillo et al., 2020).

Figura 1*Cadena genérica de Porter*

Nota. Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad, Porter 2006, citado por (Quintero & Sánchez, 2006).

Las estrategias competitivas genéricas propuestas por Michael Porter constituyen herramientas esenciales para alcanzar una posición ventajosa en el mercado. Entre ellas, el liderazgo en costos se destaca por su enfoque en la eficiencia productiva, buscando minimizar los costos y ofrecer precios competitivos (Porter, 2008); la diferenciación busca crear productos o servicios únicos y de mayor valor percibido. El enfoque se centra en alcanzar la satisfacción de las necesidades de acuerdo con el segmento de cada mercado objetivo. Además, existen estrategias híbridas, como el enfoque en costos y el enfoque en diferenciación, aplicables a nichos específicos. La selección de la estrategia adecuada debe basarse en un análisis exhaustivo de los recursos internos de la empresa, el entorno competitivo y las dinámicas del mercado (Tanwar, 2013).

1.3. Bases Conceptuales

Bajo el contexto de la fundamentación de la base teórica de las variables “Certificación orgánica” y “Dinámica Exportadora”, se construyó la operacionalización de las variables, logrando construir con el propósito de analizar el problema de la investigación.

A continuación, se presenta:

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
VI: Certificación Orgánica	Gestión empresarial	- Gestión de sostenibilidad - Cadena de suministro - Gobierno corporativo
	Sostenibilidad Ambiental	- Conservación de la Biodiversidad - Mejora de la Calidad del Suelo - Reducción de la Contaminación y Gestión del Agua
		- Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero - Resiliencia ante el Cambio Climático
	Calidad de Producción	- Adopción de Prácticas Agrícolas Orgánicas - Gestión Integrada de Recursos - Certificación y Control de Calidad - Innovación en la Producción - Capacitación y Desarrollo del Personal
	Aspectos Sociales	- Mejora de Condiciones Laborales - Fomento de la Equidad Social - Empoderamiento Comunitario - Promoción de la Salud Pública

		- Cultura de Responsabilidad Social Corporativa
		- Exportaciones de café peruano
	Ventaja	- Exportaciones peruanas
VD:	comparativa	- Exportación mundial del café
Dinámica	Nacional	- Exportaciones mundiales
exportadora		
	Ventaja	- Exportaciones de café de Cajamarca
	comparativa	- Exportaciones de Cajamarca
	Regional	- Exportaciones de café peruano
		- Exportaciones peruanas
	Competitividad	- Actividades primarias
	Empresarial	- Actividades secundarias

Nota. Elaboración propia de citas bibliográficas obtenida en la fundamentación teórica.

1.4 Hipótesis

H1: La certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024.

H0: La certificación orgánica no es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024.

CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Diseño de contrastación de hipótesis

Se ha considerado utilizar la estadística inferencial a través del Rho de Spearman para identificar la relación entre las variables identificadas.

La presente investigación se adopta un enfoque cuantitativo, que permite la recolección y el análisis de datos numéricos para determinar la probabilidad de incidencia de los factores de éxito que involucran el desempeño de la certificación orgánica en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del departamento de Cajamarca (Hernández et al., 2006). Este enfoque facilita la objetividad y la precisión en la medición de variables específicas y la generación de resultados basados en estadísticas. La investigación es de alcance descriptivo y se centra en describir características específicas de la certificación orgánica y la dinámica exportadora del café en grano verde a nivel regional, país y mundial. Aunque el estudio también proporciona una imagen detallada en un momento determinado, no busca establecer relaciones de causa-efecto entre las variables (Monroy & Nava, 2018).

Tabla 2

Diseño metodológico

Detalle	Descripción
Enfoque	Cuantitativa
Tipo	Investigación básica
Diseño	No Experimental
Nivel	Descriptivo Correlacional
Unidad de Análisis	Empresa exportadora de café orgánico en grano verde de la región de Cajamarca.

El diseño de la investigación es no experimental, ya que se recopilan datos en un único momento, en un tiempo específico, sin manipulación de variables. Este diseño permite observar

las condiciones en que se encuentran las variables de estudio durante el año 2024 (Fresno, 2019). Correspondiendo al enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es básica, con el objetivo principal de generar conocimiento y comprensión sobre el fenómeno de estudio, sin buscar aplicaciones prácticas inmediatas (Pérez et al., 2020).

El nivel de investigación según el diseño es descriptivo correlacional, ya que el propósito del estudio primero es describir los fenómenos de la dinámica comercial y los factores de éxito que la certificación orgánica de las empresas exportadoras de café en grano verde del departamento Cajamarca, por último, observar y examinar la relación de ambas variables bajo un contexto natural que permita determinar la probabilidad de incidencia de los factores de éxito que involucran el desempeño de la certificación orgánica en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del departamento de Cajamarca (Hernández et al., 2006; Lenz et al., 2014).

Figura 2

Diseño de investigación correlacional



Nota. Diseño de la investigación correlacional.

Dónde:

Y1: Factores de éxito de la certificación orgánica

Y2: Dinámica exportadora

X: Muestra

2.2. Población y muestra

La presente investigación cuenta con dos poblaciones. A continuación, se detalla:

2.2.1. Primera población

La primera población es elegida por ser representativa de la dinámica exportadora de la región en el sector del café, realizando un análisis a nivel regional y nacional con el mundo. La población está conformada por los despachos de exportación, datos estadísticos del café en grano verde del 2014 al 2024, producto oro verde que destaca en el sector agrícola y forma parte de la canasta de la oferta exportable peruana (Ferreyra & De Lonqui, 2014). Dado el alcance y las características específicas de esta población, se optará por un muestreo no probabilístico por conveniencia (García, 2016).

En el análisis de datos, la competitividad de la dinámica exportadora a nivel regional y nacional con el mundo, se obtendrá información según el (SUNAT, 2024), donde el producto café en grano verde se encuentra clasificado bajo la subpartida nacional 0901.11.90.00, cuya descripción arancelaria está definida como “Los demás”. Asimismo, la dinámica exportadora a nivel mundial del café en grano verde se analizará bajo la subpartida del sistema armonizado a nivel de 06 dígitos 0901.11, cuya descripción arancelaria se encuentra denominada como café sin tostas sin descafeinar, datos estadísticos obtenidos de la base de datos de Comtrade (UN COMTRADE) de la herramienta de Trade Map de la Internacional Trade Centre (INTRACEN).

Al abordar en el primer objetivo sobre la estructura de mercado y la competitividad del café en grano verde, se ha recurrido al cálculo y la evaluación de índices específicos, contruidos a partir de los flujos comerciales que se registran entre las naciones. Son estos indicadores, precisamente, los que se presentan a continuación:

Para el índice Herfindahl-Hirschman (IHH) se expresa bajo la siguiente fórmula:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Donde se interpreta, " S_i^2 " denota las cuotas de mercado al cuadrado y " n " denota el número de países en el sector. Para la interpretación de los hallazgos, se ha tomado como referencia la clasificación propuesta por el Departamento de Justicia de Estados Unidos junto a la Comisión Federal de Comercio. Dicha interpretación, establece que los resultados por debajo de los 1500, resulta que el mercado no se encuentra concentrado. Por otro lado, si los valores se ubican entre el rango de 1500 y 2500, se interpreta de un mercado moderadamente concentrado; y, por último, se considera que un mercado está altamente concentrado cuando el HHI se posiciona por encima de 2500 (United States Department of Justice, 2010).

En lo que respecta al comportamiento dentro del mercado internacional, el índice neto de exportación (NEI) se presenta como una herramienta de gran utilidad para su comprensión. Este indicador, en esencial, toma en consideración el flujo de las exportaciones e importaciones de un país para un producto en particular (Banterle & Carraresi, 2007; Thome & Paiva, 2020). El cálculo del NEI se expresa de la siguiente forma:

$$NEI_i^t = \frac{X_i^t - M_i^t}{W_i^t}$$

Donde X_i^t expresa las exportaciones del país del producto i en el periodo t ; M_i^t expresa las importaciones del país del producto i en el periodo t ; y W_i^t expresa el comercio total del país (exportaciones más importaciones) del producto i en el periodo t . Es preciso señalar que el NEI se mueve dentro de un rango que va desde -1 hasta 1. En este sentido, un valor de -1 significa que el país sólo se dedica a la importación del producto. Por el contrario, un resultado de 1 significa que dicho país se dedica de forma exclusiva a la exportación del producto. Sin embargo, cuando el valor del NEI se sitúa en 0, esto nos indica que las exportaciones e importaciones del país han alcanzado el mismo nivel.

Para la medición de la ventaja comparativa, uno de los indicadores más conocidos en el análisis de la competitividad es, sin lugar a duda, el índice de Ventaja Comparativa Revelada

(VCR), desarrollado originalmente por (Balassa, 1965b). No obstante, a pesar de su uso generalizado, el índice VCR ha estado exento de críticas. Se ha señalado, por ejemplo, que tiende a descuidar los efectos asimétricos que pueden surgir a raíz de políticas públicas sectoriales. En consecuencia, esta disparidad inherente al índice VCR podría afectar su interpretación, sobre todo al sobreestimar la posición de un sector cuando los valores se ubican entre 0 y 1 (Balogh & Jámbor, 2017).

Buscando justamente corregir estas limitaciones, (Dalum et al., 1998) propusieron una versión simétrica del indicador, conocida como el índice de Ventaja Comparativa Simétrica Revelada (RSCA). Es por esta razón que en el presente artículo se ha optado por utilizar RSCA (Mizik, 2021).

La fórmula del RSCA de acuerdo con la investigación es la siguiente:

$$RSCA_{ij} = \frac{RCA_j^i - 1}{RCA_j^i + 1}$$

Los resultados del RSCA se interpreta que toma valores entre -1 y 1, destacando los valores entre 0 y 1 indican que el país (*j*) posee una ventaja exportadora comparativa revelada en el producto (*i*) y los valores entre -1 y 0 reflejan que el país (*j*) no posee una ventaja exportadora comparativa revelada (Othman et al., 2022; Montes Ninaquispe et al., 2024).

Los criterios de inclusión y/o exclusión que se considerar en la población fue lo siguiente:

La clasificación arancelaria de café en grano verde sea clasificada bajo el arancel 2022.

Información estadística durante los años 2014 al 2024.

Gestionar la búsqueda y proceso de café en grano verde.

2.2.2. Segunda población

La segunda población está conformada por 40 empresas exportadoras de café en grano verde con certificación orgánica del departamento de Cajamarca. Se seleccionarán empresas

basadas en su accesibilidad y disposición para participar en el estudio de acuerdo con la información proporcionada por la herramienta de inteligencia de Infotrade (PROMPERU, 2024).

Los criterios de inclusión y/o exclusión que se consideraron en la población fue lo siguiente:

Empresas exportadoras de café en grano verde con certificación orgánica.

Empresas del departamento de Cajamarca.

Empresas que exportaron en el año 2023 y 2024.

La muestra a considerar en la investigación es la misma población, ya que, al tener una población pequeña, se ha considerado trabajar con la misma cantidad de unidad de análisis seleccionada en el departamento de Cajamarca (Hernández et al., 2006; Pérez et al., 2020). Por ello, la muestra estuvo compuesta por 40 empresas exportadoras de café en grano verde con certificación orgánica, número que se obtuvo según la información proporcionada por SUNAT durante el periodo mencionado.

Asimismo, el tipo de muestreo es estratificado, ya que la selección de empresas estará distribuida por provincia, con el propósito de tener un equilibrio porcentual para alcanzar el logro del propósito del estudio.

Tabla 3

Muestreo estratificado por provincia de la región de Cajamarca

Provincia	Cantidad de empresas de café con certificación orgánica
Jaén	27
San Ignacio	13
Cajamarca	4
Chota	1
Suma Total	40

2.3. Técnicas, instrumentos y procesamiento de datos

Para la población 1, los datos serán recolectados a través de la técnica documentaria, a través del instrumento como es la recolección de datos a través de las bases de datos obtenidas de fuentes secundarias que aporten información relevante sobre las exportaciones de café en grano verde. Para el análisis de los datos se emplearán los índices de identificar patrones, tendencias y diferencias en la dinámica exportadora de las empresas con certificación orgánica. El procesamiento de datos se utilizará el Microsoft Excel (Dihigo, 2006).

Para la población 02, los datos serán recolectados mediante la técnica encuesta a través del instrumento cuestionario estructurado, que será diseñado para evaluar diversos aspectos de la certificación orgánica y el éxito exportador. Los cuestionarios serán administrados de manera presencial realizando visitas a las empresas, también se empleará vía telefónica, así como también envió formulario Google a través de correos electrónicos a los gerentes o encargados de exportación de las empresas seleccionadas. El procesamiento de datos se analizará mediante el software IBM SPSS Statistics 26.

Por otro lado, en cuanto a su procesamiento, los resultados serán tabulados en Microsoft Excel 2016 y analizados a través programas estadísticos para el análisis de la correlación usando el Rho de Spearman en el SPSS.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y departamento de Cajamarca, 2014 al 2024.

La inferencia de los resultados obtenidos para identificar la competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y departamento de Cajamarca, 2014 al 2024, fueron recolectados a través de SUNAT y bases de datos de inteligencia comercial como AZATRADE. A partir del cual se consideró el análisis detallado de la competitividad a partir del siguiente análisis.

3.1.1. *Análisis del comercio mundial del café*

a. Exportaciones mundiales

Durante el período 2014-2024 que se observa en la tabla 4, el comercio mundial de café en grano verde evidenció una tendencia creciente tanto en valor como en volumen. Las exportaciones globales pasaron de 20,442 millones de dólares en 2014 a 33,781 millones en 2024, lo que representa un incremento del 65%. En términos de volumen, el crecimiento fue menos acelerado: de 6,986 mil toneladas métricas (TM) en 2014 a 7,753 mil TM en 2024, equivalente a un aumento del 11%. Esta diferencia sugiere un incremento significativo en el precio promedio por tonelada exportada, probablemente asociado a factores como mejoras en calidad, diversificación de origen o mayor demanda en segmentos de café especial.

El análisis por país revela una fuerte concentración en pocos actores. En 2024, Brasil lideró el mercado con el 34% del total exportado en valor (11,338 millones de USD), seguido por Vietnam (12%) y Colombia (10%). Estos tres países representaron en conjunto el 56% del mercado mundial, reflejando una estructura oligopólica en el comercio global del café. El resto de los países, incluido Perú, comparten porcentajes similares dentro de un bloque secundario de exportadores.

En este contexto, Perú alcanzó una participación del 3% en las exportaciones mundiales de café en grano verde en 2024, exportando un total de 1,101 millones de dólares. Esto representa un crecimiento del 47% respecto a 2014, cuando exportó 748 millones. En cuanto al volumen que se observa en la tabla 5, se incrementó de 185 mil TM en 2014 a 244 mil TM en 2024, lo que equivale a un aumento del 31%. Estos resultados muestran una evolución positiva tanto en cantidad como en valor, aunque la participación relativa de Perú en el mercado global se ha mantenido constante.

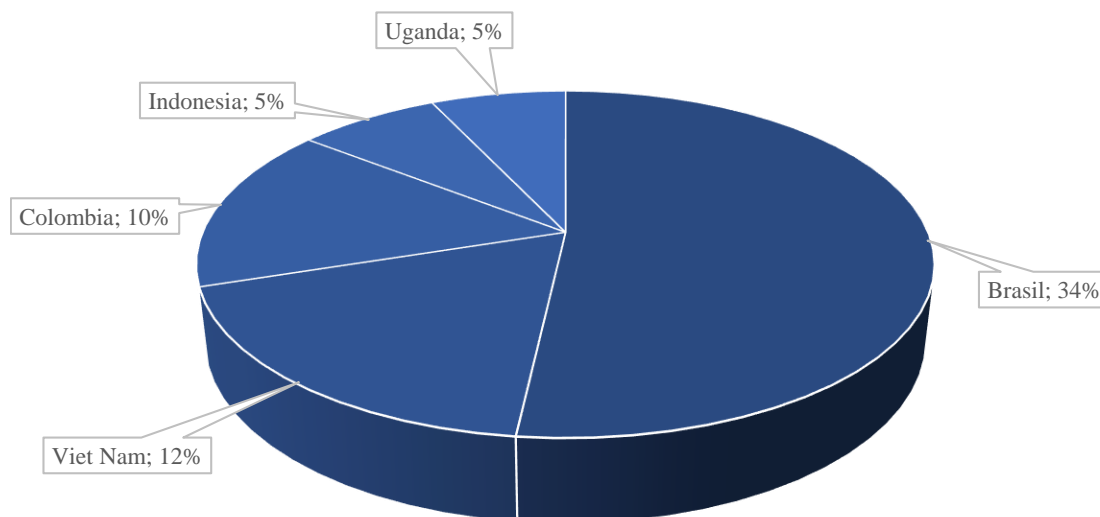
El hecho de que el crecimiento en valor haya superado al crecimiento en volumen sugiere que Perú ha mejorado su precio promedio por tonelada exportada, lo cual puede estar asociado a una mayor calidad del café, mejor posicionamiento en mercados de especialidad o incremento de la demanda internacional por el café peruano. En comparación con Colombia, que tuvo un crecimiento más moderado en volumen (5%) y un crecimiento en valor de 37%, Perú ha mostrado un dinamismo relativamente más competitivo en el periodo analizado.

En contraste, Vietnam experimentó una caída del 4% en volumen exportado a pesar de un aumento en valor del 22%, lo que indica mejoras en el precio unitario, pero pérdida de posicionamiento en cantidades físicas.

De esta forma se refleja que el Perú enfrenta una competitividad de cierta manera moderada y sostenible en términos del comercio internacional, que si bien no ha incrementado su participación en el mercado global, este ha generado una expansión en términos de volumen, que conlleva a visibilizar la importancia de la dinámica exportadora y su posicionamiento que ha sido relativo, evidenciando una tendencia que viene fortaleciendo su dinámica exportadora y mejorando el posicionamiento relativo en aquellos nichos de mayor valor agregado.

Figura 3

Participación de los principales exportadores mundiales de café en grano verde, 2024



Nota. Datos obtenidos de la base de datos de Trade Map del ITC (2025)

Tabla 4

Exportaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Millones USD).

N°	Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Part. 2024
1	Brasil	6,040	5,555	4,843	4,600	4,360	4,544	4,974	5,805	8,514	7,315	11,338	34%
2	Viet Nam	3,268	2,342	2,967	3,008	2,812	2,135	1,887	2,060	2,823	2,978	3,993	12%
3	Colombia	2,473	2,527	2,418	2,514	2,268	2,273	2,447	3,092	3,962	2,792	3,393	10%
4	Indonesia	1,031	1,190	1,001	1,176	809	872	809	849	1,136	916	1,623	5%
5	Uganda	409	401	372	555	436	438	514	713	857	951	1,547	5%
6	Etiopía	784	775	725	937	793	794	794	1,186	1,507	1,218	1,435	4%
7	Honduras	783	932	858	1,290	1,111	955	869	1,288	1,482	1,477	1,266	4%
8	India	534	535	546	635	512	499	461	623	756	741	1,123	3%
9	Perú	748	580	756	709	667	620	640	757	1,234	827	1,101	3%
10	Guatemala	667	663	650	748	680	663	650	926	1,113	946	913	3%
11	Bélgica	504	595	514	658	576	559	621	785	1,128	913	885	3%
12	Alemania	600	498	512	584	553	495	547	652	822	738	843	2%
13	Nicaragua	396	392	402	510	418	458	438	508	714	607	524	2%
14	Países Bajos	67	63	78	73	83	86	74	85	293	286	412	1%
15	México	302	330	235	350	313	196	247	255	460	303	366	1%
	Los demás	1,836	1,876	1,939	1,831	1,951	1,895	1,886	2,032	3,258	2,698	3,017	9%
	Suma total	20,442	19,253	18,816	20,178	18,341	17,482	17,857	21,615	30,060	25,707	33,781	100%

Nota. Datos obtenidos de la base de datos de Trade Map del ITC (2025).

Tabla 5*Exportaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Miles TM)*

N°	Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Part. 2024
1	Brasil	1,986	2,005	1,824	1,648	1,827	2,215	2,373	2,283	2,132	2,117	2,769	36%
2	Viet Nam	1,632	1,259	1,679	1,434	857	1,388	1,208	1,164	639	789	1,073	14%
3	Colombia	618	711	733	710	711	751	693	685	625	576	648	8%
4	Uganda	212	219	211	287	252	277	329	405	370	369	391	5%
5	Indonesia	383	500	412	464	277	356	376	385	434	276	312	4%
6	Honduras	242	285	310	435	430	412	321	388	290	341	291	4%
7	Etiopía	196	198	195	247	235	260	231	304	273	235	269	3%
8	India	196	209	250	263	230	233	206	263	270	232	254	3%
9	Perú	185	175	239	246	256	227	213	192	246	205	244	3%
10	Guatemala	184	183	182	203	206	216	188	226	193	182	189	2%
11	Bélgica	159	187	185	211	212	217	243	262	268	216	179	2%
12	Alemania	182	166	188	193	201	200	197	208	193	176	176	2%
13	Nicaragua	112	103	118	148	137	170	149	152	156	140	122	2%
14	Países Bajos	16	17	23	21	24	26	21	23	62	74	86	1%
15	Tanzanía, República Unida de	44	58	59	41	56	76	64	68	54	84	82	1%
16	Los demás	639	573	640	583	661	682	662	578	727	654	667	9%
	Suma total	6,986	6,850	7,248	7,135	6,573	7,705	7,474	7,584	6,933	6,662	7,753	100%

Nota. Datos obtenidos de la base de datos de Trade Map del ITC (2025).

Tabla 6

Cuota exportadora y HHI de los exportadores mundiales de café en grano verde, 2014 al 2024

N°	Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Brasil	29.55	28.85	25.74	22.80	23.77	25.99	27.85	26.85	28.32	28.46	33.56
2	Viet Nam	15.99	12.16	15.77	14.91	15.33	12.21	10.57	9.53	9.39	11.58	11.82
3	Colombia	12.10	13.12	12.85	12.46	12.36	13.00	13.70	14.30	13.18	10.86	10.05
4	Indonesia	5.04	6.18	5.32	5.83	4.41	4.99	4.53	3.93	3.78	3.56	4.80
5	Uganda	2.00	2.08	1.97	2.75	2.38	2.50	2.88	3.30	2.85	3.70	4.58
6	Etiopía	3.84	4.02	3.85	4.64	4.33	4.54	4.44	5.48	5.01	4.74	4.25
7	Honduras	3.83	4.84	4.56	6.39	6.06	5.46	4.86	5.96	4.93	5.75	3.75
8	India	2.61	2.78	2.90	3.15	2.79	2.86	2.58	2.88	2.51	2.88	3.32
9	Perú	3.66	3.01	4.02	3.51	3.64	3.54	3.58	3.50	4.11	3.22	3.26
10	Guatemala	3.26	3.44	3.46	3.71	3.71	3.79	3.64	4.28	3.70	3.68	2.70
11	Bélgica	2.46	3.09	2.73	3.26	3.14	3.20	3.48	3.63	3.75	3.55	2.62
12	Alemania	2.93	2.59	2.72	2.89	3.01	2.83	3.06	3.02	2.73	2.87	2.50
13	Nicaragua	1.94	2.04	2.14	2.53	2.28	2.62	2.45	2.35	2.38	2.36	1.55
14	Países Bajos	0.33	0.33	0.42	0.36	0.45	0.49	0.41	0.39	0.97	1.11	1.22
15	México	1.48	1.72	1.25	1.74	1.71	1.12	1.38	1.18	1.53	1.18	1.08
	HHI	1,466	1,382	1,308	1,148	1,209	1,255	1,321	1,265	1,321	1,315	1,570

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de los datos ejecutados.

En cuanto al análisis de la tabla 6, sobre el Índice Herfindahl-Hirschman (HHI), muestra que en el periodo 2014-2024, el panorama competitivo del café en grano verde, muestra una concentración del poder de mercado y un reacomodo en las posiciones de los principales países exportadores, al escalar de 1,148 en el 2017 que es una moderada concentración hasta el 1,570 en el 2024, que involucra un cambio de estructura del poder de mercado, que consolida un número de menores mercados dominantes, generando un entorno cada vez mas complejo en la pequeños exportadores.

10	Guatemala	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
11	Bélgica	-0.24	-0.18	-0.22	-0.11	-0.12	-0.13	-0.10	-0.12	-0.17	-0.11	-0.19	
12	Alemania	-0.69	-0.72	-0.70	-0.68	-0.67	-0.67	-0.67	-0.67	-0.71	-0.66	-0.72	
13	Nicaragua	0.99	0.99	0.99	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
14	Países Bajos	-0.77	-0.77	-0.71	-0.77	-0.74	-0.70	-0.73	-0.73	-0.52	-0.46	-0.30	
15	México	0.64	0.53	0.32	0.72	0.79	0.62	0.73	0.82	0.91	0.85	0.50	
		Predominantemente Importador						Predominantemente Exportador					

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de los datos ejecutados.

En lo referente a la tabla 7, el índice neto de las exportaciones de café en grano verde, involucra un análisis del flujo comercial global del café, que parte desde los productores de origen de centros de procesamiento y re-exportación; ello involucra que Perú alcanza el valor de 1.00 en el periodo analizado, siendo calificado como exportador puro, que comprende ser parte de un grupo de élite de las naciones productoras relacionadas a Brasil, Colombia, Honduras y Etiopía. A diferencia de Alemania y Bélgica que involucra que los índices negativos evidencian que su rol como importadores netos y procesadores es clave; es decir, son clientes estratégicos para los países productores, no competidores a nivel de origen.

En este análisis implica del índice neto de exportaciones que la integridad de su identidad de origen genera una trazabilidad completa desde la finca hasta el comprador, es el activo estratégico clave para construir una propuesta de valor premium, lo que posiciona al café peruano al diferenciarse de la presión de los mercados de volumen y apelar directamente a un segmento de compradores que prioriza la transparencia y la historia detrás del producto.

Tabla 8

Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (RSCA) de las exportaciones mundiales de café en grano verde

N°	Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Brasil	0.92	0.92	0.91	0.90	0.90	0.91	0.92	0.91	0.91	0.90	0.92
2	Viet Nam	0.90	0.85	0.87	0.85	0.85	0.79	0.74	0.73	0.72	0.77	0.69
3	Colombia	0.95	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	0.96	0.96
4	Indonesia	0.69	0.74	0.71	0.72	0.65	0.70	0.66	0.58	0.52	0.53	0.63
5	Uganda	0.99	0.99	0.98	0.99	0.99	0.98	0.98	0.99	0.99	0.99	0.99
6	Etiopía	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	1.00	0.99	0.99
7	Honduras	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.98
8	India	0.21	0.27	0.28	0.30	0.25	0.25	0.24	0.24	0.16	0.22	0.29
9	Perú	0.89	0.87	0.89	0.87	0.87	0.87	0.88	0.86	0.88	0.84	0.83
10	Guatemala	0.97	0.96	0.96	0.97	0.97	0.97	0.96	0.97	0.97	0.97	0.96
11	Bélgica	-0.01	0.12	0.04	0.14	0.13	0.15	0.18	0.19	0.19	0.19	0.06
12	Alemania	-0.46	-0.51	-0.51	-0.48	-0.46	-0.47	-0.44	-0.42	-0.42	-0.43	-0.48
13	Nicaragua	0.97	0.97	0.97	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98	0.97	0.96
14	Países Bajos	-0.81	-0.79	-0.75	-0.78	-0.74	-0.73	-0.77	-0.78	-0.52	-0.47	-0.42
15	México	-0.18	-0.15	-0.31	-0.15	-0.16	-0.37	-0.27	-0.31	-0.21	-0.36	-0.41

Desventaja extrema



Ventaja extrema

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de los datos ejecutados

En lo referente a la tabla 8, se observa que la Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (RSCA) en las exportaciones mundiales de café en grano verde muestra un panorama donde países como Brasil, Colombia, Vietnam, Honduras, Etiopía, Perú y Guatemala mantienen consistentemente una posición de ventaja comparativa extrema durante el período 2014–2024, con valores cercanos o superiores a 0.80, lo que refleja su consolidación como líderes en el mercado internacional. A diferencia de los países de Bélgica, Alemania, Países Bajos y México donde se observa un resultado negativo con

relación a las exportaciones de café en grano verde. El Perú, con valores sostenidos cercanos a 0.90, demuestra que posee condiciones sólidas para competir en el mercado global del café, y este hallazgo resulta altamente relevante para la investigación sobre la certificación orgánica en Cajamarca, dando pie a que la certificación se convertiría en un factor diferencial en consolidar nichos de mercado para el café orgánico.

b. Importaciones mundiales

En el periodo 2014-2024, las importaciones mundiales de café en grano verde evidenciaron un crecimiento sostenido en términos de valor, acompañado por un aumento más moderado en volumen.

En el 2014, el total de importaciones alcanzó los 20,577 millones de dólares, mientras que en 2024 esta cifra se elevó a 33,525 millones, lo que representa un incremento acumulado del 63%. Mientras, el volumen importado en ese mismo periodo creció apenas un 16%, al pasar de 6,112 mil toneladas métricas (TM) a 7,101 mil TM, lo que involucra una tendencia creciente en las importaciones mundiales, que a su vez refleja precios más altos por tonelada y una creciente demanda de cafés diferenciados, certificados o de especialidad.

Los principales países industrializados que reflejan una fuerte concentración son Estados Unidos, quien lideró el ranking con importaciones por 6,320 millones de dólares en 2024, representando el 19% del total global, seguido por Alemania con el 15%, e Italia con el 8%. Mientras Japón y Bélgica completaron el grupo de los cinco mayores compradores, con participaciones del 5% y 4% respectivamente. Los mencionados países han concentrado más del 50% del valor total importado y lo que genera la evidencia de un mercado altamente centralizado en términos económicos.

Es importante resaltar la importancia de nuevos mercados importadores como China, donde creció seis veces el valor de sus importaciones, al pasar de 134

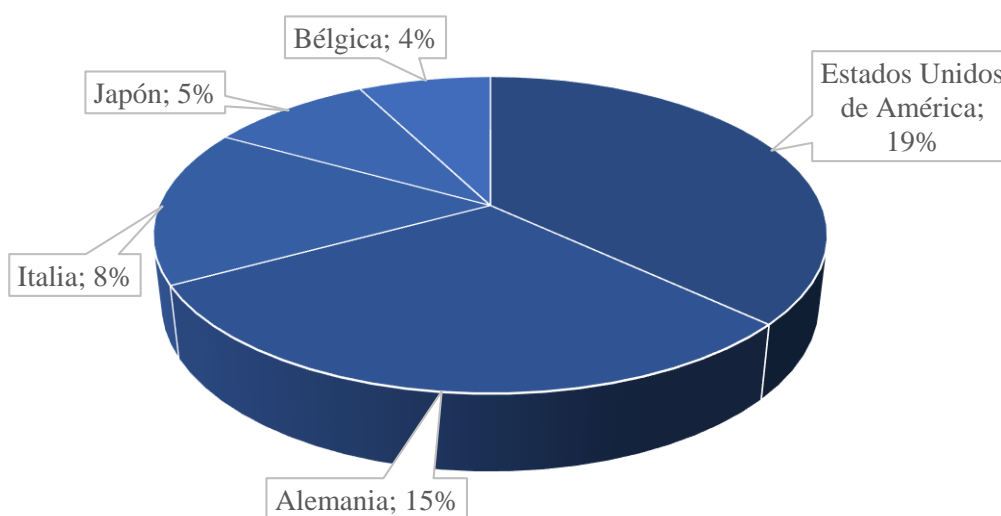
millones de dólares en 2014 a 837 millones en 2024, lo que representa un crecimiento del 524%. En volumen, sus compras aumentaron de 61 mil TM a 181 mil TM, un 197% más. Siendo China un país emergente en el cual la relevancia para los exportadores les permite posicionarse como un mercado en expansión.

Mientras los países de Corea del Sur, Polonia, Suiza y Canadá refleja importantes crecimientos en valor y volumen de importación de café en grano verde, originando una evolución creciente y mercado atractivos, que vienen gestando nuevas culturas de consumo de café de calidad.

Es por ello, que el que las importaciones mundiales de café verde en el periodo de análisis 2014-2024, involucra un mercado en transformación, que genera una continuidad de potencias tradicionales, el crecimiento de los mercados y el incremento sostenido de los precios promedio del producto que plantean relevantes exigencias y oportunidades para los países exportadores.

Figura 4

Participación de los principales importadores mundiales de café en grano verde, 2024



Nota. Datos obtenidos de la base de datos de Trade Map del ITC (2025).

Tabla 9*Importaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Millones USD)*

N°	Importadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Part. 2024
1	Estados Unidos	4,888	4,826	4,532	4,909	4,414	4,384	4,210	4,945	7,371	5,673	6,320	19%
2	Alemania	3,214	3,106	2,937	3,111	2,792	2,549	2,737	3,241	4,763	3,592	5,166	15%
3	Italia	1,447	1,546	1,421	1,539	1,497	1,359	1,240	1,459	2,307	2,155	2,745	8%
4	Japón	1,332	1,477	1,310	1,318	1,147	1,140	1,053	1,184	1,625	1,424	1,594	5%
5	Bélgica	818	861	802	824	730	725	763	1,007	1,592	1,144	1,299	4%
6	España	715	655	618	680	597	555	576	590	903	817	1,165	3%
7	Suiza	578	630	531	586	597	585	663	778	1,081	1,023	1,162	3%
8	Francia	691	620	535	590	602	559	621	666	924	950	1,039	3%
9	Canadá	645	626	623	708	623	607	607	766	1,068	856	1,034	3%
10	China	134	119	112	129	136	136	158	346	504	614	837	2%
11	Corea, República de	426	434	421	487	442	427	454	543	877	708	818	2%
12	Países Bajos	531	483	461	550	550	483	469	541	926	765	769	2%
13	Reino Unido	496	538	595	520	534	486	421	454	717	634	654	2%

14	Rusia, Federación de	392	357	367	450	387	404	416	504	562	465	536	2%
15	Polonia	200	254	226	290	289	251	290	314	411	420	522	2%
Los demás		4,068	4,313	4,141	4,561	4,541	4,255	4,215	4,812	7,056	6,893	7,867	23%
Suma total		20,577	20,844	19,633	21,251	19,878	18,905	18,893	22,151	32,687	28,134	33,525	100%

Nota. Datos obtenidos de la base de datos de Trade Map del ITC (2025).

Tabla 10

Importaciones mundiales de café en grano verde durante el periodo 2014 al 2024 (Miles TM)

N°	Importadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Part. 2024
1	Estados Unidos de América	1,346	1,357	1,417	1,430	1,390	1,486	1,333	1,377	1,422	1,199	1,270	18%
2	Alemania	1,082	1,077	1,141	1,098	1,123	1,134	1,119	1,111	1,156	985	1,158	16%
3	Italia	527	528	572	563	605	614	567	619	673	643	651	9%
4	Japón	407	433	433	404	399	434	390	399	387	352	357	5%
5	Bélgica	264	281	305	276	281	308	314	341	384	292	280	4%
6	Francia	227	213	208	202	224	227	229	224	213	221	224	3%
7	Canadá	166	167	181	200	197	206	187	199	203	186	215	3%
8	Suiza		140	139	146	159	165	181	192	199	183	205	3%

9	China	61	49	51	48	51	52	57	106	108	140	181	3%
10	Corea, República de	125	129	142	146	144	150	157	161	176	161	169	2%
11	Países Bajos	163	161	173	176	190	191	174	180	229	187	167	2%
12	Reino Unido	149	169	192	161	193	184	156	148	177	161	144	2%
13	Polonia	78	104	102	113	123	123	128	128	120	122	123	2%
14	Rusia, Federación de	135	136	151	165	168	186	198	205	143	127	119	2%
15	Australia	70	81	82	90	91	95	89	97	104	95	97	1%
16	Los demás	1,310	1,702	1,816	1,756	1,957	1,959	2,010	1,954	2,030	1,789	1,741	25%
Suma total		6,112	6,726	7,104	6,975	7,295	7,514	7,287	7,443	7,723	6,841	7,101	100%

Nota. Datos obtenidos de la base de datos de Trade Map del ITC (2025).

Tabla 11

Cuota de mercado y HHI de las importaciones mundiales de café en grano verde, 2014 al 2024

N°	Importadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Estados Unidos de América	23.76	23.15	23.08	23.10	22.21	23.19	22.28	22.32	22.55	20.16	18.85
2	Alemania	15.62	14.90	14.96	14.64	14.05	13.49	14.49	14.63	14.57	12.77	15.41
3	Italia	7.03	7.42	7.24	7.24	7.53	7.19	6.57	6.59	7.06	7.66	8.19
4	Japón	6.47	7.08	6.67	6.20	5.77	6.03	5.57	5.35	4.97	5.06	4.76
5	Bélgica	3.98	4.13	4.09	3.88	3.67	3.84	4.04	4.55	4.87	4.07	3.87
6	Francia	3.48	3.14	3.15	3.20	3.00	2.94	3.05	2.66	2.76	2.90	3.47
7	Canadá	2.81	3.02	2.70	2.76	3.00	3.10	3.51	3.51	3.31	3.64	3.46
8	Suiza	3.36	2.97	2.72	2.78	3.03	2.96	3.29	3.01	2.83	3.38	3.10
9	China	3.14	3.00	3.17	3.33	3.13	3.21	3.21	3.46	3.27	3.04	3.08
10	Corea, República de	0.65	0.57	0.57	0.61	0.69	0.72	0.83	1.56	1.54	2.18	2.50
11	Países Bajos	2.07	2.08	2.15	2.29	2.22	2.26	2.40	2.45	2.68	2.52	2.44
12	Reino Unido	2.58	2.32	2.35	2.59	2.77	2.55	2.48	2.44	2.83	2.72	2.29
13	Polonia	2.41	2.58	3.03	2.45	2.68	2.57	2.23	2.05	2.19	2.25	1.95
14	Rusia, Federación de	1.90	1.71	1.87	2.12	1.95	2.14	2.20	2.28	1.72	1.65	1.60
15	Australia	0.97	1.22	1.15	1.36	1.45	1.33	1.54	1.42	1.26	1.49	1.56
16	Los demás	19.77	20.69	21.09	21.46	22.85	22.51	22.31	21.72	21.59	24.50	23.47
HHI		1,369	1,367	1,374	1,376	1,379	1,391	1,362	1,343	1,349	1,342	1,318

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de los datos ejecutados.

En el análisis del Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) de la tabla 11 involucra un mercado no concentrado y fragmentado, como se observa en el valor más alto lo alcanzó en el año 2019 con el valor de 1,391 y luego disminuyó a 1,318 en el año 2024; evidenciando que el poder de compra está distribuido entre numerosos actores y ninguna nación importadora posee una dominancia absoluta para imponer condiciones al mercado global.

El país de Estados Unidos, aunque sigue siendo el principal importador, ha visto su participación disminuida de manera significativa, pasando de un 23.76% en 2014 a un 18.85% en 2024 en su participación; al igual que en Japón, que ha reducido su cuota del 6.47% al 4.76%; evidenciando una reconfiguración del poder de mercado. Pero que a su vez ha generado nuevos polos de crecimientos como el del país de Corea, donde la participación se ha cuadruplicado, pasando de un modesto 0.65% a un sólido 2.50%, identificándose como un mercado emergente de alto potencial. Paralelamente, los principales importadores europeos como Alemania (15.41%) e Italia (8.19%) han demostrado una notable resiliencia, manteniendo su participación y consolidándose como pilares estables y predecibles de la demanda mundial.

Tabla 12

Índice de Capacidad Relativa de Compra (CRC) de las importaciones mundiales de café en grano verde, 2014 al 2024

N°	Importadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Estados Unidos de América	1.86	1.66	1.65	1.71	1.67	1.73	1.64	1.71	1.69	1.52	1.35
2	Alemania	1.23	2.35	1.07	1.08	1.06	1.00	1.07	1.12	1.09	0.96	1.11
3	Italia	0.55	2.99	0.52	0.54	0.57	0.54	0.48	0.50	0.53	0.58	0.59
4	Japón	0.51	1.81	0.48	0.46	0.43	0.45	0.41	0.41	0.37	0.38	0.34
5	Bélgica	0.31	1.82	0.29	0.29	0.28	0.29	0.30	0.35	0.37	0.31	0.28
6	España	0.27	1.71	0.23	0.24	0.23	0.22	0.22	0.20	0.21	0.22	0.25
7	Suiza	0.22	1.98	0.19	0.20	0.23	0.23	0.26	0.27	0.25	0.27	0.25
8	Francia	0.26	0.88	0.19	0.21	0.23	0.22	0.24	0.23	0.21	0.25	0.22
9	Canadá	0.25	1.18	0.23	0.25	0.24	0.24	0.24	0.26	0.24	0.23	0.22
10	China	0.05	0.06	0.04	0.04	0.05	0.05	0.06	0.12	0.12	0.16	0.18
11	Corea, República de	0.16	0.79	0.15	0.17	0.17	0.17	0.18	0.19	0.20	0.19	0.17
12	Países Bajos	0.20	0.93	0.17	0.19	0.21	0.19	0.18	0.19	0.21	0.21	0.16

13	Reino Unido	0.19	0.68	0.22	0.18	0.20	0.19	0.16	0.16	0.16	0.17	0.14
14	Rusia, Federación de	0.15	0.45	0.13	0.16	0.15	0.16	0.16	0.17	0.13	0.12	0.11
15	Polonia	0.08	1.07	0.08	0.10	0.11	0.10	0.11	0.11	0.09	0.11	0.11

Baja capacidad de importación  Alta capacidad de importación

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de los datos ejecutados.

En cuanto al valor de la tabla 12 del Índice de Capacidad Relativa de Compra (CRC) ofrece una perspectiva más profunda que la cuota de mercado, pues mide la especialización de un país por el café en relación con su poderío económico global. Un valor superior a 1 indica que el país importa una cantidad desproporcionadamente alta de café para su tamaño económico, señalándolo como una nación con una cultura de consumo intensiva.

Es por ello que se observa un potencial en Estados Unidos que mantiene un CRC por encima de 1, sin embargo se evidencia una disminución de 1.86 en el 2014 a 1.35 en el 2024, que revela un mercado maduro, y donde el crecimiento depende de la captura de nichos de alto valor más que de una expansión generalizada.

Siendo importante detallar que, en países como Alemania, Italia y Francia, que son importadores masivos en términos absolutos, consistentemente muestran un CRC inferior a 1, donde el café es un producto de importación estándar y no de una especialización desproporcionada, donde el volumen y estabilidad son relevantes, pero la competencia se da en un contexto de consumo altamente diversificado.

Desde esta perspectiva en Perú miraría a Estados Unidos como un mercado que exige especialización; mientras a Europa como el pilar que requiere consistencia y eficiencia; y a China como la frontera de crecimiento a largo plazo que demanda inversión en la construcción de mercado y educación del consumidor.

3.1.2. Oferta del café en grano verde de Perú con el Mundo

a. Tendencia de las exportaciones

Tabla 13

Análisis de las exportaciones peruanas de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024

INDICADORES	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Valor Exportado (Millones FOB USD)	747	599	761	711	682	638	586	767	1,235	819	1,097
Cantidad Exportada (Millones KG)	185	181	241	246	261	233	196	194	246	206	240
Cantidad de Quintales (69 kg c/u)	3,764,936	3,411,536	2,679,404	2,622,646	3,489,201	3,571,898	3,783,974	3,382,593	2,837,299	2,818,688	3,572,425
Cantidad de Contenedores (20")	13,691	12,406	9,743	9,537	12,688	12,989	13,760	12,300	10,317	10,250	12,991
Cantidad de Contenedores (40")	6,845	6,203	4,872	4,768	6,344	6,494	6,880	6,150	5,159	5,125	6,495
Cantidad de Empresas Exportadoras	139	149	160	164	175	194	193	220	239	255	261
Cantidad de Mercados de Destino	43	42	49	45	50	50	43	48	52	54	53

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

Las tendencias de la oferta exportable de café en grano verde, involucra entre el 2014 y 2024, una característica dual, donde se evidencia una alta volatilidad de los precios internacionales y una evidente creciente fortaleza estructural que conlleva a una clara relevancia estratégica del panorama global.

El valor de las exportaciones ha mostrado una fluctuación considerable, reflejando su dependencia de los precios en el mercado de materias primas. Esta volatilidad tuvo su punto más álgido en 2022, cuando se alcanzó un valor récord de 1,235 millones de dólares, impulsado por un entorno de precios internacionales excepcionalmente altos. A pesar de una corrección posterior, el sector ha mostrado una fuerte resiliencia, recuperándose hasta los 1,097 millones de dólares en 2024. Este desempeño financiero, si bien inestable, se apoya en una capacidad productiva sólida y constante, con volúmenes de exportación que se han mantenido robustos, alcanzando las 240,000 toneladas en el último año.

Asimismo, se observa que, en la estrategia de lograr la diversificación de los mercados, el café peruano ha incrementado en sus países de destino de 43 a 53 países en la última década, lo que ha confirmado que la industria exportadora peruana, detalla una marcada fragmentación de la demanda global, donde la industria peruana viene respondiendo de forma activa y explora activamente nuevas oportunidades comerciales en todo el mundo.

Es por ello, que el sector cafetalero peruano, se encuentra expuesto a fluctuaciones del mercado global, con una base estructural que se ha fortalecido significativamente, con una creciente participación de nuevas empresas y una mayor diversificación geográfica de las ventas ha ocasionado una mayor resiliencia y posicionamiento estratégico, que le permita una mayor complejidad en el comercio mundial.

b. Exportaciones de café en grano verde por mercado de destino

Tabla 14*Análisis de los países de destino de las exportaciones peruanas de café en grano verde, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD)*

N°	Países de destino	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	PART. 2024
1	Estados Unidos	178,645	150,685	217,350	182,137	181,951	172,754	158,924	178,817	283,499	231,426	306,211	28%
2	Alemania	213,725	175,297	193,475	167,679	154,843	146,865	126,609	166,609	258,945	150,184	217,110	20%
3	Bélgica	86,476	67,802	80,603	72,212	78,882	62,531	55,197	87,499	155,828	76,881	124,189	11%
4	Canadá	29,186	33,420	35,520	37,759	34,805	35,685	28,642	38,736	55,788	49,918	90,860	8%
5	Suecia	40,825	34,011	40,657	44,869	40,497	39,012	31,189	40,271	59,904	34,829	41,409	4%
6	Gran Bretaña	21,623	16,610	23,337	22,343	26,785	22,701	15,557	28,849	46,942	29,505	34,429	3%
7	Países Bajos (Holanda)	11,643	7,864	16,766	17,565	13,214	16,249	5,874	13,008	42,147	34,243	31,745	3%
8	Japón	6,475	6,436	5,742	9,688	13,560	13,690	13,343	12,185	31,684	17,675	31,526	3%
9	Corea del Sur (República de Corea)	47,792	31,477	28,079	30,401	17,500	21,534	23,464	26,127	35,806	21,649	28,877	3%

10	Italia	24,721	11,081	24,502	27,456	22,369	22,596	26,275	36,769	47,367	34,422	26,144	2%
11	Colombia	8,706	2,939	9,365	18,538	32,163	15,823	26,235	46,102	76,534	28,294	25,532	2%
12	México	11,676	8,741	15,123	9,789	3,675	3,949	3,288	3,682	7,197	4,236	24,776	2%
13	España	3,127	2,933	5,226	6,341	3,888	4,947	5,174	7,989	16,742	10,894	17,215	2%
14	Francia	22,451	18,441	22,528	12,747	17,574	20,947	28,773	33,048	33,368	31,337	16,369	1%
15	Australia	4,302	4,845	6,042	5,909	5,948	5,706	7,043	10,775	11,554	10,135	11,847	1%
16	Los demás	35,338	26,393	36,192	45,443	33,874	33,042	30,306	36,389	71,412	53,020	69,122	6%
Suma total		746,711	598,974	760,508	710,874	681,527	638,031	585,891	766,855	1,234,719	818,647	1,097,362	100%

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

En lo relacionado a los países de destino de destino de las exportaciones peruanas de café en grano verde se concentra en un reducido grupo de mercados, donde destaca Estados Unidos como aquel principal comprador, que representa el 28% del total exportado, seguido de Alemania, que ocupa el segundo lugar con una participación del 17%; mientras Bélgica ocupa el tercer lugar con una participación del 11%, lo que genera un repunte total en los últimos años; de esta manera estos tres mercados representan más de la mitad del valor total exportado, lo que conlleva una dependencia relevante de los destinos específicos. En cuanto a los mercados secundarios, se infiere que Canadá, Suecia y Gran Bretaña muestran una participación relativa entre el 3% y 8%, mientras los Países Bajos logra consolidar un 3% de participación. Por otro lado, en cuanto a los mercados Latinoamericanos, Colombia y México registran volúmenes relativamente modestos, con participaciones del 2% del total exportado en el 2024; los demás mercados han reflejado una menor proporción, lo que refleja oportunidades de expansión hacia destinos no tradicionales.

Es por ello que las exportaciones incrementaron de 746,711 mil dólares en el 2014 a 1,097,362 mil dólares en el 2024 evidenció un incremento significativo, que mostró una creciente demanda internacional, conllevando una capacidad de producción y comercialización del sector cafetalero peruano; donde la alta concentración en pocos mercados, liderados por Estados Unidos, Alemania y Bélgica, implica un riesgo potencial ante cambios en las condiciones comerciales o económicas de dichos países.

Mientras en la tabla 15, de acuerdo con el índice de concentración Herfindahl-Hirschman (HHI) constituye una alta concentración en pocos destinos, lo que son liderados por Estados Unidos, Alemania y Bélgica. El HHI evidencia picos importantes en el año 2022, con el valor de 3,577, que muestra una evidencia de la dependencia de pocos compradores estratégicos; y el indicador HHI ha evidenciado ser creciente de una forma considerable, donde se revela el desempeño exportador del sector.

El HHI fluctúa entre 1,474 y 1,621 puntos, lo que indica que, aunque existe cierta diversificación hacia mercados como Canadá, Corea del Sur, Japón y España, la estructura exportadora sigue dependiendo fuertemente de los socios tradicionales.

Tabla 15

Cuota de mercado y HHI de los países de destino de las exportaciones peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024

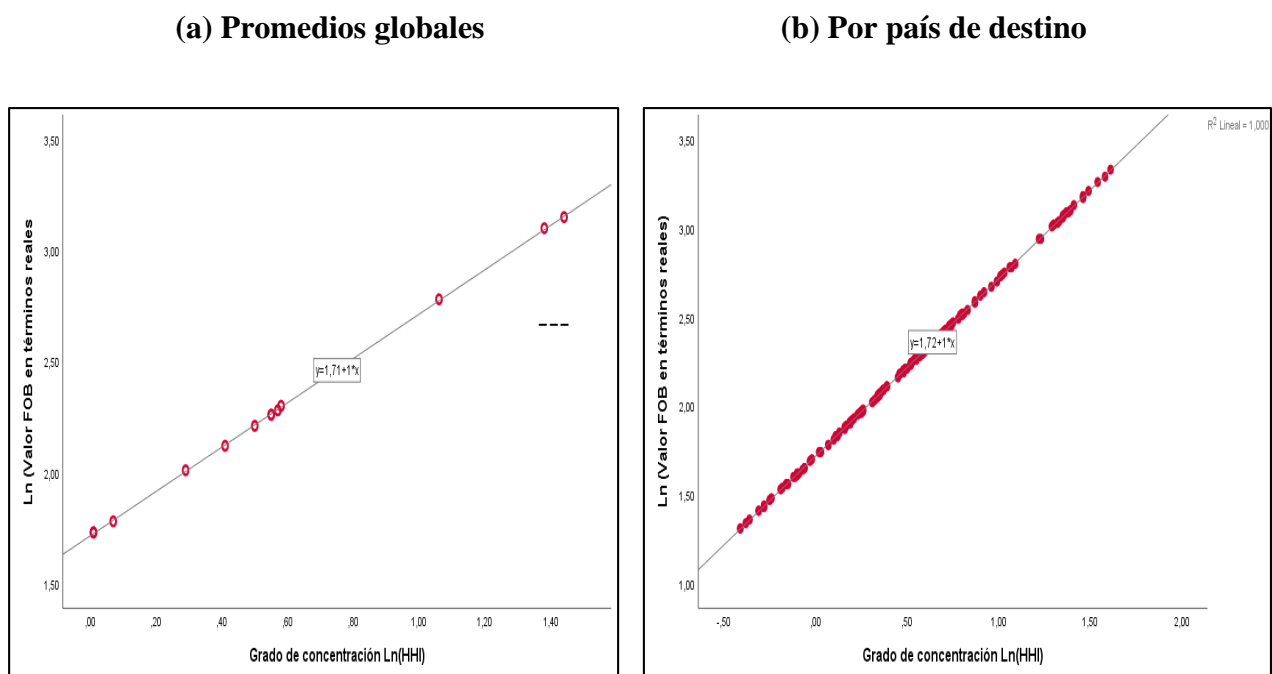
N°	Países de destino	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Estados Unidos	24	25	29	26	27	27	27	23	38	28	28
2	Alemania	29	29	25	24	23	23	22	22	35	18	20
3	Bélgica	12	11	11	10	12	10	9	11	21	9	11
4	Canadá	4	6	5	5	5	6	5	5	7	6	8
5	Suecia	5	6	5	6	6	6	5	5	8	4	4
6	Gran Bretaña	3	3	3	3	4	4	3	4	6	4	3
7	Países Bajos (Holanda)	2	1	2	2	2	3	1	2	6	4	3
8	Japón	1	1	1	1	2	2	2	2	4	2	3
9	Corea del Sur (República de Corea)	6	5	4	4	3	3	4	3	5	3	3
10	Italia	3	2	3	4	3	4	4	5	6	4	2
11	Colombia	1	0	1	3	5	2	4	6	10	3	2
12	México	2	1	2	1	1	1	1	0	1	1	2
13	España	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	2
14	Francia	3	3	3	2	3	3	5	4	4	4	1
15	Australia	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
16	Los demás	5	4	5	6	5	5	5	5	10	6	6
HHI		1,670	1,755	1,704	1,489	1,520	1,521	1,467	1,334	3,577	1,411	1,476

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

La relación entre el valor FOB exportado en términos reales y el grado de concentración de mercados (HHI) para las exportaciones peruanas de café en grano verde, muestran una conexión positiva, lo que explica una proporcionalidad positiva del Valor FOB exportado con la concentración de destinos; evidenciando que la variabilidad del valor exportado se explica casi en su totalidad por los cambios en la concentración de mercados, lo que involucra que la estructura de exportación se encuentra altamente concentrada y se observa que el análisis de las cuotas de mercado ha sido relevante para involucrar los altos valores de exportación, a pesar de una menor diversificación y mayor vulnerabilidad que se genera en las fluctuaciones de los principales compradores.

Figura 5

Relación del Valor FOB exportado con el grado de concentración de destinos 2014 al 2024



Nota. Los valores FOB son deflactados con el índice de precios al consumidor IPC=2010 del Banco Mundial y luego convertidos a logaritmos (Ln) junto al índice HHI.

En la tabla 16, se observa que existe un grupo diferenciado de lo convencional con lo orgánico en el periodo 2014-2024, representando una clara predominancia del mercado convencional que representó en el 2024, un total del 88% del valor total exportado y equivale a 963,248 mil dólares frente a un 12% que representa el café orgánico con 134,094 mil dólares; el segmento convencional se encuentra liderado por Estados Unidos, Alemania y Bélgica, los que involucran ser destinos claves, que se concentran por encima del 60% del valor exportado; mientras en el café orgánico apenas Estados Unidos y Alemania destacan en los primeros lugares, que concentran el 7% y muestran una demanda sostenida y proporcionalmente más relevante que en el convencional.

Tabla 16

Tendencias de las exportaciones de café en grano verde convencional y orgánico por mercado de destino de las exportaciones peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024 (Miles USD FOB)

Tipo de café de exportación	País de destino	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Part. 2024
Convencional	Estados Unidos	162,977	135,598	201,543	163,480	163,592	159,679	139,362	152,145	214,728	186,768	261,256	24%
	Alemania	191,356	156,518	176,189	145,249	138,612	136,032	110,456	148,447	221,184	121,371	183,462	17%
	Bélgica	77,670	59,326	77,463	67,501	76,091	59,029	51,245	81,178	142,591	64,753	108,391	10%
	Canadá	27,468	30,061	32,604	34,411	32,101	32,693	23,485	32,048	45,024	41,327	81,919	7%
	Suecia	33,152	30,814	38,678	38,695	39,098	38,726	29,882	37,388	51,554	29,229	35,489	3%
	Países Bajos (Holanda)	10,690	7,371	15,433	16,998	12,484	15,764	5,414	11,419	40,201	33,305	31,129	3%
	Gran Bretaña	20,405	15,136	21,856	19,925	24,815	21,745	14,961	27,306	39,741	25,373	30,765	3%
	Japón	5,562	5,789	5,448	9,292	13,340	13,690	13,062	11,216	30,441	16,186	30,417	3%

	Corea del Sur (República de Corea)	47,790	31,371	28,079	30,078	17,500	21,479	23,464	26,127	35,629	21,649	28,857	3%
	Colombia	8,706	2,939	9,365	18,538	32,163	15,823	26,235	46,102	76,534	28,294	25,532	2%
	México	11,519	7,804	14,694	9,386	3,366	3,675	2,722	3,568	5,767	3,043	23,535	2%
	Italia	24,647	11,081	24,502	26,947	22,065	22,479	26,153	34,954	45,407	32,967	23,442	2%
	España	3,046	2,725	5,111	6,341	3,572	4,659	4,772	6,804	15,835	9,121	15,735	1%
	Francia	21,559	17,596	21,643	11,244	16,553	20,313	26,829	28,655	25,339	21,898	12,273	1%
	Australia	4,302	4,432	5,552	5,088	5,536	5,419	6,711	9,983	9,649	9,449	10,593	1%
	Los demás	34,769	24,809	35,429	43,568	32,569	32,314	29,157	35,353	67,938	49,626	64,563	6%
Total Convencional	Total	685,618	543,370	713,589	646,741	633,457	603,518	533,910	692,694	1,067,559	694,358	967,358	88%
	Estados Unidos	15,669	15,086	15,806	18,657	18,359	13,074	19,562	26,672	68,772	44,658	44,955	4%
	Alemania	22,369	18,779	17,286	22,430	16,231	10,833	16,154	18,163	37,762	28,813	33,648	3%
Orgánico	Bélgica	8,806	8,476	3,140	4,710	2,792	3,501	3,952	6,321	13,237	12,128	15,798	1%
	Canadá	1,718	3,359	2,916	3,348	2,704	2,993	5,157	6,687	10,764	8,592	8,941	1%
	Suecia	7,673	3,196	1,979	6,174	1,398	287	1,307	2,883	8,350	5,599	5,920	1%
	Francia	892	845	885	1,503	1,021	634	1,944	4,392	8,029	9,439	4,097	0%

Gran Bretaña	1,218	1,474	1,481	2,418	1,970	957	596	1,543	7,201	4,132	3,665	0%	
Italia	74	0	0	509	304	116	122	1,815	1,960	1,455	2,702	0%	
Irlanda (Eire)	0	654	328	552	351	130	130	0	656	764	1,679	0%	
España	81	208	115	0	316	288	401	1,185	907	1,773	1,479	0%	
Australia	0	413	490	821	411	287	332	792	1,906	686	1,254	0%	
México	157	937	429	402	308	274	565	114	1,430	1,192	1,241	0%	
Japón	913	648	295	396	220	0	282	970	1,242	1,489	1,109	0%	
Países													
Bajos (Holanda)	953	493	1,333	567	731	485	460	1,589	1,947	938	616	0%	
Nueva Zelanda	209	91	46	88	153	0	68	361	1,403	537	614	0%	
Los demás	361	945	389	1,560	800	653	951	674	1,593	2,094	2,287	0%	
Total, Orgánico	Total	61,093	55,604	46,919	64,133	48,070	34,512	51,982	74,161	167,160	124,289	130,004	12%
Suma total		746,711	598,974	760,508	710,874	681,527	638,031	585,891	766,855	1,234,719	818,647	1,097,362	100%

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

c. Exportaciones de café en grano verde por empresa

En relación a la tabla 17, se observa que las exportaciones peruanas de café en grano verde ha sido liderado por empresas líderes peruanas como Perales Huancaruna S.A.C, que alcanza una participación del 15% en el año 2024; seguida de Olam Agro Perú S.A.C. con el 11% y Comercio Amazonía S.A. con el 7%. Empresas como Coopetunki Internacional, H.V.C. Exportaciones y Edegel Min Volcafé Perú S.A.C. mantienen participaciones entre el 4% y 6%; reflejando una amplia gama de exportadores en menor escala , que en conjunto tienen una participación significativa; de esta forma se evidencia un crecimiento sostenido de los valores exportados; los cuales son impulsados por las empresas líderes referente a las relaciones comerciales y la capacidad de producción, que involucra un número reducido de actores principales en torno a la diversificación y resiliencia ante fluctuaciones del mercado global.

Tabla 17

Exportaciones peruanas de café en grano verde por empresa durante el periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD)

N°	Empresa exportadora	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	PART. 2024
1	Perales Huancaruna S.A.C.	166,969	162,786	143,238	121,744	122,570	92,825	88,670	130,355	227,111	110,226	160,449	15%
2	Olam Agro Perú S.A.C.	54,184	46,160	90,406	95,388	83,219	70,448	61,187	77,499	105,495	79,155	115,834	11%
3	Comercio Amazonia S.A.						20,449	26,975	35,073	103,726	57,583	76,067	7%

4	Compañía Internacional Del Café S.A.C.	42,957	31,595	71,158	58,093	56,063	45,022	12,757	25,911	56,885	38,065	56,587	5%
5	H.V.C. Exportaciones S.A.C.	19,517	30,871	33,507	30,650	27,290	28,938	25,949	31,532	45,830	37,558	48,438	4%
6	ED&F Man Volcafe Peru S.A.	56,120	48,106	61,589	60,996	52,432	50,200	49,987	51,726	67,592	42,037	39,912	4%
7	Negrisa S.A.C.	4,008	4,764	5,356	6,993	6,754	9,203	10,610	13,490	26,449	19,710	30,710	3%
8	Exportadora Romex S.A.	16,552	4,614	12,993	14,448	9,169	13,780	11,013	16,472	17,184	31,314	27,072	2%
9	Café Monteverde S.A.C.	3,805	3,106	6,836	5,142	6,736	7,556	6,897	10,089	16,423	11,839	20,134	2%
10	Cooperativa Agraria Norandino LTDA.	9,787	7,841	13,738	18,422	11,975	15,899	17,650	21,468	20,829	19,154	18,283	2%
11	Finca Churupampa Perú S.A.C.			1,047	3,921	4,864	5,300	4,909	6,627	12,124	12,692	17,616	2%
12	Amazonas Coffee Friends S.A.C.							682	2,423	2,889	5,511	14,400	1%
13	Rainforest Trading S.A.C.	7,934	989	1,511	2,300	6,375	7,797	6,542	8,806	13,724	16,100	14,209	1%
14	Cooperativa Agraria Rodriguez De Mendoza	1,981	1,310	2,104	4,087	4,342	6,357	6,839	8,209	12,166	10,162	14,149	1%
15	A & V Café S.A.C.		165	2,908	2,097	2,551	2,916	2,953	3,447	2,511	4,032	14,134	1%
16	Los demás	362,899	256,668	314,116	286,592	287,188	261,340	252,272	323,728	503,779	323,510	429,368	39%
	Suma total	746,711	598,974	760,508	710,874	681,527	638,031	585,891	766,855	1,234,719	818,647	1,097,362	100%

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025)

Tabla 18

Cuota exportadora y HHI de las empresas exportadoras peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024

N°	Empresa exportadora	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Perales Huancaruna S.A.C.	22.4	21.8	19.2	16.3	16.4	12.4	11.9	17.5	30.4	14.8	21.5
2	Olam Agro Perú S.A.C.	7.3	6.2	12.1	12.8	11.1	9.4	8.2	10.4	14.1	10.6	15.5
3	Comercio Amazonia S.A.						2.7	3.6	4.7	13.9	7.7	10.2
4	Compañía Internacional Del Café S.A.C.	5.8	4.2	9.5	7.8	7.5	6.0	1.7	3.5	7.6	5.1	7.6
5	H.V.C. Exportaciones S.A.C.	2.6	4.1	4.5	4.1	3.7	3.9	3.5	4.2	6.1	5.0	6.5
6	ED&F Man Volcafe Peru S.A.	7.5	6.4	8.2	8.2	7.0	6.7	6.7	6.9	9.1	5.6	5.3
7	Negrisa S.A.C.	0.5	0.6	0.7	0.9	0.9	1.2	1.4	1.8	3.5	2.6	4.1
8	Exportadora Romex S.A.	2.2	0.6	1.7	1.9	1.2	1.8	1.5	2.2	2.3	4.2	3.6
9	Café Monteverde S.A.C.	0.5	0.4	0.9	0.7	0.9	1.0	0.9	1.4	2.2	1.6	2.7
10	Cooperativa Agraria Norandino LTDA.	1.3	1.1	1.8	2.5	1.6	2.1	2.4	2.9	2.8	2.6	2.4

11	Finca Churupampa Perú S.A.C.				0.5	0.7	0.7	0.7	0.9	1.6	1.7	2.4
12	Amazonas Coffee Friends S.A.C.							0.1	0.3	0.4	0.7	1.9
13	Rainforest Trading S.A.C.	1.1	0.1	0.2	0.3	0.9	1.0	0.9	1.2	1.8	2.2	1.9
14	Cooperativa Agraria Rodriguez De Mendoza	0.3	0.2	0.3	0.5	0.6	0.9	0.9	1.1	1.6	1.4	1.9
15	A & V Café S.A.C.		0.0	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5	0.3	0.5	1.9
16	Los demás	48.6	34.4	42.1	38.4	38.5	35.0	33.8	43.4	67.5	43.3	57.5
HHI		3,019	1,774	2,471	2,058	1,999	1,585	1,435	2,414	6,086	2,394	4,304

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

Tabla 19

Tendencias de las exportaciones de café en grano verde convencional y orgánico por empresa de las exportaciones peruanas de café en grano verde, 2014 al 2024 (Miles FOB USD)

Tipo de café de exportación	Exportador	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	PART. 2024
CONVENCIONAL	Perales Huancaruna S.A.C.	166,969	162,786	143,238	121,744	122,570	92,825	88,670	130,355	227,111	110,226	160,449	14.62%
	Olam Agro Perú S.A.C.	52,088	44,746	89,825	93,761	82,933	70,215	60,852	77,499	105,495	78,237	115,115	10.49%
	Comercio Amazonia S.A.						20,173	26,615	32,907	100,514	55,867	75,329	6.86%
	Compañía Internacional Del Cafe S.A.C.	42,957	31,595	71,158	58,093	56,063	43,308	12,757	25,911	56,769	38,065	56,587	5.16%
	ED&F Man Volcafe Peru S.A.	56,120	48,106	61,589	60,996	52,432	50,200	49,987	51,726	67,592	42,037	39,912	3.64%
	H.V.C. Exportaciones S.A.C.	13,363	21,961	28,628	24,374	21,821	25,605	23,933	21,564	28,295	22,668	35,775	3.26%

	Exportadora Romex S.A.	16,552	4,614	12,993	14,448	9,169	13,780	11,013	16,472	17,184	31,314	27,072	2.47%
	Negrisa S.A.C.		239	146	1,037	3,407	6,769	5,198	11,672	21,589	9,856	20,202	1.84%
	Café Monteverde S.A.C.	3,805	3,106	6,753	5,079	6,736	7,556	3,075	1,465	3,657	8,510	19,731	1.80%
	Amazonas Coffee Friends S.A.C.							682	2,423	2,889	5,511	14,400	1.31%
	Rainforest Trading S.A.C.	6,152	318	268	1,499	4,215	7,306	6,542	8,722	12,768	16,042	14,209	1.29%
	A & V Café S.A.C.		165	2,908	2,097	2,551	2,916	2,953	3,447	2,511	4,032	14,134	1.29%
	Cooperativa Agraria Rodriguez De Mendoza	1,981	1,310	2,104	3,912	4,111	6,357	6,839	8,209	12,166	10,162	14,037	1.28%
	Falcon Coffees Peru S.R.L.						1,960	2,188	3,096	3,621	4,851	13,698	1.25%
	Pronatur S.A.C.	20,252	15,339	17,979	7,880	11,620	13,979	12,530	13,896	17,478	8,069	13,097	1.19%
	Los demás	305,379	209,084	275,999	251,822	255,800	240,569	220,076	283,330	387,918	248,910	333,613	30.40%
	Total CONVENCIONAL	685,618.41	685,618	543,370	713,589	646,741	633,457	603,518	533,910	692,694	1,067,559	694,358	967,358
ORGÁNICO	H.V.C. Exportaciones S.A.C.	6,154	8,910	4,879	6,276	5,469	3,333	2,016	9,968	17,535	14,890	12,663	1.15%

NEGRISA S.A.C.	4,008	4,524	5,210	5,956	3,347	2,434	5,412	1,818	4,860	9,853	10,508	0.96%
Cooperativa De Servicios Multiples Sol&Cafe LTDA.								288		7,623	9,279	0.85%
Cooperativa Agraria Cafetalera Juan Santos Atahualpa	3,256	3,583	5,464	3,888	2,164	1,479	1,452	1,045	6,766	3,700	6,374	0.58%
Cooperativa Agraria Cafetalera Sostenible Valle Ubiriki	550	2,486	338	165		265		1,623	8,277	3,475	6,321	0.58%
Cooperativa Agraria Norandino LTDA.				397				21		4,233	5,344	0.49%
Asociacion De Productores Finkafe				59	316	312	758	233	3,849	2,350	5,302	0.48%
Finca Churupampa Peru S.A.C.				0	65	0	0	405	5,274	970	4,978	0.45%

Cafe Selva Norte S.A.C.				0	0	0	0	0	0	0	1,563	3,850	0.35%
Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa LTDA	1,925	1,546	1,377	1,492	2,279	2,383	1,541	1,553	3,340	2,414	3,455		0.31%
Cooperativa Agraria Cafetalera "La 6 Prosperidad" De Chirinos		10	411	3,704	1,205		198	193	1,146	1,190	3,274		0.30%
Asociacion De Productores Agro-Ecologicos Machu Picchu							1,174	4,068	6,492	3,334	3,242		0.30%
Asociación De Productores Selva Nororiental									1,979	1,475	2,764		0.25%
Cooperativa Agraria De Servicios Múltiples Sanchirio Palomar											2,360		0.22%

Cooperativa Agraria Agroindustrial Mishagro								345	2,196	3,009	2,036	2,354	0.21%
Los demás	45,195	34,544	29,240	42,197	33,225	24,305	39,085	50,749	104,632	65,183	47,936	4.37%	
Total ORGÁNICO	61,093	55,604	46,919	64,133	48,070	34,512	51,982	74,161	167,160	124,289	130,004	11.85%	
Suma total	746,711	598,974	760,508	710,874	681,527	638,031	585,891	766,855	1,234,719	818,647	1,097,362	100.00%	

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

En la tabla 18 se observa que el índice de concentración Herfindahl-Hirschman (HHI) de las empresas exportadoras peruanas de café en grano verde entre 2014 y 2024 involucra una estructura de mercado concentrada en un grupo reducido de empresas como Perales Huancaruna S.A.C. mantiene la mayor participación en 2024 con el 21,5%, seguida por Olam Agro Perú S.A.C. (10,2%) y Comercio Amazonía S.A. (7,6%), sumando entre las tres más del 39% del total exportado y el HHI refleja un nivel de concentración moderado-alto; que a pesar de una base diversificada de exportadores, lo relacionado a la dinámica del sector y la competitividad internacional, este se encuentra influenciada por las decisiones estratégicas de las empresas líderes. Mientras en la tabla 19 la mayor proporción lo representa las exportaciones convencionales con el 88.15%; siendo liderado por empresas como Perales Huancaruna S.A.C. mantiene la mayor participación en 2024 con el 14,6%, seguida por Olam Agro Perú S.A.C. (10,49%) y Comercio Amazonía S.A. (6,86%), a diferencia de los orgánico que representa el 11.85% y lo lidera las empresas H.V.C. Exportaciones S.A.C y Negrisa S.AC.

El análisis del periodo 2014-2024 evidencia una relación positiva y significativa entre el valor FOB de las exportaciones peruanas y el grado de concentración de las empresas exportadoras, expresado en el índice HHI, donde se asocia a que empresas con mayor participación en el mercado poseen economías de escala, capacidad de negociación y acceso a mercados especializados. Asimismo, el comportamiento ascendente de los puntos confirma que la concentración actúa como un factor potenciador de la competitividad internacional; no obstante, la tendencia también plantea retos en términos de diversificación empresarial y reducción de riesgos de dependencia de pocos actores dominantes.

El comportamiento de las exportaciones de café en grano verde desde la región de Cajamarca entre 2014 y 2024 muestra una trayectoria de crecimiento con fluctuaciones marcadas en el valor exportado; en el 2014, las exportaciones alcanzaron 128 millones de USD, y para 2024 se registró un valor de 529 millones de USD, destacando picos importantes en 2022 y 2024. Este aumento se asocia tanto a un incremento en los volúmenes despachados como a mejores precios en mercados internacionales. Sin embargo, también se observan caídas significativas, como en 2020 y 2021, influenciadas por factores externos como la coyuntura sanitaria global y la contracción de la demanda. El dinamismo de 2023 y 2024 refleja una recuperación y expansión de la capacidad exportadora de la región.

En términos de volumen, las cantidades exportadas en millones de kilogramos (kg) han crecido de forma sostenida, pasando de 34 millones de kg en 2014 a 123 millones de kg en 2024. La conversión a quintales confirma esta tendencia, alcanzando 1,783,551 quintales en el último año del periodo. Este comportamiento se sustenta en una mayor producción regional y en el fortalecimiento de la cadena logística, especialmente en la capacidad de envío en contenedores de 40 pies, los cuales muestran incrementos notables

a lo largo de la década; siendo la ampliación de la infraestructura y el acceso a mercados el que ha sido clave para sostener este crecimiento físico.


El número de empresas exportadoras también revela un proceso de diversificación y formalización en la actividad; alcanzando en el 2014 un total de 39 empresas que realizaban envíos de café desde Cajamarca, mientras que para 2024 la cifra asciende a 123, evidenciando una ampliación significativa de la base exportadora. Este aumento ha contribuido a diversificar el portafolio de clientes y a mejorar la competitividad regional, aunque la concentración en algunos mercados sigue siendo relevante. A su vez, el número de mercados de destino pasó de 29 en 2014 a 45 en 2024, lo que refleja un esfuerzo por ampliar la presencia internacional y reducir la dependencia de pocos compradores.

En la tabla 20, se observa que la Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (RSCA) de los destinos comerciales del café peruano, detalla que un patrón claro de ventaja competitiva sostenida en mercados europeos, destacando Alemania, Bélgica, Suecia, Francia e Italia, que alcanzan valores cercanos a 0.8 y 0.9 considerando países especializados y de mayor demanda en dichos países. En contraposición de los países de Holanda, Japón y Corea del Sur, sostiene valores negativos de forma persistente que refleja de clara desventaja comparativa que limita la inserción peruana. Dicho panorama refleja un factor clave que permite consolidar las ventajas en Europa y potenciar la competitividad en mercados exigentes como Estados Unidos que responde a la preferencia de productos sostenibles y diferenciados, siendo para Cajamarca una gestión estratégica que contribuya a fortalecer el dinamismo exportador del posicionamiento orgánico como una ventaja competitiva en torno al café.

Tabla 20

Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (VCRN) de sus destinos comerciales de las exportaciones peruanas de café en grano verde

Países de destino	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3
Alemania	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
Bélgica	0.7	0.8	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9
Canadá	-0.3	-0.1	0.0	0.3	0.4	0.0	-0.1	0.0	0.0	0.1
Suecia	0.9	0.8	0.9	1.0	1.0	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
Gran Bretaña	0.3	0.3	0.3	0.3	0.5	0.6	0.4	0.2	0.1	0.3
Países Bajos (Holanda)	-0.2	-0.3	-0.1	0.0	-0.2	-0.1	-0.6	-0.3	0.1	0.2
Japón	-0.7	-0.5	-0.6	-0.5	-0.4	-0.3	-0.3	-0.5	-0.3	-0.2
Corea del Sur (República de Corea)	0.3	0.2	0.0	-0.1	-0.3	-0.2	-0.2	-0.2	-0.2	-0.2
Italia	0.3	0.0	0.4	0.5	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6
Colombia	-0.5	-0.7	-0.2	0.3	0.5	0.2	0.4	0.6	0.6	0.5
México	0.7	0.7	0.8	0.7	0.6	0.3	0.2	0.1	-0.1	-0.1
España	-0.8	-0.7	-0.7	-0.6	-0.7	-0.5	-0.5	-0.4	-0.3	-0.4
Francia	0.6	0.6	0.6	0.5	0.6	0.7	0.8	0.8	0.7	0.8
Australia	0.3	0.5	0.0	0.2	0.3	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8

Desventaja  extrema

Ventaja extrema

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de los datos ejecutados.

3.1.3. Oferta del café en grano verde en la región Cajamarca con el Mundo

a. Tendencia de las exportaciones de la región de Cajamarca

Tabla 21

Análisis de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024

INDICADORES	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Valor Exportado (Millones FOB USD)	128	125	228	194	254	236	214	251	508	355	529
Cantidad Exportada (Millones KG)	34	39	77	76	106	90	71	62	101	92	123
Cantidad de Quintales (69 kg c/u)	494,188	565,111	1,116,254	1,105,634	1,530,938	1,307,920	1,030,917	892,034	1,469,196	1,328,794	1,783,551
Cantidad de Contenedores (20")	1,797	2,055	4,059	4,020	5,567	4,756	3,749	3,244	5,343	4,832	6,486
Cantidad de Contenedores (40")	899	1,027	2,030	2,010	2,784	2,378	1,874	1,622	2,671	2,416	3,243
Cantidad de Empresas Exportadoras	39	42	49	57	66	79	78	89	107	110	123
Cantidad de Mercados de Destino	29	27	35	37	39	40	38	33	43	43	45

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

b. Tendencia de las exportaciones de la región de Cajamarca por distrito

Tabla 22

Análisis de las exportaciones de la región de Cajamarca por distrito de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD)

Distritos	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Part. 2024
Jaén	104,878	100,887	198,719	178,426	222,513	190,142	167,966	208,305	443,221	298,100	454,093	86%
San Ignacio	4,674	9,420	11,426	15,172	18,537	29,132	28,529	33,809	49,935	38,752	56,968	11%
Cajamarca	17,976	14,716	17,236	391	11,564	15,728	15,391	5,799	9,548	15,934	15,128	3%
Chota	18	165	260	348	270	300	203	667	1,660	1,726	3,044	1%
San Miguel					1,477				82			
Cutervo					60	565	1,433	2,796	3,134	584		
Total general	127,546	125,189	227,641	194,337	254,421	235,868	213,522	251,376	507,580	355,096	529,232	100%

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

Entre 2014 y 2024, las exportaciones de café en grano verde de la región Cajamarca muestran un crecimiento notable, con un incremento total de 127,546 mil USD a 529,232 mil USD, impulsado principalmente por el distrito de Jaén, que en 2024 concentró el 86% del valor exportado regional, alcanzando 454,093 mil USD. Este liderazgo sostenido refleja su capacidad productiva, infraestructura consolidada y acceso a mercados internacionales. San Ignacio, con el 11% de participación y 56,968 mil USD en 2024, presenta una trayectoria ascendente asociada a prácticas de producción diferenciadas y certificaciones, lo que le ha permitido ampliar su base de clientes.

Tabla 23

Análisis de las exportaciones de la región de Cajamarca por distrito de café en grano verde de la subpartida nacional 0901.11.90.00, periodo 2014 al 2024 (Miles Kg.)

Distrito	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Part. 2024
Jaén	29,176	32,490	68,213	71,464	95,177	74,709	55,207	51,013	88,750	77,933	107,390	87%
San Ignacio	963	2,344	2,831	4,619	6,008	9,067	8,641	8,403	9,880	9,473	11,499	9%
Cajamarca	3,957	4,121	5,920	111	3,896	6,199	6,772	1,248	1,749	3,743	3,549	3%
Chota	3	38	58	95	79	86	58	144	318	394	627	1%
San Miguel	0	0	0	0	454	0	0	0	19	0	0	0%
Cutervo	0	0	0	0	19	186	455	743	659	143	0	0%
Total general	34,099	38,993	77,021	76,289	105,635	90,246	71,133	61,550	101,375	91,687	123,065	100%

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

En el periodo 2014-2024, las exportaciones de café en grano verde de la región Cajamarca muestran un crecimiento sostenido en volumen, pasando de 34,009 mil kg a 123,065 mil kg, con un claro predominio del distrito de Jaén, que en 2024 concentró el 87% del total, alcanzando 107,390 mil kg. San Ignacio ocupa el segundo lugar con un 9% de participación y 11,499 mil kg, evidenciando un aumento progresivo que denota mejoras en la productividad y en la inserción en mercados especializados. Por su parte, Cajamarca distrito mantiene un aporte reducido del 3%, con volúmenes fluctuantes que indican limitaciones en escala productiva y comercialización directa. Chota, San Miguel y Cutervo presentan cifras marginales que, en conjunto, no superan el 1% de participación, lo que sugiere una producción orientada al consumo interno o ventas indirectas.

c. Exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde por mercado de destino

Tabla 24

Análisis de los países de destino de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD)

N°	Países de destino	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	PART. 2024
1	Estados Unidos	36,067	40,170	67,153	50,174	57,180	63,771	73,635	78,877	112,439	99,691	155,285	29%
2	Bélgica	19,748	12,760	27,252	18,457	28,065	22,292	15,985	24,640	63,469	38,755	79,962	15%
3	Alemania	26,506	25,853	48,734	32,437	43,664	28,670	31,542	32,712	96,503	51,786	78,741	15%
4	Canadá	5,583	12,051	8,493	12,369	14,042	15,888	11,416	15,117	26,951	19,885	37,289	7%

5	Corea del Sur (República de Corea)	2,580	1,939	9,273	10,762	6,592	12,874	12,949	16,841	15,866	7,151	22,776	4%
6	Colombia	5,290	1,603	7,506	16,681	27,688	12,773	9,826	7,226	29,385	16,727	19,850	4%
7	Italia	8,271	4,115	7,695	10,008	10,618	13,585	10,848	19,711	27,285	21,504	19,580	4%
8	Suecia	5,321	7,541	8,026	11,262	16,942	16,777	10,990	17,111	24,945	18,391	18,587	4%
9	Gran Bretaña	1,577	5,161	8,540	7,974	13,760	12,547	7,328	8,769	19,903	12,102	16,187	3%
10	Países Bajos (Holanda)	987	504	3,214	2,501	2,986	7,334	1,938	2,267	26,628	15,360	15,957	3%
11	México	3,177	2,442	3,489	1,338	2,113	2,455	1,203	2,112	5,253	1,600	9,343	2%
12	España	1,347	209	2,603	1,765	1,822	2,173	2,366	3,943	8,479	5,460	8,809	2%
13	Francia	1,599	4,407	12,028	3,654	10,293	10,199	12,445	10,516	15,541	18,122	8,481	2%
14	Australia	179	754	1,357	841	2,157	1,362	1,751	2,415	4,116	4,758	5,232	1%
15	Portugal	153	54	108	424	240	896	443	1,446	2,224	3,284	4,706	1%
16	Japón	700	1,087	1,103	480	878	1,707	1,626	1,805	2,354	3,402	4,498	1%
16	Los demás	8,463	4,538	11,066	13,210	15,380	10,565	7,232	5,871	26,241	17,118	23,949	5%
Suma total		127,546	125,189	227,641	194,337	254,421	235,868	213,522	251,376	507,580	355,096	529,232	100%

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

Tabla 25

Cantidad de mercados de destino por provincias de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024

Provincia	2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		2024	
	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org
Jaén	26	4	26	6	34	3	34	9	35	13	36	10	32	9	32	12	42	17	41	17	43	19
San Ignacio	7	3	9	5	10	5	15	6	17	6	21	6	19	10	20	6	21	16	23	10	22	13
Cajamarca	13	1	13	7	19	4	2	1	18	3	17	1	20	6	13	6	17	4	23	9	17	8
Chota		1	1		1		1		1		1		1	2	2	2	2	3	3	1	5	2
San miguel									7								1					
Cutervo									1		4		5		8		9		3			
Total general	29	6	26	9	35	8	37	12	38	14	40	12	38	13	33	14	43	19	43	18	45	21

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

Entre el periodo 2014 y 2024, en la tabla 24 las exportaciones de café en grano verde de Cajamarca se han dirigido principalmente a Estados Unidos, que en 2024 concentró el 29% del valor total, alcanzando 155,285 mil USD, consolidándose como el mercado más relevante y estable. Bélgica y Alemania ocuparon el segundo y tercer lugar, con participaciones del 15% y 15% respectivamente, reflejando una fuerte demanda europea por el café de origen cajamarquino. Canadá y Corea del Sur, con cuotas del 7% y 4%, muestran un crecimiento sostenido que diversifica el portafolio de destinos. Otros mercados como Colombia, Suecia, Gran Bretaña y Países Bajos mantienen participaciones de entre el 3% y 4%, aportando estabilidad frente a variaciones en los principales compradores. Mientras en la tabla 25 la cantidad de mercados de destino para las exportaciones de café en grano verde de la región Cajamarca revela una marcada concentración en las provincias de Jaén y San Ignacio. Jaén lidera consistentemente, alcanzando en 2024 un total de 43 mercados destinando café convencional y 19 mercados destinando café orgánico, lo que refleja su capacidad de diversificación comercial y posicionamiento internacional. San Ignacio, aunque con menor alcance, mantiene una presencia estable en 13 mercados con certificación orgánica y 22 mercado de café convencional, evidenciando una estrategia de apertura sostenida en el tiempo. Otras provincias como Cajamarca y Chota muestran participaciones reducidas, con un rango de uno a cuatro mercados, lo que limita su exposición y competitividad global.

d. Exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde por empresa

Tabla 26

Análisis de las empresas exportadoras de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024 (Miles FOB USD)

N°	Empresa exportadora	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	PART. 2024
1	Olam Agro Perú S.A.C.	32,477	26,857	57,645	52,778	47,103	38,496	33,299	34,454	84,956	49,059	115,303	22%
2	Comercio Amazonia S.A.						15,962	26,507	34,813	103,521	57,583	76,067	14%
3	Compañía Internacional Del Café S.A.C.	28,492	23,457	37,507	28,186	31,629	19,854	11,325	22,732	55,073	38,065	56,587	11%
4	Exportadora Romex S.A.	12,258	4,614	12,040	11,512	8,182	13,560	11,013	15,987	16,425	30,979	27,072	5%
5	Finca Churupampa Perú S.A.C.			913	2,991	3,493	4,852	4,898	4,234	12,027	11,959	17,581	3%
6	A & V CAFÉ S.A.C.			2,170	2,097	2,551	2,916	2,953	3,447	2,511	4,032	14,134	3%
7	Falcon Coffees Perú S.R.L.						1,960	2,188	3,096	3,982	5,015	13,961	3%
	Cooperativa Agraria												
8	Cafetalera "La Prosperidad" De Chirinos	6	17	4,698	449	2,954	6,040	5,369	6,308	11,566	8,308	13,700	3%

9	Cooperativa Agraria AMOJU					424	928	1,379	5,437	10,169	7,894	10,543	2%
	Cooperativa De Servicios												
10	Múltiples SOL&CAFE LTDA.	2,426	8,427	11,688	6,621	12,059	13,977	9,186	9,717	12,449	12,914	10,383	2%
11	Cafe Selva Norte S.A.C.	0	0	0	0	0	0	0	0	194	3,410	9,895	2%
12	Cooperativa Agraria APROCASSI	5,462	4,195	2,178	1,694	3,206	3,570	3,490	4,379	8,579	5,693	9,690	2%
	Cooperativa Agraria												
13	Cafetalera Cenfrocafé Perú	1,321	16,866	19,636	15,339	33,506	31,300	19,629	14,789	29,301	10,214	7,517	1%
	Asociación De												
14	Productores De Cafés Especiales								97	3,999	2,361	7,006	1%
15	Cooperativa Agraria Norandino LTDA			4,523	2,522	59	9,656	1,053	7,965	5,428	6,540	6,334	1%
16	Los demás	45,104	40,756	74,643	70,148	109,254	72,798	81,231	83,919	147,402	101,070	133,458	25%
	Suma total	127,546	125,189	227,641	194,337	254,421	235,868	213,522	251,376	507,580	355,096	529,232	100%

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

Tabla 27

Cantidad de empresas por provincias de las exportaciones de la región de Cajamarca de café en grano verde, periodo 2014 al 2024

Provincias	2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		2024	
	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org	Conv	Org
Jaén	27	7	29	4	38	3	45	11	46	14	54	13	50	11	59	16	76	33	83	32	99	27
San Ignacio	7	2	11	6	11	6	21	5	22	9	19	3	21	6	22	7	25	13	22	12	23	13
Cajamarca	13	1	7	4	10	2	2	1	18	5	24	1	23	4	16	5	17	3	17	6	21	4
Chota		1	1		1		1		1		1			1	2	1	1	1	1	1	1	1
San miguel									2								1					
Cutervo									1		2		2		2		1		1			
Total general	36	11	41	12	48	9	56	15	64	23	78	14	76	19	86	25	101	44	106	46	121	40

Nota. Datos obtenidos de SUNAT a través de la base de datos de inteligencia comercial de AZATRADE (2025).

En el periodo 2014-2024, en la tabla 26 el mercado exportador de café en grano verde de la región Cajamarca presenta una alta concentración en pocas empresas, destacando Olam Agro Perú S.A.C., que en 2024 lideró con 115,203 mil USD y una participación del 22% del total regional, evidenciando un crecimiento sostenido en la última década. Le sigue Comercio Amazonia S.A. con el 14% y 76,417 mil USD, consolidando su posición gracias a volúmenes consistentes y diversificación de mercados. Otras firmas relevantes, como Cooperativa de Servicios Múltiples Sol&Café y Exportadora Romex S.A., mantienen participaciones entre el 10% y 12%, aportando estabilidad al sector. Sin embargo, la mayoría de las empresas restantes, incluidas cooperativas y asociaciones de productores, registran participaciones individuales inferiores al 3%, lo que limita su incidencia en el total exportado. Esta estructura revela una dependencia significativa de los grandes operadores, planteando el desafío de fortalecer la competitividad de los pequeños y medianos exportadores mediante mejoras en calidad, certificaciones y acceso a canales internacionales más rentables.

Por otro lado, en la tabla 27, la cantidad de empresas exportadoras de café en grano verde en la región Cajamarca muestra una marcada concentración en las provincias de Jaén y San Ignacio, siendo estos los principales polos de actividad comercial. Jaén lidera en 2024 con 27 empresas exportadoras con certificación orgánica, pese a una reducción respecto a picos anteriores como 2022, cuando alcanzó 33, lo que refleja una posible depuración hacia operadores más competitivos. San Ignacio se posiciona en segundo lugar con 13 empresas, manteniendo una presencia relativamente estable a lo largo de la década. Provincias como Cajamarca y Chota presentan cifras muy reducidas, con participaciones que oscilan entre una y cuatro empresas, lo que evidencia limitaciones en su capacidad exportadora y menor acceso a mercados internacionales. El total regional en 2024 es de 40 empresas exportadoras con certificación orgánica, por

debajo del máximo de 44 en 2022, lo que podría estar asociado a consolidaciones empresariales, cambios en la demanda o barreras de entrada más exigentes.

3.2. Factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del departamento Cajamarca, 2024.

En la dimensión gestión empresarial se observa que las empresas presentan un nivel elevado de gestión empresarial que considera el 57.5% de los encuestados, lo que refleja el nivel alto, evidencian capacidad para planificar, coordinar y optimizar sus recursos, lo que les permite responder de manera eficiente a las exigencias técnicas y normativas de la certificación orgánica, así como sostener relaciones comerciales estables; seguidos del nivel moderado que representa el 40% , que si bien cuentan con prácticas aceptables, aún presentan oportunidades de mejora en aspectos como la innovación, la trazabilidad y el control de procesos, necesarios para incrementar su competitividad y el nivel reducido con el 2.5%, que refleja un grupo mínimo que enfrenta limitaciones estructurales y de gestión, lo que podría obstaculizar su permanencia en mercados especializados que demandan altos estándares.

Tabla 28

Gestión empresarial

Nivel	f	%
Reducido	1	2.5
Moderado	16	40.0
Elevado	23	57.5
Total	40	100.0

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

Mientras en la dimensión sostenibilidad ambiental, se observa que las empresas consideran el 70% cumple con la sostenibilidad ambiental, el cual emerge como un

componente esencial para consolidar la competitividad y permanencia en mercados especializados y por ende se manifiesta un cumplimiento alto refleja un compromiso significativo con prácticas responsables, tales como el uso eficiente de recursos naturales, la conservación de la biodiversidad y la reducción del impacto ambiental, mientras el 25% lo califica en un nivel moderado el cual indica que, aunque existe un manejo aceptable, aún es necesario reforzar acciones de mitigación ambiental y mecanismos de monitoreo que garanticen una mejora continua y el 5% lo califica como reducido, dado las limitaciones que podrían comprometer su acceso y permanencia en mercados exigentes, debido a posibles deficiencias en el manejo sostenible de la producción.

Tabla 29

Sostenibilidad ambiental

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Reducido	2	5.0
Moderado	10	25.0
Elevado	28	70.0
Total	40	100.0

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

En cuanto a la calidad de producción, se detalla que el 93% considera un elevado nivel de calidad de producción, que refleja una fuerte capacidad para cumplir con estándares de pureza, consistencia y atributos organolépticos propios del café orgánico, respaldados por procesos de selección, beneficio y almacenamiento que aseguran la preservación de sus cualidades; seguido del 7% que se encuentra en un nivel moderado, el que señala la necesidad de reforzar aspectos como el control de procesos, la capacitación técnica y la estandarización de procedimientos, a fin de alcanzar niveles óptimos.

Tabla 30*Calidad de producción*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Moderado	3	7.5
Elevado	37	92.5
Total	40	100.0

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

Para los aspectos sociales el 70% lo considera en un nivel moderado, lo que indica que, si bien existe cierto compromiso con la mejora de las condiciones laborales, la inclusión de productores y la participación comunitaria; seguido del 17.5% que es reducido que evidencia carencias más marcadas, posiblemente relacionadas con la ausencia de políticas sociales estructuradas o con la limitada capacidad para generar beneficios sostenibles en las comunidades vinculadas a la cadena productiva y el 12.5% tiene un nivel elevado, que implica la responsabilidad social, fomentando relaciones de cooperación y bienestar colectivo. Estos resultados reflejan que, aunque el componente social no es el más fortalecido, su desarrollo resulta esencial para consolidar la certificación orgánica como una ventaja competitiva integral.

Tabla 31*Aspectos sociales*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Reducido	7	17.5
Moderado	28	70.0
Elevado	5	12.5
Total	40	100.0

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25.

3.3. Relación de los factores de éxito de la certificación Orgánica con la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024.

Se consideró para los resultados obtenidos, hacer uso de los datos recopilados en la encuesta dirigida a las empresas exportadoras. La misma que sirvió para evaluar la relación de los factores de éxito de la certificación orgánica con la dinámica exportadora de café. Es por ello que se presentó los resultados donde se usó tablas que graficó el aspecto estadístico y la conexión con los objetivos de la investigación. De esta manera se presentó de forma ordenada y precisa los resultados.

Tabla 32

Prueba de normalidad de los datos

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión empresarial	0.245	40	0.000	0.750	40	0.000
Sostenibilidad Ambiental	0.203	40	0.000	0.873	40	0.000
Calidad de Producción	0.189	40	0.001	0.923	40	0.010
Aspectos Sociales	0.206	40	0.000	0.937	40	0.027
Dinámica exportadora	0.171	40	0.005	0.971	40	0.396

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

En la tabla 32 se detalló que a partir de considerar que se tuvo una muestra menor a 50, se consideró el análisis de Kolmogorov-Smirnov, donde se observó que las dimensiones y las variables (Sig=0.000<0.05) no tuvo una distribución normal; por lo que

se utiliza como técnica de correlación al Rho de Spearman para el análisis de dicha relación.

Mientras en la tabla 33, se observa una relación positiva baja y significativa entre la gestión empresarial y la dinámica exportadora (Rho de Spearman: 0.404, sig<0.05); esto implica que la capacidad de mejorar la planificación, organización, control y uso eficiente de recursos incrementa la dinámica exportadora, al lograr cumplir con los estándares y procesos que permitan aprovechar las oportunidades comerciales; sin embargo, aún es baja la intensidad de la relación.

Tabla 33

Relación entre la gestión empresarial y la dinámica exportadora

		Gestión empresarial	Dinámica exportadora
Rho de Spearman	Gestión empresarial	Coeficiente de correlación 1.000	,404**
		Sig. (bilateral)	0.010
		N	40
	Dinámica exportadora	Coeficiente de correlación ,404**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.010
		N	40

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

En la tabla 34, se observa que existe una relación positiva moderada y significativa entre la sostenibilidad ambiental y la dinámica exportadora (Rho de Spearman: 0.404, sig<0.05); esto implica que las empresas que se aplican de manera más consistente como las prácticas de producción responsables, tienden a mostrar un mejor desempeño en sus operaciones de exportación, tanto en continuidad como en proyección hacia nuevos

mercados, siendo la sostenibilidad ambiental un componente que favorece la competitividad internacional y fortalece la confianza de los compradores en los productos certificados, aunque no es el único determinante de la dinámica exportadora.

Tabla 34

Relación entre la sostenibilidad ambiental y la dinámica exportadora

		Sostenibilidad Ambiental	Dinámica exportadora
Rho de Spearman	Sostenibilidad Ambiental	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,518**
		N	40
	Dinámica exportadora	Coeficiente de correlación	,518**
		Sig. (bilateral)	0.001
		N	40

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

En la tabla 35, se detalló que existe una relación baja entre la calidad de producción y la dinámica exportadora (Rho de Spearman: 0.386, sig<0.05); esto implica que aunque es esencial para acceder a mercados especializados y cumplir con las exigencias de la certificación orgánica, no garantiza por sí sola un incremento sustancial en la actividad exportadora, ya que esta también depende de factores complementarios como la capacidad de negociación, el acceso a redes comerciales, la logística internacional y la estabilidad de la demanda externa.

Tabla 35*Relación entre la calidad de producción y la dinámica exportadora*

		Calidad de Producción	Dinámica exportadora
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1.000
	Calidad de Producción	Sig. (bilateral)	,386*
		N	40
	Dinámica exportadora	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.014
		N	40

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

Para la tabla 36, se detalló que existe una relación positiva moderada y significativa entre aspectos sociales y la dinámica exportadora (Rho de Spearman: 0.526, sig<0.05), el cual involucra que a medida que las empresas garantizan estándares superiores en la selección, procesamiento y conservación del grano, se incrementa su capacidad para mantener y ampliar su presencia en mercados internacionales.

Tabla 36*Relación entre aspectos sociales y la dinámica exportadora*

		Aspectos Sociales	Dinámica exportadora
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1.000
	Aspectos Sociales	Sig. (bilateral)	,526**
		N	40
	Dinámica exportadora	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	40

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

V.25

3.4. Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024.

En la tabla 37, se detalla que existe una conexión positiva moderada entre la certificación orgánica y la dinámica exportadora de café en grano verde (Rho de Spearman: 0.574, $p < 0.05$), representando que conforme las empresas fortalecen la certificación orgánica se registra un mayor desempeño en la dinámica exportadora, tanto en volumen como en valor y diversificación de mercados, creando valor agregado.

Tabla 37

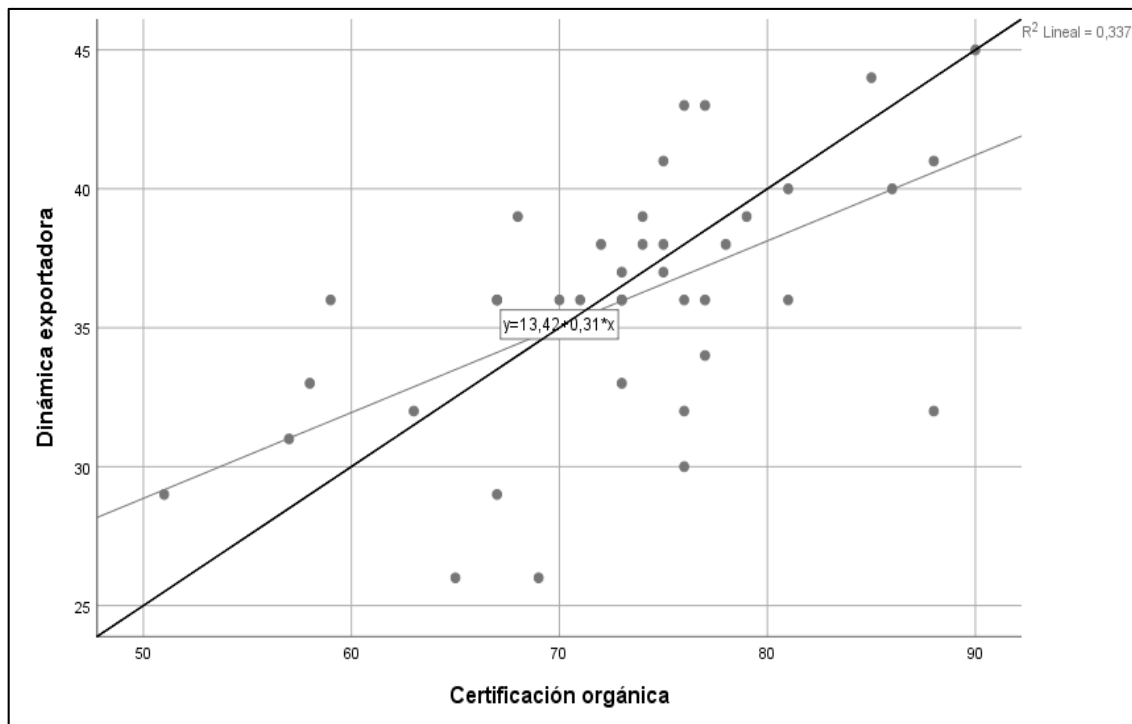
Relación entre la certificación orgánica y la dinámica exportadora

			Dinámica exportadora	Certificación orgánica
Rho de Spearman	Dinámica exportadora	Coefficiente de correlación	1.000	,574**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	40	40
	Certificación orgánica	Coefficiente de correlación	,574**	1.000
Sig. (bilateral)		0.000		
N		40	40	

Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS

Figura 6

Relación entre la certificación orgánica y la dinámica exportadora



Nota. Datos obtenidos del procesamiento de las encuestas procesadas en SPSS V.25

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

4.1 En relación con el primero objetivo específico: La evidencia empírica muestra que el Perú y, particularmente, la región de Cajamarca, han consolidado una posición competitiva relevante en el comercio internacional del café en grano verde, alcanzando en 2022 un crecimiento en valor FOB superior al 50 % respecto al año anterior. Este hallazgo coincide con lo expuesto por Aliaga & Ramírez (2019), quienes señalan que el incremento de las exportaciones está directamente vinculado a la capacidad de los productores y empresas para adaptarse a las exigencias de los mercados externos mediante prácticas sostenibles y certificadas. Asimismo, la ventaja comparativa revelada identificada en el periodo analizado refleja una especialización productiva que, según Apaza & Riquelme (2022), es clave para mantener la competitividad frente a países competidores como Colombia y Honduras. En este sentido, Cajamarca ha mostrado no solo un incremento sostenido en volumen, sino también una diversificación hacia mercados exigentes, en línea con lo indicado por Bonifaz & Palacios (2023) respecto a que el acceso a nichos de consumo premium demanda estándares diferenciadores que fortalezcan la reputación exportadora. Sin embargo, persisten desafíos como la volatilidad de precios internacionales y la dependencia de pocos destinos, lo que converge con lo planteado por Balcázar y Villanueva (2023), quienes advierten que la competitividad sostenible requiere estrategias que integren innovación, diversificación de mercados y fortalecimiento logístico. De esta forma de lo mencionado anteriormente, se refleja en la competitividad en el comercio exterior de café en grano verde no debe entenderse únicamente como un incremento en volúmenes y valores exportados, sino como un proceso integral que combina adaptabilidad, reputación y apertura a mercados de alto valor. Cajamarca ha sabido capitalizar su especialización y certificaciones como ventaja

estratégica, aunque la dependencia de determinados destinos y las fluctuaciones del mercado internacional evidencian que la competitividad es un logro dinámico, sujeto a la capacidad de innovar y diversificar. Por tanto, el fortalecimiento de la cadena de valor, la inversión en infraestructura logística y la ampliación de la presencia en nuevos mercados se configuran como acciones prioritarias para consolidar y expandir el posicionamiento alcanzado, asegurando que los beneficios derivados de esta ventaja competitiva se mantengan y profundicen en el tiempo.

4.2. Con relación al segundo objetivo específico: Orientado a describir los factores de éxito vinculados con la certificación orgánica de las empresas exportadoras de café en grano verde de Cajamarca, la evidencia empírica reveló que la calidad del grano, la trazabilidad del proceso productivo, el cumplimiento normativo y la asociatividad son elementos centrales para sostener la presencia en mercados internacionales. De acuerdo con Jones et al. (2024) en su trabajo de investigación los resultados encontrados, indican que consideraron con certificación orgánica, que permite contextualizar un buen desempeño económica y ambiental de los exportadores ecuatorianos, teniendo un impacto positivo en la exportación de café, logrando competir de igual manera que la competencia, logrando acceder a mercados internacionales que valoran la sostenibilidad.

De igual manera, la asociatividad surge como un componente estratégico que facilita el acceso a financiamiento, la consolidación de volúmenes exportables y la optimización logística. Coincidiendo con lo planteado por Naegele (2020) cuyos datos muestran que las empresas que forman parte de cooperativas o asociaciones presentan un mejor posicionamiento en mercados internacionales, ya que pueden negociar colectivamente, reducir costos y cumplir con las demandas de los compradores en cuanto a volumen y calidad. Este hallazgo refuerza la idea de que la certificación

orgánica alcanza su máximo potencial cuando se articula con redes de colaboración eficientes.

En contraste, factores como la inversión en infraestructura física, aunque relevantes, no mostraron el mismo peso que las capacidades organizativas y el fortalecimiento de procesos. Este matiz difiere de lo propuesto por otros autores que priorizan la infraestructura como eje central del éxito exportador. En el contexto cajamarquino, la experiencia adquirida y la gestión eficiente de los recursos han permitido mantener los estándares de certificación sin requerir necesariamente grandes inversiones físicas, lo que sugiere que la optimización de procesos y la cohesión organizativa tienen un impacto más directo.

4.3. Con relación al tercer objetivo específico: Se evidenció una conexión positiva significativa pero baja entre la gestión empresarial y la dinámica exportadora; así como una relación positiva moderada y significativa entre la sostenibilidad ambiental y la dinámica exportadora, asimismo existe una relación baja entre la calidad de producción y la dinámica exportadora; así como una relación positiva moderada y significativa entre la calidad de producción y la dinámica exportadora. Dichos resultados se relacionan con

Dilas et al. (2020) donde considera que los cafés especiales con certificación orgánica tuvieron una rentabilidad menor debido a los altos costos de producción. Sin embargo, los productos orgánicos son más susceptibles a las fluctuaciones de los precios que el café convencional, ya que al tener un producto de alta calidad certificada se logra obtener mayores ganancias en el mediano y largo plazo. Asimismo, con García & Ramírez (2022) señala que existe una relación positiva de 67% entre la certificación orgánica y el volumen de exportación de café; destacando la importancia de las certificaciones para mejorar la competitividad y el acceso a mercados internacionales en el sector cafetalero.

Es por ello que la gestión empresarial mostró una correlación positiva significativa pero baja, lo que indica que, si bien la capacidad administrativa y estratégica influye en la actividad exportadora, su impacto es limitado frente a otros factores. En contraste, la sostenibilidad ambiental y la calidad de producción evidenciaron relaciones positivas moderadas y significativas, reafirmando que las prácticas agrícolas sostenibles y la producción con altos estándares constituyen elementos clave para acceder y mantenerse en mercados de mayor valor.

Por otra parte, en la calidad de producción se observan dos niveles de relación con la dinámica exportadora: una baja, que podría reflejar la influencia de factores externos como la volatilidad de precios o barreras comerciales, y otra moderada y significativa, que evidencia el peso de mantener estándares consistentes de calidad para acceder y consolidarse en mercados especializados. Esta dualidad indica que, aunque la calidad es un factor clave, su efecto puede verse condicionado por la capacidad de las empresas para sostenerla de forma uniforme y certificarla bajo normas reconocidas internacionalmente. En conjunto, estos hallazgos sugieren que el éxito exportador en el sector cafetero depende de un equilibrio entre la eficiencia en la gestión, el compromiso con la sostenibilidad y la garantía de calidad, siendo estos últimos dos elementos los de mayor peso estratégico.

4.4. Finalmente, el objetivo general: Se observa una relación positiva y de magnitud moderada entre la certificación orgánica y la dinámica exportadora de café en grano verde. Dichos resultados se relacionan con Molina (2024), donde se considera que la certificación orgánica en productos agrícolas es un requisito importante para acceder a mercados internacionales, ya que actualmente, los exportadores se enfrentan a consumidores comprometidos con el consumo de productos agrícolas sostenibles que contribuyen al bienestar en la salud del consumidor. De la misma manera con Dilas et al.

(2020) donde se evidenció que los cafés especiales con certificación orgánica tuvieron una rentabilidad menor debido a los altos costos de producción y con García & Ramírez (2022) donde destaca la importancia de las certificaciones para mejorar la competitividad y el acceso a mercados internacionales en el sector cafetalero, así como la necesidad de adoptar prácticas sostenibles en la producción de café, que permitan mejorar el posicionamiento en el mercado cafetero internacional, obteniendo mejores precios y mayor rentabilidad a las cooperativas de la región de Cajamarca.

En este contexto, la certificación no solo se percibe como un requisito comercial, sino como un atributo que refuerza la reputación del producto, ampliando las oportunidades de negociación y fortaleciendo el posicionamiento en cadenas de valor especializadas.

Por otro lado, las empresas que consolidan o amplían el alcance de su certificación tienden a mejorar su desempeño exportador, evidenciándose en mayores volúmenes de envío, incremento del valor de las exportaciones y apertura hacia nuevos destinos comerciales. Este vínculo puede explicarse por el valor agregado que otorga la certificación en los mercados internacionales, donde la diferenciación del producto genera confianza en consumidores dispuestos a pagar un precio superior por atributos de sostenibilidad, calidad y trazabilidad.

Además, la asociación identificada sugiere que la certificación orgánica no solo actúa como un sello de cumplimiento normativo, sino también como una herramienta estratégica que impulsa la competitividad del sector cafetalero. Al incorporar prácticas de producción sostenibles y cumplir con estándares internacionales, las empresas logran acceder a nichos de mercado de alto valor, fortaleciendo su posicionamiento y reputación a nivel global. Esto se traduce en beneficios que trascienden el corto plazo, ya que la consolidación de relaciones comerciales estables y la fidelización de clientes en mercados

especializados permiten sostener e incrementar la rentabilidad de las exportaciones a mediano y largo plazo.

Por lo cual se infiere la necesidad de que lograr la certificación orgánica conlleva a una exigencia de la empresa que pueda incrementar su valor para lograr ingresar a nuevos nichos de mercado, en la cual la diferenciación del producto involucra una mejor confianza en los consumidores que se encuentran dispuestos a un mayor valor de pago.

CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general la certificación orgánica incide en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas en Cajamarca; considerando una relación moderada, a partir de la evidencia de Rho: 0.574 y el valor de $p < 0.05$, debido a que aún es un desafío para las empresas lograr una certificación orgánica que se traduce en un mayor dinamismo comercial, al lograr alcanzar altos estándares internacionales que les permite ingresar a nuevos nichos de mercado.
2. A partir del primer objetivo específico se observa que la competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y departamento de Cajamarca en el periodo de análisis mostró un desempeño competitivo sostenido, en el cual se ha incrementado el volumen y diversificación de mercados expresado en el HHI y en el índice neto de las exportaciones; siendo Cajamarca el que ha contribuido al posicionamiento del café en grano verde, pero también enfrenta volatilidad de precios, mejorar la productividad y certificaciones diferenciadoras.
3. Con relación al segundo objetivo específico los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde presentan un nivel elevado es la gestión empresarial, por la capacidad de optimizar recursos de forma eficiente; mientras que la dimensión sostenibilidad ambiental refleja que también es considerado un componente esencial en la ejecución de las prácticas responsables.
4. Con relación al tercer objetivo específico, se evidenció una relación baja y significativa entre la gestión empresarial y la dinámica exportadora a partir de la evidencia de Rho: 0.574 y el valor de $p < 0.05$; mientras existe una relación moderada y significativa entre la sostenibilidad ambiental y la dinámica

exportadora considerando la evidencia de Rho: 0.404 y el valor de $p < 0.05$, por otro lado la relación es baja entre la calidad de producción y la dinámica exportadora considerando la evidencia de Rho: 0.386 y el valor de $p < 0.05$ y también se evidencia una relación positiva moderada entre los aspectos sociales y la dinámica exportadora considerando la evidencia de Rho: 0.526 y el valor de $p < 0.05$, siendo una necesaria mejora de los factores de gestión empresarial y la calidad de producción, que permita consolidar la dinámica exportadora de las empresas.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los gerentes de las empresas exportadoras de café en grano verde de Cajamarca, mejoren sus procesos orientados a mantener la certificación orgánica, donde se configura como un aspecto clave que permita incrementar el dinamismo comercial a partir de invertir en capacidad técnica, mejorar las prácticas agrícolas sostenibles y aplicar mejores controles de calidad en las etapas de producción, implicando desarrollar alianzas estratégicas para aprovechar el incremento del volumen y diversificación de mercados.
2. Se recomienda a los gerentes de las empresas exportadoras de café en grano verde de Cajamarca, consolidar la competitividad a partir de gestionar la certificación desde los campos de cultivo, otorgando incentivos económicos (disponibilidad tecnológica) y no económicos (reconocimientos), para que los proveedores realicen prácticas de sostenibilidad ambiental.
3. Se recomienda que el Gobierno Regional de Cajamarca gestionar el aumento de fondos concursables del Estado peruano como Precompite que conlleve a la obtención de financiamiento para mejorar la gestión, calidad de producción, responsabilidad social y ambiental de las organizaciones (cooperativas y asociaciones)
4. Se recomienda a los gerentes de las empresas exportadoras que desarrolle un plan de pasantías y formación gerencial innovadora, con fondos del Proinnovate Que permitan la concientización de las buenas prácticas sostenibles y competitividad exportadora.

REFERENCIAS

- Ahmad, B., Anwar, M., Badar, H., Mehdi, M., & Tanwir, F. (2021). Analyzing export competitiveness of major fruits and vegetables of pakistan: An application of revealed comparative advantage indices. *Pakistan Journal of Agricultural Sciences*, 58(2), 719–730. <https://doi.org/10.21162/PAKJAS/21.952>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aliaga Ramos, G. M., & Ramírez Tijero, P. C. A. (2019). Evaluación del incremento de las exportaciones de café peruano a Alemania debido a la certificación orgánica (2007 – 2017). In *Repositorio Institucional de la UPC*. Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626015>
- Alonso, V. (2021). El comercio internacional de armamento y las ventajas comparativas. *Revista de Estudios En Seguridad Internacional*, 7(2), 83–104. <https://doi.org/10.18847/1.14.5>
- Alva, B., & Burga, D. (2021). *Procesos logísticos y exportación de café de empresas cafeteras a Berlín – Alemania 2021*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/86153>
- Amador, M., Valdés, H., & García, J. (2002). Tendencias del mercado orgánico mundial, con énfasis en café orgánico. *Acta Académica*, 30, 47–56. <http://revista.uaca.ac.cr/index.php/actas/article/view/598/620>

- Amauta State. (2022). *¿Cómo será el precio del café en el futuro?*
<https://amautastate.com/como-sera-el-precio-del-cafe-en-el-futuro/>
- Amauta State. (2023). *¿Cómo será el precio del café en el futuro?*
<https://amautastate.com/como-sera-el-precio-del-cafe-en-el-futuro/>
- Anaya, Y. Z. F., Rodríguez, D. M. S., Ravina-Ripoll, R., & Galván-Vela, E. (2022). Organic coffee growing as a competitive strategy for Mexico in international trade. *Coffee Science*, 17. <https://doi.org/10.25186/v17i.2005>
- Antiushko, D., Bozhko, T., Osyka, V., Shapovalova, N., Lozova, T., Fil, M., Sienohonova, L., Dudla, I., Volodavchyk, V., & Sienohonova, H. (2022). ENSURING ENVIRONMENTAL PROTECTION AND ECONOMIC RENEWAL THROUGH ORGANIC PRODUCTION CERTIFICATION. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4(13–118), 53–60. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.262328>
- Apaza, O. A., & Riquelme, M. M. (2022). *DE LAS EXPORTACIONES DE PALTA Y UVAS CON EL ÍNDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA; PARA LA*. 22(2), 31–39. <https://doi.org/10.35286/veritas.v22i2.308>
- Arias de López, M., Corozo-Ayovi, R. E., Delgado, R., Osorio, B., Moyón, D., Rengifo, D., Suárez, P., Paulino, A., Medrano, S., Sánchez, L., van Tol, R., & Clercx, L. (2020). Red rust thrips in smallholder organic export banana in Latin America and the Caribbean: Pathways for control, compatible with organic certification. In *Acta Horticulturae* (Vol. 1272). <https://doi.org/10.17660/ActaHortic.2020.1272.19>

- Arita, S., Grant, J., Sydow, S., & Beckman, J. (2022). Has global agricultural trade been resilient under coronavirus (COVID-19)? Findings from an econometric assessment of 2020. *Food Policy*, *107*(2022), 102204. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102204>
- Balassa, B. (1965a). Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage. *The Manchester School*, *33*(2), 99–123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Balassa, B. (1965b). Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage1. *The Manchester School*, *33*(2), 99–123. <https://doi.org/10.1111/J.1467-9957.1965.TB00050.X>
- Balcazar Ortiz, D. A., & Villanueva Vasquez, A. M. (2023). Factores limitantes que influyen en la exportación de café orgánico de Cajamarca a Estados Unidos en el contexto COVID-19, periodo 2020-2021. In *Repositorio Institucional de UPN*. Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/item/0e8442c3-1e8c-4793-a9c0-f5d3f1eff57a>
- Balogh, J. M., & Jámbor, A. (2017). The global competitiveness of European wine producers. *British Food Journal*, *119*(9), 2076–2088. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2016-0609>
- Banco Mundial. (2023, January). *Perspectivas Económicas Mundiales*. <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>
- Banco Mundial [BM]. (2020, December 14). *Resumen anual 2020: El impacto de la COVID-19 (coronavirus) en 12 gráficos*.

<https://blogs.worldbank.org/es/voices/resumen-anual-2020-el-impacto-de-la-covid-19-coronavirus-en-12-graficos>

Banco Mundial [BM]. (2021, June). *Capítulo 1. Los impactos económicos de la crisis de la COVID19.*

<https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>

Banco Mundial [BM]. (2024, January 10). *PBI mundial durante el periodo 1960 - 2022.* <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>

Banterle, A., & Carraresi, L. (2007). Competitive performance analysis and European Union trade: The case of the prepared swine meat sector. *Acta Agriculturae Scand Section C*, 4(3), 159–172. <https://doi.org/10.1080/16507540701597048>

Barrenechea, A. (2019). *Factores críticos de la gestión de compras que inciden en la oferta exportable de café verde en grano de la Cooperativa Agraria Cafetalera Bagua Grande LTDA.* <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5554>

Belay, S., Mideksa, D., Gebrezgiabher, S., & Seifu, W. (2016). Factors Affecting Coffee (*Coffea Arabica* L.) Quality in Ehtiopia: a Review. *Journal of Multidisciplinary Scientific Research*, 4(1), 22–28. [https://www.semanticscholar.org/paper/FACTORS-AFFECTING-COFFEE-\(COFFEA-ARABICA-L.\)-IN-A-Belay-Mideksa/96e72a730b4adea206a179217ed95cf5c07731a6](https://www.semanticscholar.org/paper/FACTORS-AFFECTING-COFFEE-(COFFEA-ARABICA-L.)-IN-A-Belay-Mideksa/96e72a730b4adea206a179217ed95cf5c07731a6)

Bonifaz Vargas, M. N., & Palacios Agüero, L. E. (2023). La certificación orgánica y su relación con la exportación de café, Perú 2023. In *Repositorio*

Institucional de la UTP. Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú.
<https://repositorio.utp.edu.pe/item/7c6d5062-edb8-4630-98cb-30581c79ed1f>

Brito, T. P., de Souza-Esquerdo, V. F., & Borsatto, R. S. (2022). State of the art on research about organic certification: a systematic literature review. *Organic Agriculture*, *12*(2), 177–190. <https://doi.org/10.1007/s13165-022-00390-6>

Cabrera-Vásquez, K. W., Gambo-Alarcón, P. W., Castro-Santander, P. O., & Solano-Gaviño, J. C. (2022). Tara agribusiness system of Peru: performance and commercial dynamics. *Agroindustrial Science*, *12*(3), 261–269. <https://doi.org/10.17268/agroind.sci.2022.03.04>

Cafecafeteras. (2022). *17 datos y cifras de la industria de café en el mundo*. <https://www.cafecafeteras.com/datos-cifras-industria-cafe/>

Carter, D. P., Adams, I. T., Wright, S., & Scott, T. A. (2022). Appraising the administrative burden of USDA organic certification: A descriptive analysis of Notice of Noncompliance data. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, *11*(2), 235–242. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2022.112.020>

CBI UE. (2024). *European market potential for organic coffee*. <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/organic-coffee/market-potential>

Cruz López, D. F. (2021). *Análisis De La Competitividad Y Ventaja Comparativa Revelada Del Aguacate Hass De México En El Mercado Mundial*.

<https://repositorio.chapingo.edu.mx/items/6eb148b3-a87a-4184-bfeb-16af9d88ff91>

De Lima, A. R., Scalco, A. R., & Ganga, G. M. D. (2022). Products with organic certification: Do Brazilian consumers perceive their attributes? *Production*, 32. <https://doi.org/10.1590/0103-6513.20220024>

Dihigo, J. (2006). *Metodología de la Investigación para administradores*. Ediciones de la U. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-para-adm-Joaquin-Garcia-Dihigo.pdf>

Dilas Jiménez, J. O., Zapata Ruiz, D. M., Arce Almenara, M. E., & Ascurra Toro, D. (2020). Comparative analysis of the production costs and profitability of the special coffee with certified organic and non-certified. *South Sustainability*, e017. <https://doi.org/10.21142/SS-0102-2020-017>

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147. <https://doi.org/10.2307/2095101>

Dwi Nugroho, A., & Lakner, Z. (2022). Effect of Globalization on Coffee Exports in Producing Countries: A Dynamic Panel Data Analysis. *Journal of Asian Finance*, 9(4), 419–0429. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no4.0419>

Ecochard, L., Normand, A., & Terrisse, G. (2023). Experiences in organic banana production at Golden Organics Limited (G.O.L.), the organic banana production subsidiary of the Compagnie Fruitière Group in Ghana. In *Acta Horticulturae* (Vol. 1367). <https://doi.org/10.17660/ActaHortic.2023.1367.6>

- Estrada, M.-E., & Arrieta, M. del C. (2021). Indicadores de competitividad de comercio internacional de espárrago para exportación a Estados Unidos de América en el periodo 2015 – 2020. *Semestre Económico*, 10(2), 86–93. <https://doi.org/10.26867/se.2021.v10i2.122>
- Everett M., R. (2003). The change agent. In Free Press (Ed.), *Achieving Cultural Change in Networked Libraries* (5th edición, p. 576). Routledge. https://books.google.com.pe/books?id=9U1K5LjUOwEC&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ezhilvani, C. M., & Jayakumar, A. (2020). Organic certification and marketing – An inquiry on PGS India. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 3576–3579. <https://www.ijstr.org/final-print/feb2020/Organic-Certification-And-Marketing-An-Inquiry-On-Pgs-India.pdf>
- Ferreira, A., & De Lonqui, A. L. (2014). *Metodología de la Investigación II* (EBSCOhost). <https://www.digitaliapublishing.com/a/35448/metodologia-de-la-investigacion-vol.-ii>
- Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020, April 1). *Políticas económicas para la guerra contra el COVID-19*. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2020/04/01/blog040120-economic-policies-for-the-covid-19-war>
- Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2021, October 5). *La recuperación mundial continúa, pero ha perdido ímpetu y la incertidumbre ha aumentado*. <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2021/10/12/world-economic-outlook-october-2021>

- Fresno, C. (2019). *Metodología de la Investigación: así de fácil*. El Cid Editores.
https://cat.biblioteca.ua.es/permalink/34CVA_UA/1ourqe3/alma991005975010706257
- Fuller, K. B., Janzen, J. P., & Munkhnasan, B. (2021). Farmland Rental Rates: Does Organic Certification Matter? *Land Economics*, 97(1), 80–106.
<https://doi.org/10.3368/WPLE.97.1.030119-0032R2>
- Gagnon, J. E., Kamin, S. B., & Kearns, J. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global GDP growth. *Journal of the Japanese and International Economies*, 68(June 2022), 101258.
<https://doi.org/10.1016/j.jjie.2023.101258>
- Galván, E., & Santos, G. (2019). Análisis de la elasticidad del precio y ventaja comparativa revelada del sector de cítricos en México. *Mercados y Negocios*, 39, 1–13. <https://www.redalyc.org/journal/5718/571860887005/html/>
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores* (1 a. edici). Ediciones de la U. <https://edicionesdelau.com/producto/metodologia-de-la-investigacion-para-administradores/>
- García Novoa, N. Y., & Ramírez Fuentes, M. M. (2022). Certificación orgánica y exportación de café en grano verde de las cooperativas del departamento de Cajamarca, 2021. In *Repositorio Institucional - UCV*. Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_c5e907d3161637704ef6d30cf4c01c1c

- Gatti, N., Gomez, M. I., Bennett, R. E., Scott Sillett, T., & Bowe, J. (2022). Eco-labels matter: Coffee consumers value agrochemical-free attributes over biodiversity conservation. *Food Quality and Preference*, 98, 104509. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104509>
- Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo Lambayeque. (2023). *Café en el mercado internacional*. <https://www.gob.pe/institucion/regionlambayeque-gercetur/informes-publicaciones>
- Girma Adugna, B. (2021). Review on Coffee Production and Quality in Ethiopia. *Agriculture, Forestry and Fisheries*, 10(6), 208. <https://doi.org/10.11648/j.aff.20211006.11>
- Gobierno Regional de Cajamarca. (2023). *Cajamarca reportó US\$ 500 millones en exportaciones de café*. <https://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/det/6001>
- Grovermann, C., Quiédeville, S., Muller, A., Leiber, F., Stolze, M., & Moakes, S. (2021). Does organic certification make economic sense for dairy farmers in Europe?—A latent class counterfactual analysis. *Agricultural Economics (United Kingdom)*, 52(6), 1001–1012. <https://doi.org/10.1111/agec.12662>
- Harvey, C. A., Pritts, A. A., Zwetsloot, M. J., Jansen, K., Pulleman, M. M., Armbrrecht, I., Avelino, J., Barrera, J. F., Bunn, C., García, J. H., Isaza, C., Munoz-Ucros, J., Pérez-Alemán, C. J., Rahn, E., Robiglio, V., Somarriba, E., & Valencia, V. (2021). Transformation of coffee-growing landscapes across Latin America. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 41(5), 62. <https://doi.org/10.1007/s13593-021-00712-0>

- Hassen MEHREZ, K., KHEMIRA, H., & Mohammed MEDABESH, A. (2023). Marketing strategies for value chain development: Case of Khawlani coffee-Jazan Region, Saudi Arabia. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*, 22(7), 449–460. <https://doi.org/10.1016/j.jssas.2023.04.004>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (6ª). <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández-Mendoza, N., Luquez-Gaitan, C. E., & Ireta-Paredes, A. del R. (2023). Análisis de la ventaja comparativa revelada normalizada del jitomate mexicano exportado a Estados Unidos, 1994-2020. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 33(62). <https://doi.org/10.24836/es.v33i62.1353>
- Hernández Trejo, V. Á. (Ed.). (2019). *Estudios recientes sobre economía ambiental y agrícola en México*. Universidad Autónoma de Baja California Sur. https://www.google.com.pe/books/edition/Estudios_recientes_sobre_econom%C3%ADa_ambie/kVDVzgEACAAJ?hl=es-419
- Huamán Bances, G. A., & Rios Villegas, I. D. P. (2019). *Incidencia de la certificación orgánica del café (coffea arábica) de exportación en la cadena de valor de la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo, de la provincia de Moyobamba, en el periodo 2016 al 2017*. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/3604>

- International Coffee Organization. (2023a). *Los precios del café se mantuvieron estables al final de 2022 y confluyeron alrededor de 160 centavos de dólar EE.UU. por libra*. <https://www.ico.org/es/Market-Report-23-24-c.asp>
- International Coffee Organization. (2023b). *Revisión anual del año cafetero 2021/2022*. <https://icocoffee.org/annual-review/>
- International Coffee Organization (OIC). (2020, June 1). *Efectos de la covid-19 en el sector mundial del café: Encuesta de los Miembros exportadores de la OIC (Serie Coffee Break No. 3)*. <https://www.ico.org/es/Coffee-Break-19-20-c.asp>
- Jan Trávníček, B. S. (2024). *The World of Organic Agriculture 2024*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024>
- Jitäreanu, A. F., Mihăilă, M., Robu, A.-D., Lipşa, F.-D., & Costuleanu, C. L. (2022). Dynamic of Ecological Agriculture Certification in Romania Facing the EU Organic Action Plan. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141711105>
- Jones, K., Njeru, E. M., Garnett, K., & Girkin, N. (2024). Assessing the Impact of Voluntary Certification Schemes on Future Sustainable Coffee Production. *Sustainability (Switzerland)*, 16(13). <https://doi.org/10.3390/su16135669>
- Junta Nacional del Café. (2022). *Perú y Etiopía lideran producción mundial de café orgánico*. <https://juntadelcafe.org.pe/peru-y-etiofia-lideran-produccion-mundial-de-cafe-organico/>

- Junta Nacional del Café. (2023). *Producción peruana de café alcanzó las 234.200 toneladas en 2022, mostrando una caída de 14%*.
<https://juntadelcafe.org.pe/produccion-peruana-de-cafe-alcanzo-las-234-200-toneladas-en-2022-mostrando-una-caida-de-14/>
- Kleemann, L., & Abdulai, A. (2013). Organic certification, agro-ecological practices and return on investment: Evidence from pineapple producers in Ghana. *Ecological Economics*, 93(September 2013), 330–341.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2013.06.017>
- Koch, M. A., Tosun, J., Kellermann, L., Marek, C., Kiefer, M., & Thiv, M. (2023). Reducing pesticides without organic certification? Potentials and limits of an intermediate form of agricultural production. *Cogent Food and Agriculture*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311932.2023.2202892>
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. (2012). *Economía internacional: teoría y política*. Editorial: Pearson.
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3184>
- Kumar, D., Menon, M. K., Balasubramani, N., Sadalaxmi, A., & Banerjee, M. (2023). Certification of organic agriculture and trade issues. In *Transforming Organic Agri-Produce into Processed Food Products: Post-COVID-19 Challenges and Opportunities*.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.1201/9781003329770-7/certification-organic-agriculture-trade-issues-deepak-kumar-manoj-kumar-menon-balasubramani-sadalaxmi-mrinalini-banerjee>

- Kurtz, H. E., Dittmer, J., Trauger, A., & Blue, S. (2021a). Organic certification as assemblage: The case of Cuban honey. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 46(2), 299–313. <https://doi.org/10.1111/tran.12419>
- Kurtz, H. E., Dittmer, J., Trauger, A., & Blue, S. (2021b). Organic certification as assemblage: The case of Cuban honey. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 46(2), 299–313. <https://doi.org/10.1111/tran.12419>
- Lee, Y., & Bateman, A. (2021). The competitiveness of fair trade and organic versus conventional coffee based on consumer panel data. *Ecological Economics*, 184(September 2020), 106986. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.106986>
- Lenz, R., Zarate, A., Rodríguez, J., & Ramírez, J. (2014). Niveles de hemoglobina glicosilada y diferencia en el gasto en salud de pacientes diabéticos: un estudio econométrico. *Revista Médica de Chile*, 142(7), 841–849. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872014000700004>
- Lerner, D. G., Pereira, H. M. F., Saes, M. S. M., & Oliveira, G. M. de. (2021). When Unfair Trade Is Also at Home: The Economic Sustainability of Coffee Farms. *Sustainability*, 13(3), 1072. <https://doi.org/10.3390/su13031072>
- Liberatore, L., Casolani, N., & Murmura, F. (2018). What's behind organic certification of extra-virgin olive oil? A response from Italian consumers. *Journal of Food Products Marketing*, 24(8), 946–959. <https://doi.org/10.1080/10454446.2018.1426513>

- Liu, M. (2022). The effects of organic certification on shoppers' purchase intention formation in taiwan: A multi-group analysis of structural invariance. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(1). <https://doi.org/10.3390/su14010055>
- Liu, Y., Zhu, J., Tuwor, C. P., Ling, C., Yu, L., & Yin, K. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global trade-embodied carbon emissions. *Journal of Cleaner Production*, *408*(February). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137042>
- Livelihoods Funds. (2021). *De las semillas hasta tu taza: La Producción Mundial De Café*. <https://livelihoods.eu/fr/es-de-las-semillas-de-cafe-hasta-tu-taza/>
- López, S., Sánchez, T., Valdivia, A., Hernández, O., García, V., & Vásquez, M. (2023). Análisis del índice de la ventaja comparativa revelada normalizada para el mezcal, tequila y ron en México. Analysis of the Normalized Revealed Comparative Advantage Index for Mezcal, Tequila , and Rum in Mexico . *Ciencias, Revista B I O*, 1–15. <https://revistabiociencias.uan.edu.mx/index.php/BIOCIENCIAS/article/view/1414>
- Malik, D. P. (2020). Organic farming in India: Production, export, certification and policy support. *Indian Journal of Agricultural Sciences*, *90*(1), 230–232. <https://epubs.icar.org.in/index.php/IJAgS/article/view/98691>
- Martins, C. M., Pereira, S. C. F., Scarpin, M. R. S., Queiroz, M. M., & Cavalcante, M. S. (2024). The impact of customer pressures and government regulations on the implementation of socio-environmental practices in organic certification in the Amazon region. *Benchmarking*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2023-0453>

- Mena, C., Karatzas, A., & Hansen, C. (2022). International trade resilience and the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 138, 77–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.064>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2012). *Ministerio de Agricultura promueve el desarrollo sostenible y competitivo de la producción orgánica*. <https://www.midagri.gob.pe/portal/295-ejes-de-gestion/institucionalidad-y-consensos/7422-produccion-organica>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2023). *Producción y exportación de café convencional y orgánico en el Perú*. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/informes-publicaciones/3836752-nota-tecnica-de-coyuntura-2023>
- Mizik, T. (2021). Agri-food trade competitiveness: A review of the literature. *Sustainability (Switzerland)*, 13(20). <https://doi.org/10.3390/su132011235>
- Molina, M. (2024). Desarrollo Sostenible y Competitividad: El Impacto de la Certificación Orgánica en la Exportación de Productos Agrícolas de Pequeña Escala en Ecuador. *Revista Científica Sapientia Technological*, 5(2), 26–32. <https://doi.org/10.58515/027RSPT>
- Monroy, M., & Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/lc/utpbiblio/titulos/172512>
- Montalvo, L. (2022). *Plan de negocios para la exportación de café especial al mercado de Alemania de la Cooperativa Agraria Cafetalera Flor del Valle Amazonas, 2018-2020*. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9281>

- Montes, J., Santa, A., & Oblitas, I. (2023). Dinámica comercial de las exportaciones peruanas de café a la Unión Europea 2017-2021. *Revista Alfa*, 7(19), 175–183. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v7i19.207>
- Montes Ninaquispe, J. C., Arbulú Ballesteros, M. A., Cruz Salinas, L. E., García Juárez, H. D., Farfán Chilicaus, G. C., Martel Acosta, R., Guzmán Valle, M. de los Á., & Coronel Estela, C. V. (2024). A Strategy for the Sustainability of Peru's Blueberry Exports: Diversification and Competitiveness. *Sustainability*, 16(15), 6606. <https://doi.org/10.3390/su16156606>
- Mordor Intelligence. (2023). *Tamaño del mercado del café orgánico y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029)*. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/organic-coffee-market>
- Mutttilainen, H., Hallikainen, V., Miina, J., Vornanen, J., & Vanhanen, H. (2023). Forest Owners' Perspectives Concerning Non-Timber Forest Products, Everyman's Rights, and Organic Certification of Forests in Eastern Finland. *Small-Scale Forestry*, 22(1), 69–101. <https://doi.org/10.1007/s11842-022-09528-6>
- Naegele, H. (2020). Where does the Fair Trade money go? How much consumers pay extra for Fair Trade coffee and how this value is split along the value chain. *World Development*, 133, 105006. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105006>
- Negreti Campos, A. dos S., Guilherme Satolo, E., Bustos Mac-Lean, P. A., & Braga Júnior, S. S. (2022). Economic sustainability analysis of the specialty coffee

farmers in Garça/SP. *Coffee Science*, 16, 1–15.
<https://doi.org/10.25186/.v16i.1993>

Nuhoff-Isakhanyan, G., Wubben, E. F. M., & Omta, S. W. F. (2016). Sustainability Benefits and Challenges of Inter-Organizational Collaboration in Bio-Based Business: A Systematic Literature Review. *Sustainability* 2016, Vol. 8, Page 307, 8(4), 307. <https://doi.org/10.3390/SU8040307>

Ocampo Lopez, O. L., & Alvarez-Herrera, L. M. (2017). Tendencia de la producción y el consumo del café en Colombia. *Apuntes Del Cenes*, 36(64), 139–165.
<https://doi.org/10.19053/01203053.v36.n64.2017.5419>

Olmos, X. (2020). *El comercio internacional como incentivo a la sostenibilidad: la experiencia de la Red Latinoamericana y del Caribe de la Huella Ambiental del Café*. United Nations. <https://www.cepal.org/en/node/50892>

Omoto, R., & Scott, S. (2016). Multifunctionality and agrarian transition in alternative agro-food production in the global South: The case of organic shrimp certification in the Mekong Delta, Vietnam. *Asia Pacific Viewpoint*, 57(1), 121–137. <https://doi.org/10.1111/apv.12113>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2020, December 5). *Pandemia del COVID-19 impacto en la alimentación y la agricultura*. <https://www.fao.org/2019-ncov/q-and-a/impact-on-food-and-agriculture/es/>

Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2023). *COVID-19 y comercio mundial*. https://www.wto.org/spanish/news_s/news23_s/tfore_05apr23_s.htm

- Othman, N., Tahir, M. S., & Joremi, L. (2022). On the duration of trade competitiveness: the case of the Malaysian palm-based oleochemical industry. *Heliyon*, 8(11), e11903. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11903>
- Ottone Oliva, O. J. (2021). Competitividad de los productores de café orgánico de Jaén y su incidencia en la exportación a los Estados Unidos. In *Repositorio institucional de URP*. Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma. <https://repositorio.urp.edu.pe/entities/publication/dafdd273-b6ef-48af-b4e1-f0f09eaba622>
- Ulloa Rubio, B., Ulloa Ramos, C. S., César Riascos, J., & González Muñoz, B. (2021). *Desarrollo, innovación y tecnología en los países de la Alianza del Pacífico*. Universidad César Vallejo. Fondo Editorial. <https://doi.org/10.18050/ditalianzapacifico>
- Pancsira, J. (2022). International Coffee Trade: a literature review. *Journal of Agricultural Informatics*, 13(1), 26–35. <https://doi.org/10.17700/jai.2022.13.1.654>
- Park, B.-J. (2022). The COVID-19 pandemic, volatility, and trading behavior in the bitcoin futures market. *Research in International Business and Finance*, 59(August 2021), 101519. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101519>
- Peralta-Abarca, J. del C., Benítez, E. M., & Sandoval, X. M. S. (2022). Estrategia de certificación orgánica en cafetales de la Sierra de Santa Marta, Soteapan, Veracruz. *Inventio*, 18(45), 1–7. <https://doi.org/10.30973/INVENTIO/2022.18.45/4>

- Perez, R., Seca, M. V., & Perez, L. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Maipue. <https://www.digitaliapublishing.com/a/80790>
- Perfect Daily Grind. (2024). *¿El café orgánico es más una demanda de los consumidores o una necesidad de los productores?* <https://perfectdailygrind.com/es/2024/02/12/cafe-organico-demanda-consumidores-necesidad-productores/>
- Porter, M. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* - Michael E. Porter - Google Books. In *Simon and Schuster*. https://books.google.com.pe/books/about/Competitive_Advantage.html?id=H9ReAijCK8cC&redir_esc=y
- PROMPERU. (2024). *Evolución de las exportaciones de “Café sin tostar y sin descafeinar excepto para siembra” bajo la subpartida nacional 0901119000*. <https://infotrade.promperu.gob.pe/detEvolucionPartida>
- Pun, C. (2022). *Factores que promovieron las exportaciones de café verde en Cajamarca, 2018 – 2021*. <https://hdl.handle.net/11537/31676>
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, 8(3), 377–389. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318788001>
- Quintero-Ramírez, J. M., Omaña-Silvestre, J. M., & Ramírez-Padrón, L. C. (2020). Análisis de indicadores de ventajas comparativas reveladas: competitividad de las exportaciones de fresa (*Fragaria spp.*) mexicana. *Revista de Desarrollo Económico*, July, 13–19. <https://doi.org/10.35429/jed.2020.24.7.13.19>

- Ricardo, D. (2003). *Principios de economía política y tributación*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=40656>
- Riquelme, M. (2020, 9 de julio). *Cadena de valor de Michael Porter: ¿Qué es y cuál es su importancia?* Web y Empresas. <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Rojas Ruiz, R., Alvarado Huamán, L., Borjas Ventura, R., Carbonell Torres, E., Castro Cepero, V., & Julca Otiniano, A. (2021). Sustentabilidad en fincas productoras de café (*Coffea arabica* L.) convencional y orgánica en el Valle del Alto Mayo, Región San Martín, Perú. *RIVAR*, 8(23), 1–13.
<https://doi.org/10.35588/rivar.v8i23.4916>
- Rosina Bara, C., Jarquin Gálvez, R., Reyes Hernández, H., & Fortanelli Martínez, J. (2018). Adaptation of a participatory organic certification system to the organic products law in six local markets in Mexico. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 42(1), 48–76.
<https://doi.org/10.1080/21683565.2017.1359736>
- Ruben, R., & Fort, R. (2012). The Impact of Fair Trade Certification for Coffee Farmers in Peru. *World Development*, 40(3), 570–582.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2011.07.030>
- Sacchi, G., Romanello, L., & Canavari, M. (2024). The future of organic certification: potential impacts of the inclusion of Participatory Guarantee Systems in the European organic regulation. *Agricultural and Food Economics*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40100-023-00294-3>

- Sarasty, O., & Amin, M. D. (2023). Consumer Valuation of Thanksgiving Items and the Role of Organic Certifications. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 55(4), 670–695. <https://doi.org/10.1017/aae.2023.32>
- Seshia Galvin, S. (2018). The farming of trust:: Organic certification and the limits of transparency in Uttarakhand, India. *American Ethnologist*, 45(4), 495–507. <https://doi.org/10.1111/amet.12704>
- Sharma, A. K. (2021). Organic Certification Standards and Agencies. In *Horticulture Based Integrated Farming Systems*. <https://doi.org/10.1201/9781003245810-35>
- Solfanelli, F., Ozturk, E., Pugliese, P., & Zanolli, R. (2021). Potential outcomes and impacts of organic group certification in Italy: An evaluative case study. *Ecological Economics*, 187, 107107. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2021.107107>
- SUNAT. (2024). *Arancel de aduanas 2022*. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/index.html>
- Suryana, A. T., Harianto, Syaukat, Y., & Harmini. (2023). Geographic scope of the global value chain for Indonesian coffee. *Coffee Science*, 18(e182169). <https://coffeescience.ufla.br/index.php/Coffeescience/article/view/2169>
- Tang, Y. (2020). Identifying the factors affecting on farmers' intention to engage in organic certification scheme in China. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 474(3). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/474/3/032021>

- Tanwar, R. (2013). Porter's Generic Competitive Strategies. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(1), 11–17. <https://doi.org/10.9790/487x-1511117>
- Tetteh, B., & Ntsiful, E. (2023). A comparative analysis of the performances of macroeconomic indicators during the Global Financial Crisis, COVID-19 Pandemic, and the Russia-Ukraine War: The Ghanaian case. *Research in Globalization*, 7(November), 100174. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2023.100174>
- Thakare, A. (2024). *Mercado de café orgánico Tamaño, Informe de pronóstico de análisis de acciones, tendencias y oportunidades para 2030*. Vantage Market Research. <https://www.linkedin.com/pulse/organic-coffee-market-size-share-trends-opportunities-ashwini-thakare-soqsc/>
- Thøgersen, J., Pedersen, S., & Aschemann-Witzel, J. (2019). The impact of organic certification and country of origin on consumer food choice in developed and emerging economies. *Food Quality and Preference*, 72, 10–30. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.09.003>
- Thome, K. M., & Paiva, V. A. L. (2020). Sparkling Wine International Market Structure and Competitiveness. *Wine Economics and Policy*, 9(2), 37–47. <https://doi.org/10.36253/WEB-8433>
- Trade Map. (2024). *Lista de los productos exportados por Perú*. https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7C604%7C%7C%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C8%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1

- United States Department of Justice. (2010, August 19). *Horizontal Merger Guidelines*. <https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>
- Valdiglesias Oviedo, J. (2023). *Asociatividad de pequeños agricultores y exportación en la región peruana de Cajamarca*. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-18652024000100006
- Valeria, P., Gómez, C., & Valencia, J. B. (2023). Ventaja Competitiva Revelada de la Miel de Abeja de México en el mercado mundial, 2005-2020. *Revista Cimexus*, 18(2), 2005–2020. <https://doi.org/10.33110/cimexus180207>
- Vargas Quintanilla, F. M. (2024). *Efectos del covid-19 en la producción y exportación del café orgánico de la Cooperativa Agraria Cafetalera Huadquiña N° 109, del distrito de Santa Teresa, provincia de La Convención, departamento del Cusco, 2018-2021*. Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UACI_5e62364ce3ad8e7d10480ee65eb901a7
- Vergara, O. (2019). Marketing Responsable: Ventaja Distintiva en la Cadena de Valor de las Organizaciones. *Journal Managment & Business Studies*, 1, 44–74. <https://doi.org/10.32457/jmabs.v1i1.292>
- Vivar-Astudillo, A. Y., Erazo-Álvarez, J. C., & Narváez-Zurita, C. I. (2020). La cadena de valor como herramienta generadora de ventajas competitivas para la Industria Acuícola. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 4. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i10.686>

- Wahyudi, A., Wulandari, S., Aunillah, A., & Alouw, J. C. (2020). Sustainability certification as a pillar to promote Indonesian coffee competitiveness. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 418(1), 012009. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/418/1/012009>
- Wang, Q., Yen, M.-C., Feng, K., Zi, S., Lin, Y., & Chang, Y.-C. (2023). The Impact of Organic Production and Organic Certification on Purchase Intention Based on Machine Learning and Text Analysis. *Proceedings - 2023 International Seminar on Computer Science and Engineering Technology, SCSET 2023*, 10–15. <https://doi.org/10.1109/SCSET58950.2023.00012>
- Yang, X., Pan, C., & Jiang, R. (2023). The Impact of Organic Certification on the Business Profit of Tea Enterprises: Counterfactual Estimation Based on Propensity Score Matching | 有机认证对茶企业经营效益的影响研究——基于倾向得分匹配的反事实估计. *Journal of Tea Science*, 43(6), 881–890. <https://www.tea-science.com/CN/lexeme/showArticleByLexeme.do?articleID=2476>
- Zícari, J., Fornillo, B., & Gamba, M. (2019). El mercado mundial del litio y el eje asiático. *Dinámicas comerciales, industriales y tecnológicas (2001-2017)*. *Polis (Santiago)*, 18(52), 186–203. <https://doi.org/10.32735/s0718-6568/2019-n52-1376>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis General	Variables
¿Cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024?	Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024.	La certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca.	VI: Certificación orgánico VD: Dinámica exportadora
Específicos	Específicos		Dimensiones
¿Cuál es la competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y Departamento de Cajamarca, 2014 al 2024?	Determinar la competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y Departamento de Cajamarca, 2014 al 2024.	VI	Gestión empresarial Sostenibilidad Ambiental Calidad de Producción Aspectos Sociales
¿Cuáles son los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del Departamento Cajamarca, 2024?	Describir los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del Departamento Cajamarca, 2024.	VD	Ventaja comparativa Nacional Ventaja comparativa Regional Competitividad Empresarial
¿Cuál es la relación de los factores de éxito de la certificación Orgánica con la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024?	Determinar la relación de los factores de éxito de la certificación Orgánica con la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, 2024		

Anexo 02. Encuesta 01.

UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Encuesta

Nombre del instrumento: Cuestionario

Autores:

Karin Guisela Lizana Diaz

Yanela Paola Fuentes Risco

Objetivo:

Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca.

Estructura y aplicación:

Las presentes encuestas están estructuradas en base a DIECIOCHO (18) ítems, y NUEVE (09), los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

CUESTIONARIO

Estimado Sr.

El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para determinar en la parte descriptiva los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del departamento de Cajamarca. Asimismo, con estos resultados también se logrará determinar la probabilidad de incidencia de los factores de éxito que involucran el desempeño de la certificación orgánica en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del departamento de Cajamarca.



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



Encuesta dirigida a las empresas exportadoras de café orgánico en grano verde de la región de Cajamarca.

Nombre :
Profesión :
Institución :
Cargo :

ENCUESTA 1

Objetivo: Determinar los factores de éxito que involucran la certificación orgánica de empresas exportadoras de café en grano verde del departamento de Cajamarca.

Responda a las siguientes interrogantes:

Variables 1: Certificación orgánico

Dimensión: Gestión empresarial

- Gestión de sostenibilidad

1. ¿La Gestión de sostenibilidad (ambiental) de su organización ha mejorado con la certificación orgánica?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Cadena de suministro

2. ¿La Gestión empresarial de la Cadena de suministros (compras) de su organización ha mejorado con la certificación orgánica?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo



- Gobierno corporativo
3. ¿La certificación orgánica ha contribuido a crear un Gobierno corporativo (identificación de roles del equipo de trabajo) en su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Dimensión: Sostenibilidad ambiental

- Conservación de la Biodiversidad
4. ¿La conservación de la biodiversidad (flora y fauna) de sus áreas agrícolas ha mejorado con la certificación orgánica?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Mejora de la Calidad del Suelo
5. ¿La calidad del suelo (fertilidad) de sus áreas agrícolas ha mejorado con la certificación orgánica?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Reducción de la Contaminación y Gestión del Agua
6. ¿La certificación orgánica ha contribuido a reducir la contaminación del agua en su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo



- Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

7. ¿La certificación orgánica ha contribuido a reducir las Emisiones de Gases de Efecto Invernadero por su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Resiliencia ante el Cambio Climático

8. ¿Considera que la certificación orgánica ha contribuido a superar los problemas generados por el Cambio Climático (resiliencia) en su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Dimensión: Calidad de producción

- Adopción de Prácticas Agrícolas Orgánicas

9. ¿Considera que fue fácil la adopción de Prácticas Agrícolas Orgánicas (cultivo natural) en su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Gestión Integrada de Recursos

10. ¿La certificación orgánica ha contribuido a crear una gestión integrada de recursos (estructurar) en su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo



- Certificación y Control de Calidad

11. ¿La certificación orgánica ha contribuido a mejorar el control de calidad de producción (inspección) en su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Innovación en la Producción

12. ¿La certificación orgánica ha contribuido a la innovación en la producción (mejora) de su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Capacitación y Desarrollo del Personal

13. ¿La certificación orgánica ha contribuido a incrementar y mejorar la Capacitación y Desarrollo del Personal (aprendizaje) de su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Dimensión: Aspectos sociales

- Mejora de Condiciones Laborales

14. ¿La certificación orgánica ha mejorado las condiciones laborales para sus colaboradores en su organización?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo



- Fomento de la Equidad Social

15. ¿La certificación orgánica ha contribuido a reconocer la situación social de sus colaboradores o asociados?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Empoderamiento Comunitario

16. ¿La certificación orgánica ha empoderado (fortalecido) el trabajo comunitario de sus colaboradores o asociados?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Promoción de la Salud Pública

17. ¿Con los ingresos por la prima de La certificación orgánica se ha promocionado campañas de salud para sus colaboradores o asociados?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

- Cultura de Responsabilidad Social Corporativa

18. ¿La certificación orgánica ha contribuido a generar una Cultura de Responsabilidad Social Corporativa con su población?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Anexo 03. Encuesta 02.



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



ENCUESTA 2

Objetivo: Determinar la probabilidad de incidencia de los factores de éxito que involucran el desempeño de la certificación orgánica en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del departamento de Cajamarca.

Responda a las siguientes interrogantes:

Variable 2: Dinámica exportadora

Dimensión: Competitividad empresarial

Indicador: Actividades primaria

1. ¿Considera que su organización tiene una logística de entrada (insumos) competitiva?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

2. ¿Considera que su organización tiene operaciones (producción) competitiva?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

3. ¿Considera que su organización tiene una logística de salida (despacho) competitiva?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

4. ¿Considera que su organización tiene un marketing competitivo(diferenciación)?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

5. ¿Considera que su organización tiene un servicio post venta competitivo?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo



Indicador: Actividades secundaria

6. ¿Considera que su organización tiene una infraestructura financiera competitiva?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

7. ¿Considera que su organización tiene una gestión de recursos humanos competitiva?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

8. ¿Considera que su organización tiene un desarrollo tecnológico competitivo en su área geográfica?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

9. ¿Considera que su organización tiene una gestión de compras competitiva en su área geográfica?

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Anexo 04: Ficha técnica instrumental.



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

Nombre del Instrumento:

Determinar la competitividad de la dinámica exportadora de café en grano verde del Perú y del departamento de Cajamarca, 2014-2024.

Estructura Detallada:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
VI: Factores de éxito de la certificación Orgánica	Gestión empresarial	Gestión de sostenibilidad	1
		Cadena de suministro	2
		Gobierno corporativo	3
	Sostenibilidad Ambiental	Conservación de la Biodiversidad	4
		Mejora de la Calidad del Suelo	5
		Reducción de la Contaminación y Gestión del Agua	6
		Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	7
		Resiliencia ante el Cambio Climático	8
	Calidad de Producción	Adopción de Prácticas Agrícolas Orgánicas	9
		Gestión Integrada de Recursos	10
		Certificación y Control de Calidad	11
		Innovación en la Producción	12
		Capacitación y Desarrollo del Personal	13



		Mejora de Condiciones Laborales	14
		Fomento de la Equidad Social	15
	Aspectos Sociales	Empoderamiento Comunitario	16
		Promoción de la Salud Pública	17
		Cultura de Responsabilidad Social Corporativa	18
VD: Dinámica exportadora	Ventaja comparativa Nacional	Exportaciones de café peruano	(Revisión documentaria)
		Exportaciones peruanas	(Revisión documentaria)
		Exportación mundial del café	(Revisión documentaria)
		Exportaciones mundiales	(Revisión documentaria)
	Ventaja comparativa Regional	Exportaciones de café de Cajamarca	(Revisión documentaria)
		Exportaciones de Cajamarca	(Revisión documentaria)
		Exportaciones de café peruano	(Revisión documentaria)
		Exportaciones peruanas	(Revisión documentaria)
	Competitividad Empresarial	Actividades primarias	1,2,3,4,5
		Actividades secundarias	6,7,8,9

Escala:

Escala general

Escala de la variable	Encuesta 1
-----------------------	------------

Ordinal	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 y 18
Escala de la variable	Encuesta 2
Ordinal	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, y 9

Validación: Mediante juicio de expertos

Confiabilidad:

Anexo 05: Ficha de valoración de juicio de expertos.



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



FICHA DE VALORACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

La presente investigación tiene por objetivo obtener información significativa para la realización de un estudio de investigación nivel pregrado que tiene como título de investigación “Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024”

Marque con una (x) la mejor alternativa que mejor valora en cada ítem:

1. Muy poca	2. Poca	3. Regular congruencia	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------------------	--------------	------------------

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA					RECOMENDACIONES	
				1	2	3	4	5		
VI: Factores de éxito de la certificación Orgánica	Gestión empresarial	Gestión de sostenibilidad	1							
		Cadena de suministro	2							
		Gobierno corporativo	3							
	Sostenibilidad Ambiental	Conservación de la Biodiversidad	4							
		Mejora de la Calidad del Suelo	5							
		Reducción de la Contaminación y Gestión del Agua	6							
		Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	7							
		Resiliencia ante el Cambio Climático	8							
	Calidad de Producción	Adopción de Prácticas Agrícolas Orgánicas	9							
		Gestión Integrada de Recursos	10							
		Certificación y Control de Calidad	11							
		Innovación en la Producción	12							
		Capacitación y Desarrollo del Personal	13							
	Aspectos Sociales	Mejora de Condiciones Laborales	14							
		Fomento de la Equidad Social	15							
		Empoderamiento Comunitario	16							
		Promoción de la Salud Pública	17							
			Cultura de Responsabilidad Social Corporativa	18						
	VD: Dinámica exportadora	Competitividad Empresarial	Actividades primarias	1,2,3,4,5						
			Actividades secundarias	6,7,8,9						

FIRMA DEL EXPERTO:

EXPERTO EVALUADOR:

DNI:

CARGO:

Anexo 06. Primer informe validado por el experto



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



INFORME DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca.

III. TESISISTAS:

Karin Guisela Lizana Diaz

Yanela Paola Fuentes Risco

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado los instrumentos de recolección de datos, se procedió a validarlos teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, eligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Ejecutar una prueba piloto para validar y ajustar cada información por cuestionario con el propósito de tener mejores resultados esperados.

Buen aporte a la cadena de valor de café con certificación orgánica.

.....

APROBADO: SI NO

Chiclayo, 01 de agosto agosto del 2024

FIRMA:

EXPERTO EVALUADOR: Dra. Paredes López Lilian Roxana

DNI: 16655482

CARGO: Docente de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Anexo 07. Segundo informe validador por el experto



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



INFORME DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca.

III. TESISISTAS:

Karin Guisela Lizana Diaz

Yanela Paola Fuentes Risco

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado los instrumentos de recolección de datos, se procedió a validarlos teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, eligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Fortalecer la reducción de los resultados con la base teórica en la parte descriptiva con el fin de redactar resultados eficientes. Asimismo, en el RCA se recomienda emplear el índice HHI, ambos son complementarios para alcanzar los propósitos encontrados.

APROBADO: SI NO

Chiclayo, 14 de agosto del 2024

FIRMA:

EXPERTO EVALUADOR: Mgtr. Cynthia Vanessa Coronel

DNI: 46350667

CARGO: Docente de la Universidad Tecnológica del Perú

Anexo 08. Tercer informe validador por el experto



UNIVERSIDAD NACIONAL
PEDRO RUIZ GALLO



INFORME DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Certificación orgánica como factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca, Perú, 2024

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Determinar cómo la certificación orgánica es un factor de éxito en la dinámica exportadora de café en grano verde de las empresas del Departamento de Cajamarca.

III. TESISISTAS:

Karin Guisela Lizana Diaz

Yanela Paola Fuentes Risco

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado los instrumentos de recolección de datos, se procedió a validarlos teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, eligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Considerar una redacción ordenada por objetivo de acuerdo a la base teórica.

.....

APROBADO: SI NO

Chiclayo, 18 agosto del 2024

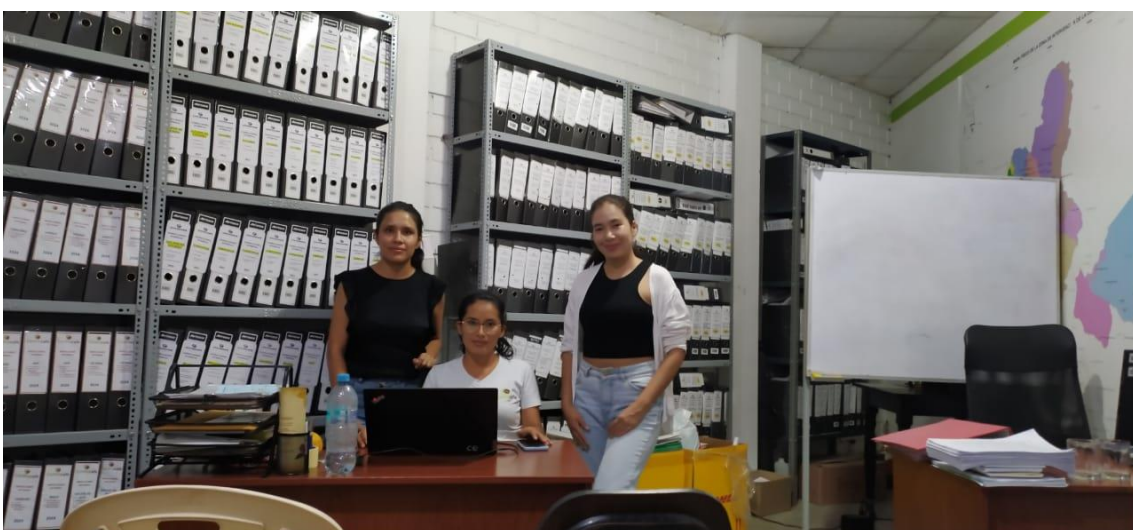
FIRMA:

EXPERTO: M.Sc. Nikolays Pedro Lizana Guevara

DNI: 71874276

UNIVERSIDAD: Docente de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Anexo 09. Fotos de las visitas a empresas exportadoras de café en grano verde en Jaén.





Anexo 10. Formulario virtual de las encuestas aplicadas a las empresas exportadoras de café en grano verde en Jaén.



docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfXpTcGRzKriKg_W36uIwldYAmFr1wH8iubymabOLxycMvA/viewform



Cuestionario para Empresas Exportadoras de Café con Certificación Orgánica en la Región Cajamarca.

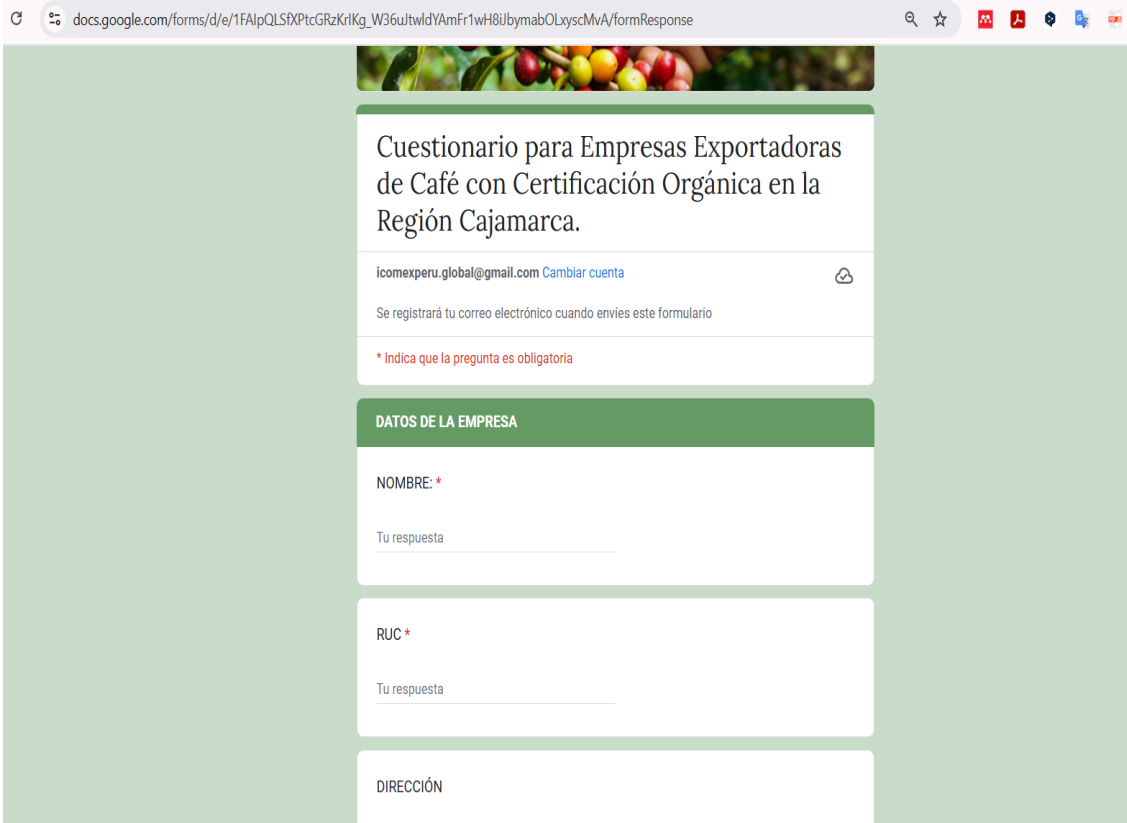
El presente cuestionario ha sido elaborado con la finalidad de obtener información para el desarrollo de nuestro proyecto de tesis de la Universidad Pedro Ruiz Gallo, pertenece a la Escuela Profesional de Comercio y Negocios Internacionales .

*Fuentes Risco Yanela Paola
*Lizana Díaz Karin Lizana


icomexperu.global@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *



docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfXpTcGRzKriKg_W36uIwldYAmFr1wH8iubymabOLxycMvA/formResponse



Cuestionario para Empresas Exportadoras de Café con Certificación Orgánica en la Región Cajamarca.

icomexperu.global@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

Se registrará tu correo electrónico cuando envíes este formulario

* Indica que la pregunta es obligatoria

DATOS DE LA EMPRESA

NOMBRE *

Tu respuesta

RUC *

Tu respuesta

DIRECCIÓN