Universidad Nacional Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACION

GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA LAGUNA DE LOS CÓNDORES, AMAZONAS – 2023

Línea de investigación:
Internacionalización de Mypes y Pymes

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración con mención en Negocios Internacionales

Autora

Muñoz Tello, Deisy Lisceth

Asesor

Aquino Santos, César Gustavo

ORCID: 0000-0003-4119-2531

Jurado

Torres Suarez, Roberto

Riveros Cuellar, Alipio

La Cruz Arévalo, Julio Arnaldo

Lima - Perú

2026

RECONOCIMIENTO - NO COMERCIAL - SIN OBRA DERIVADA
(CC BY-NC-ND)

GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA LAGUNA DE LOS CÓNDORES, AMAZONAS – 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%	23%	7%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	coopldc.org Fuente de Internet	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	1%
8	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
10	Submitted to Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas Trabajo del estudiante	1%
11	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1%
	alicia.concytec.gob.pe	

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA LAGUNA DE LOS CÓNDORES, AMAZONAS – 2023

Línea de Investigación:

Internacionalización de Mypes y Pymes

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración con mención en Negocios Internacionales

Autora:

Muñoz Tello, Deisy Lisceth

Asesor:

Aquino Santos, César Gustavo

CODIGO ORCID: 0000-0003-4119-2531

Jurado:

Torres Suarez, Roberto

Riveros Cuellar, Alipio

La Cruz Arévalo, Julio Arnaldo

Lima – Perú

2026

Índice

Resumen 7
Abstract 8
I. Introducción 9
1.1 Descripción y formulación del problema 9
1.1.1 Formulación del problema 14
1.2 Antecedentes 14
1.2.1 Antecedentes nacionales 14
1.2.2 Antecedentes internacionales 18
1.3 Objetivos 21
1.3.1 Objetivo General 21
1.3.2 Objetivos Específicos 22
1.4 Justificación 22
1.4.1 Justificación Teórica 22
1.4.2 Justificación Metodológica 23
1.4.3 Justificación Práctica 23
1.4.4 Justificación Social 23
1.5 Hipótesis 24
1.5.1 Hipótesis General 24
1.5.2 Hipótesis Específicas 24
II. MARCO TEÓRICO 25
2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación 25
2.1.1 Definición de Gestión Logística 25
2.1.2 Planificación 27
2.1.3 Transporte 30
2.1.4 Distribución 33
2.1.5 Recurso humano 36
2.2 Bases teóricas de Internacionalización Empresarial 38
2.2.1 Definición de Internacionalización empresarial 38
2.3 Perspectivas de Exportación 44
2.3.1 Exportación de café en el mundo 44
2.3.2 Exportación de café a nivel nacional 46
2.4 Respecto a las cooperativas 49
2.4.1 Respecto a las cooperativas peruanas exportadoras de café 49
2.4.2 Cooperativas exportadoras del Amazonas 51
2.4.3 Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores 52
III. MÉTODO 61
3.1 Tipo de investigación 61
3.1.1 Enfoque de la investigación 61
3.1.2 Diseño de la investigación 62

3.1.3 Nivel de la investigación 62
3.2 Ámbito temporal y espacial 62
3.3 Variables 63
3.3.1 Definición conceptual de la variable: Gestión logística 63
3.3.2 Definición conceptual de la variable: Internacionalización empresarial 63
3.3.3 Operacionalización de las variables 64
3.4 Población y Muestra 66
3.4.1 Muestra 66
3.4.2 Muestreo 67
3.5 Instrumentos 67
3.5.1 Validez del instrumento 68
3.5.2 Confiabilidad del instrumento 69
3.6 Procedimientos 70
3.7 Análisis de datos 70
3.8 Consideraciones éticas 71
IV. RESULTADOS 72
4.1 Resultados descriptivos de la investigación 72
4.1.1 Variable Gestión Logística 72
4.1.2 Variable Internacionalización empresarial 91
4.2 Análisis de la normalidad 108
4.3 Análisis de la correlación 108
4.4 Contrastación de la hipótesis específica 111
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS 114
VI. CONCLUSIONES 118
VII. RECOMENDACIONES 120
VIII. Referencias bibliográficas 122
IX. Anexos 132

Índice de tablas

Tabla 1 Empresas peruanas exportadoras de café - 2023 47
Tabla 2 Empresas exportadoras de la región Amazonas – 2023 48
Tabla 3 Cantidad de Asociados de la provincia de Luya - 2023 57
Tabla 4 Ventas de la cooperativa a nivel nacional 2023 60
Tabla 5 Cantidad máxima de almacenaje 60
Tabla 6 Matriz de operacionalización de la variable: Gestión Logística 64
Tabla 7 Matriz de operacionalización de la variable: Internacionalización Empresarial 65
Tabla 8 Validez del instrumento 69
Tabla 9 Análisis de confiabilidad de instrumento para Gestión Logística 69
Tabla 10 Análisis de confiabilidad de instrumento para Internacionalización empresarial 69
Tabla 11 Percepción de la misión, visión, estructura organizativa y estrategias de la Cooperativa 72
Tabla 12 Participación y elaboración estratégica de planes logísticos 73
Tabla 13 Conocimiento de alianzas financieras 74
Tabla 14 Gestión del plan logístico para establecer tareas, responsabilidades y acciones correctivas 75
Tabla 15 Ubicación estratégica de los almacenes de la Cooperativa 76
Tabla 16 Infraestructura adecuada de los almacenes 77
Tabla 17 Transporte adecuado para la comercialización de sus productos 78
Tabla 18 El estado de las carreteras limita el transporte eficiente del café 79
Tabla 19 Rutas de distribución y tipo de transporte internacional para la exportación de productos 80
Tabla 20 Procesos adecuados para la entrega del producto final 81
Tabla 21 Conoce los mercados internaciones para la exportación 82
Tabla 22 Profesionales calificados en la cooperativa 83
Tabla 23 Procesos en la selección de profesionales 84
Tabla 24 Recurso humano para una mejor gestión 85
Tabla 25 Importancia de las capacitaciones logísticas y comercio exterior 86
Tabla 26 Capacitaciones en áreas clave para potenciar los procesos logísticos 87
Tabla 27 Capacitaciones de instituciones públicas para asistencia técnica y financiera 88
Tabla 28 Motivación de la gerencia para mejorar la productividad 89
Tabla 29 Identificación del personal con la cooperativa 90
Tabla 30 Conocimiento de normativas para ingresar al mercado internacional 91
Tabla 31 Potencial para acceder a nuevos mercados internacionales 92
Tabla 32 Investigación de mercados internacionales en la demanda del café 93
Tabla 33 Ventaja competitiva y posicionamiento del producto 94
Tabla 34 Diferenciación competitiva de la cooperativa 95
Tabla 35 Implementación de tecnología para la mejora del proceso productivo 96
Tabla 36 Inversión en maquinaria y mejora en la calidad del café 97
Tabla 37 Importancia en la inversión de una planta procesadora 98
Tabla 38 Orientación y monitoreo del proceso productivo 99
Tabla 39 Normativa de calidad internacional y documentación de procesos 100
Tabla 40 Asistencia técnica en la producción del café 101
Tabla 41 Certificaciones internacionales y estándares de calidad 102

Tabla 42 Conocimiento de certificaciones para el ingreso a mercados internacionales 103
Tabla 43 Proceso de catación para conocer la calidad del café 104
Tabla 44 Personal especializado en control de calidad del café 105
Tabla 45 Uso de herramientas digitales para medir la satisfacción del cliente 106
Tabla 46 Importancia de conocer la satisfacción del cliente 107
Tabla 47 Prueba de Normalidad 108
Tabla 48 Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman 109
Tabla 49 Correlación entre la gestión logística y la internacionalización empresarial 110
Tabla 50 Correlación entre la gestión logística y el análisis de mercado 111
Tabla 51 Correlación entre la gestión logística y la tecnología 112
Tabla 52 Correlación entre la gestión logística y la calidad de producción 113

Índice de figuras

Figura 1 Región Amazonas 52
Figura 2 Organigrama CAC LDC - 2022 56
Figura 3 Mapa de la provincia de Luya - Amazonas 57
Figura 4 Presentaciones del café Laguna de Condores 59
Figura 5 Percepción de la misión, visión, estructura organizativa y estrategias de la Cooperativa 72
Figura 6 Participación y elaboración estratégica de planes logísticos 73
Figura 7 Conocimiento de alianzas financieras 74
Figura 8 Gestión del plan logístico para establecer tareas, responsabilidades y acciones correctivas 75
Figura 9 Ubicación estratégica de los almacenes de la Cooperativa 76
Figura 10 Infraestructura adecuada de los almacenes 77
Figura 11 Transporte adecuado para la comercialización de sus productos 78
Figura 12 El estado de las carreteras limita el transporte eficiente del café 79
Figura 13 Rutas de distribución y tipo de transporte internacional para la exportación de productos 80
Figura 14 Procesos adecuados para la entrega del producto final 81
Figura 15 Conoce los mercados internaciones para la exportación 82
Figura 16 Profesionales calificados en la cooperativa 83
Figura 17 Procesos en la selección de profesionales 84
Figura 18 Recurso humano para una mejor gestión 85
Figura 19 Importancia de las capacitaciones logísticas y comercio exterior 86
Figura 20 Capacitaciones en áreas clave para potenciar los procesos logísticos 87
Figura 21 Capacitaciones de instituciones públicas para asistencia técnica y financiera 88
Figura 22 Motivación de la gerencia para mejorar la productividad 89
Figura 23 Identificación del personal con la cooperativa 90
Figura 24 Conocimiento de normativas para ingresar al mercado internacional 91
Figura 25 Potencial para acceder a nuevos mercados internacionales 92
Figura 26 Investigación de mercados internacionales en la demanda del café 93
Figura 27 Ventaja competitiva y posicionamiento del producto 94
Figura 28 Diferenciación competitiva de la cooperativa 95
Figura 29 Implementación de tecnología para la mejora del proceso productivo 96
Figura 30 Inversión en maquinaria y mejora en la calidad del café 97
Figura 31 Importancia en la inversión de una planta procesadora 98
Figura 32 Orientación y monitoreo del proceso productivo 99
Figura 33 Normativa de calidad internacional y documentación de procesos 100
Figura 34 Asistencia técnica en la producción del café 101
Figura 35 Certificaciones internacionales y estándares de calidad 102
Figura 36 Conocimiento de certificaciones para el ingreso a mercados internacionales 103
Figura 37 Proceso de catación para conocer la calidad del café 104
Figura 38 Personal especializado en control de calidad del café 105
Figura 39 Uso de herramientas digitales para medir la satisfacción del cliente 106
Figura 40 Importancia de conocer la satisfacción del cliente 107

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas, 2023. El método empleado fue de tipo básico, con un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo-correlacional, bajo un diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por 184 asociados, seleccionando una muestra probabilística de 125 trabajadores y socios, a quienes se les aplicó un cuestionario de 36 ítems validado mediante juicio de expertos y con escala de Likert. Los resultados del análisis estadístico, mediante la prueba de Rho de Spearman, revelaron una correlación positiva alta y significativa de $r = 0,797$ con un valor de $p < 0,05$ entre las variables principales. A nivel específico, se halló una correlación positiva alta de $r = 0,729$ para el análisis de mercado; una correlación moderada de $r = 0,635$ respecto al uso de tecnología; y una correlación moderada de $r = 0,620$ en cuanto a la calidad de producción. Se concluyó que la gestión logística es un determinante fundamental para el éxito en la inserción en mercados extranjeros, permitiendo reducir riesgos operativos y cumplir con plazos internacionales. No obstante, se identificaron brechas críticas como la falta de conocimiento normativo y deficiencias en la infraestructura vial. Finalmente, se resalta que la inversión en tecnología y plantas procesadoras es percibida por los asociados como el factor clave para garantizar la trazabilidad y la competitividad global.

Palabras clave: gestión logística, internacionalización empresarial, cooperativas agrarias, cadena de suministro, café especial.

Abstract

The general objective of this research was to determine the relationship between logistics management and the internationalization of the Laguna de los Condors Coffee Growers Cooperative in Amazonas, 2023. The method employed was basic, with a quantitative approach and a descriptive-correlational level, under a non-experimental, cross-sectional design. The population consisted of 184 members, from which a probabilistic sample of 125 workers and members was selected. A 36-item questionnaire, validated through expert judgment and using a Likert scale, was administered to these members. The results of the statistical analysis, using Spearman's Rho test, revealed a high and significant positive correlation $r = 0.797$, $p < 0.05$ between the main variables. Specifically, a high positive correlation $r = 0.729$ was found for market analysis; a moderate correlation $r = 0.635$ was found for technology use; and a moderate correlation of $r = 0.620$ with production quality. It was concluded that logistics management is a fundamental determinant for successful entry into foreign markets, allowing for the reduction of operational risks and compliance with international deadlines. However, critical gaps were identified, such as a lack of regulatory knowledge and deficiencies in road infrastructure. Finally, it is highlighted that investment in technology and processing plants is perceived by the members as the key factor for guaranteeing traceability and global competitiveness.

Keywords: logistics management, business internationalization, agricultural cooperatives, supply chain, specialty coffee.

I. Introducción

1.1 Descripción y formulación del problema

En un contexto de globalización de mercados, existen varias razones para la internacionalización empresarial, que pueden cambiar con el tiempo. Las empresas deben de comprender las razones por las que se iniciaron y pretenden expandirse a nivel internacional. Según Arvis et al. (2023) en el Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial, la eficiencia en las aduanas y la calidad de la infraestructura son los pilares que determinan la competitividad de las naciones exportadoras. Es por ello por lo que el éxito de las empresas destinadas a la exportación depende en gran parte de la gestión logística, porque determina la eficiencia, la reducción de tiempos y los costos; debido a las regulaciones de transporte internacionales y transporte en general; con ello las cooperativas pueden reducir costos, mejorar la eficiencia y aumentar la satisfacción de los clientes con los productos. Esto significa evaluar un proceso logístico que relaciona la selección de proveedores extranjeros que suministran productos para un medio de transporte específico y que estos requieren un tratamiento de incoterms basado en las condiciones de transporte.

Los mercados de destino en Europa como en Alemania y Países Bajos se observa la alta exigencia en la gestión de stock, la rapidez de entrega y la trazabilidad de la sostenibilidad. Empresas y hubs logísticos europeos priorizan la tecnología y la optimización de la última milla para café de especialidad (Van der Vaart & Van Donk, 2008).

La entidad pública España Exportación e Inversiones (ICEX, 2017) tiene como objetivo fomentar la internacionalización de las empresas españolas con el fin de mejorar su competitividad, generando valor para la economía y atrayendo inversiones extranjeras. Sin

embargo, la problemática no reside en la producción, sino en la adaptación logística a las exigencias normativas de la Unión Europea. Según la Federación Española de Café (2024), las cooperativas de tostadores y distribuidores enfrentan el reto de la Logística Verde con la entrada en vigor del Reglamento (UE) 2023/1115 sobre productos libres de deforestación ha forzado a las organizaciones a implementar sistemas de geolocalización y trazabilidad digital obligatoria.

Así también para el Consejo de Dirección Logística (CLM) es importante llevar un proceso adecuado de la logística, llevando a cabo el control, flujo y almacenamiento de bienes y servicios, adecuando a los clientes.

En Vietnam, las cooperativas presentan alta dependencia de una logística de bajo costo que está llegando a su límite de capacidad. Giang & Tapan (2018) señalan que, a pesar de ser líderes en Robusta, la fragmentación de los centros de acopio rurales y la infraestructura vial obsoleta generan pérdidas postcosecha del 10%. Limitando su estrategia de internacionalización al no logran escalar hacia el segmento de cafés de especialidad debido a deficiencias en la cadena de frío y humedad durante el transporte.

En la India, la gestión logística está en una fase de transición digital. El Coffee Board of India (2025) las cooperativas enfrentan demoras burocráticas en los puertos de exportación y una falta de almacenes certificados con estándares ISO en las zonas de cultivo, lo que impide que el café indio mantenga una consistencia de calidad necesaria para competir con los suaves colombianos o peruanos.

Por otro lado, Indonesia enfrenta una lucha con costos logísticos intermodales que representan hasta el 25% del valor FOB del producto. El Ministerio de Comercio de Indonesia (2025) indica que la falta de puertos de gran calado cerca de las zonas productoras obliga a un

trasbordo excesivo, lo que pone en riesgo la calidad del grano y reduce la competitividad internacional frente a productores continentales.

En Centroamérica en Honduras Según el Instituto Hondureño del Café [IHCAFE] (2024), la gestión logística se afectada por eventos climáticos extremos que interrumpen el flujo hacia Puertos. Es por ello por lo que la internacionalización radica en la alta concentración de sus exportaciones; al no contar con una logística diversificada ni procesos de valor agregado.

En América Latina, la logística enfrenta brechas estructurales significativas. Oliveira y Serra (2019) destacan que, en Brasil, el mayor productor y exportador de café del mundo, los elevados costos de transporte interno y la congestión portuaria actúan como barreras no arancelarias que incrementan los precios de exportación, así mismo la deficiencia en la infraestructura logística como las carreteras, puertos y ferrocarriles constituye una barrera significativa para la competitividad del café en el mercado global. Estudios de la Fundación Getulio Vargas señalan que los elevados costos de transporte interno y la congestión portuaria incrementan los precios de exportación, afectando la rentabilidad de los productores y exportadores, incluso aquellos con café de alta calidad.

Por otra parte, Colombia es especialmente relevante, dado que también es un productor de café de alta calidad y tiene una fuerte estructura cooperativa. Vargas-Prieto y Castañeda-Guzmán (2019) confirman el impacto positivo de las cooperativas cafetaleras en el desarrollo social y económico, ya que son un motor de impulso para el sector agrícola y un actor importante en el comercio internacional; siendo la inversión en desarrollo social, a través de la educación formal y otros programas de educación agrícola. De esta manera, fomenta el uso efectivo del modelo cooperativo. Sánchez (2021) destaca que, incluso con certificaciones de comercio justo, la falta de control total sobre la cadena de suministro, desde la finca hasta el puerto de embarque, puede

mermar los márgenes de ganancia; ocasionando problemas de trazabilidad y coordinación con operadores logísticos internacionales.

Respecto al entorno nacional en el censo nacional de Cooperativas el (INEI, 2017) indica que existen 1,245 cooperativas activas, principalmente en las zonas Lima, Junín, Cusco, Puno, Cajamarca y Arequipa. Los datos indican que las cooperativas agrarias representan el 20,5%; mientras que las cooperativas cafetaleras representan el 6,1%. Siendo las cooperativas agrarias y cafetaleras el subsector cooperativo más significativo a nivel nacional. Por lo cual el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri, 2023) indico que el café es uno de los principales productos agrícolas de exportación del Perú con un valor de exportación de $745 millones en 2023 y la Cámara de Café y Cacao (2023) indica que el volumen exportado fue de 341,208.4 en sacos de 60 Kg. de cafe verde. Sin embargo (MIDAGRI, 2022) también señala que el 90% de los productores de café son pequeños agricultores organizados en cooperativas, las cuales enfrentan altos costos logísticos que pueden representar hasta el 30% del valor del producto final debido a la deficiente conectividad vial y la falta de centros de acopio tecnificados.

Asimismo, Mendoza et al. (2022), indican que las cooperativas agrarias peruanas enfrentan una brecha logística de origen. A pesar de poseer certificaciones de Comercio Justo, la gestión de la distribución física internacional (DFI) sigue siendo empírica. El uso de la tecnología es incipiente, y la dependencia de agentes de carga externos sin una estrategia de integración logística limita la capacidad de las cooperativas para llegar directamente al tostador final en el extranjero, quedándose estancadas en el eslabón de materia prima.

La región Amazonas, conocida por su altitud y clima favorable, produce café de alta calidad con características únicas y un gran potencial en el mercado internacional, siendo la agricultura un sector económico clave. Los productos agrícolas son exportados, para ello es fundamental que la

gestión logística sea efectiva y eficiente. Los pequeños cafetaleros de la provincia de Chachapoyas tienen el objetivo de mejorar las condiciones de vida de sus socios mediante la producción y comercialización de café de alta calidad.

El Gobierno Regional Amazonas (2023), impulsa las exportaciones de café y en su esfuerzo por promover el comercio internacional y el turismo el gobernador regional y ministro realizaron una visitaton la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de Cóndores en la provincia de Luya. En el transcurso de la visita se elogió el compromiso de los agricultores locales con la producción de café orgánico y la obtención de la certificación de comercio justo

Localmente la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de Cóndores es una asociación que, a lo largo de su historia, cuenta con más de 150 socios y produce café de alta calidad hacia mercados internacionales. Sin embargo, para lograr promover la internacionalización de la cooperativa en la exportación de café existen diversos problemas y desafíos que se relacionan con la gestión logística; como la necesidad de mejorar la infraestructura y capacidad logística para así gestionar adecuadamente una logística internacional del café. Esto incluye el transporte, almacenamiento y distribución a los mercados internacionales debido a las redes de distribución y contactos comerciales; que afecta la calidad, precio y entrega del café; además, del uso de la tecnología y aumentar la competitividad de la cooperativa para entrar en competencia a las grandes empresas que exportan a mercados internacionales como Estados Unidos, Europa y Alemania. Por consiguiente, se propone en la investigación lo siguiente.

1.1.1 Formulación del problema

Problema General

¿Cómo la gestión logística se relaciona con la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023?

Problemas Específicos

¿De qué manera la gestión logística se relaciona con el análisis de mercado para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023?

¿Cómo la gestión logística se relaciona con el uso de la tecnología y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023?

¿Cuál es la relación entre la gestión logística y la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023?

1.2 Antecedentes

1.2.1 Antecedentes nacionales

Bazalar y Laveriano (2018) en su investigación titulada *Mejora en la gestión de la cadena logística integral de mercancías internacionales en Savar Corporación Logística*, tuvieron como objetivo elaborar una propuesta de mejora en la gestión de la cadena logística integral de mercancías internacionales en Savar Corporación Logística en el año 2017. El estudio fue de tipo explicativa y cuantitativa. Se realizó encuestas a 30 colaboradores de la empresa y una encuesta externa a 30 clientes, y como resultado se obtuvo que la integración inteligente de procesos,

análisis y tecnología consiguen simplificar las redes de logística, aminorar el riesgo y optimizar los costes asociados. En conclusión, sostienen que esta sinergia es fundamental para aminorar los riesgos operativos y optimizar los costos asociados a la logística internacional, fortaleciendo así la eficiencia de la corporación en el manejo de mercancías.

López (2020) desarrolló la investigación titulada *Relación entre la innovación tecnológica y el proceso de internacionalización de las pymes exportadoras de café verde de la selva central*, planteó como objetivo establecer la relación entre la innovación tecnológica y el proceso de internacionalización de las pymes exportadoras de café verde de la Selva Central. La metodología fue tipo transversal correlacional, utilizando cuestionarios a los gerentes o encargados del área comercial internacional que constó de 22 preguntas; los datos obtenidos fueron analizados y validados en el programa IBM SPSS. Los resultados revelaron una correlación moderada entre la innovación tecnológica y el proceso de internacionalización de las pymes. Concluyendo que integrar innovación tecnológica en la cadena de valor incrementa los niveles de internacionalización, ya que optimiza la participación en mercados extranjeros al fortalecer la ventaja competitiva. De este modo, la tecnología se posiciona como un catalizador esencial para el crecimiento de las pymes cafetaleras.

Guevara (2021) realizó la investigación titulada *Gestión logística para incrementar las exportaciones de café en la Asociación de productores Selva Nororiental, 2019,* determinó de qué manera la gestión logística incrementará las exportaciones de café en la Asociación de Productores Selva Nororiental. Los objetivos fueron diagnosticar la gestión logística del café exportable, identificar los problemas que afectan la eficiencia del café exportable; proponer una gestión logística adecuada para aumentar las exportaciones de café y calcular los beneficios/ costos de emplear la gestión logística. Se utilizó el diseño descriptivo simple porque se buscan y recogen

datos limitados con relación a la gestión logística de la asociación. Se aplico la guía de entrevista estructurada aplicadas a los responsables del área para diagnosticar la situación operativa de la organización. Así mismo se identificaron cuatro cuellos de botella, siendo los proveedores, aprovisionamiento, producción y distribución el cual abarca a los clientes. Concluyendo que la asociación opera bajo un modelo empírico que carece de herramientas profesionales, lo cual limita su eficiencia. Se resalta la necesidad de implementar procesos logísticos formales y análisis de costo-beneficio para mitigar obstrucciones, optimizar el flujo del café exportable y fortalecer la competitividad en mercados extranjeros.

Aguilar y Zamudio (2021) desarrollo la investigación titulada *La Cadena de Logística y su relación con las exportaciones de la S.P.N 0901.11.90.00 - Los Demás Café Sin Tostar hacia Alemania durante el periodo 2015-2019,* plantearon como objetivo determinar la relación de la cadena logística y las exportaciones del demás café sin tostar hacia Alemania durante el periodo del 2015 al 2019. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, analizando cuatro dimensiones: almacenamiento, distribución, abastecimiento y exportación. Como instrumento, aplicaron cuestionarios en escala Likert a ejecutivos y funcionarios de las principales empresas exportadoras del sector. Los resultados confirmaron que la gestión logística guarda una relación directa con el éxito de las exportaciones. Dando como conclusión que la distribución y almacenamiento presentan una correlación fuerte y positiva, siendo factores críticos para la mejora continua y la internacionalización eficiente del café peruano hacia el exigente mercado europeo.

Farías y Llaque (2021) desarrollaron la investigación titulada *Relación entre el E-Commerce y la internacionalización del café de los productores de la provincia de Jaén – 2021*, plantearon como objetivo determinar la relación entre el E-Commerce y la internacionalización de café de los productores de la provincia de Jaén – 2021. La investigación empleó un enfoque

cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y correlacional, aplicando cuestionarios validados a una muestra de 80 productores cafetaleros. Los resultados destacaron a Facebook y WhatsApp como las herramientas digitales más utilizadas, hallando un coeficiente de correlación de Pearson de 0.891 entre las variables principales. En conclusión, determinaron la existencia de una relación significativa, directa y alta entre el e-commerce y la internacionalización. Factores como la interactividad y la experiencia de usuario resultaron determinantes para fortalecer el posicionamiento del café de Jaén en el mercado global.

Nolasco (2023) en su estudio titulado *La trazabilidad documentaria del café y la gestión logística de exportación de Coopagro en la ciudad de Jaen durante los años 2018-2021,* tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la trazabilidad y la gestión logística de exportación del café de Coopagro, Jaén – Cajamarca, 2021. El enfoque fue mixto y un diseño no experimental transversal, aplicando cuestionarios a una muestra de 30 personas para analizar aspectos cualitativos y el impacto cuantitativo en costos y tiempos. Los resultados confirmaron una relación directa y significativa entre las variables analizadas. En conclusión, se validó la hipótesis general mediante la prueba de Spearman (P-Value = 0.00), demostrando que la trazabilidad documentaria influye de manera determinante en los procesos de exportación. Este sistema permite identificar errores y generar retroalimentación, optimizando la gestión logística y aumentando la demanda del café en el mercado internacional.

Jara y Nieva (2023) realizaron la investigación *Optimización de la cadena logística para la internacionalización de la Cooperativa Agraria Cafetalera Selva Alta*, planteando como objetivo identificar el problema del acopio de café orgánico que impedía que la Cooperativa Agraria Selva Alta pueda llegar a los volúmenes de exportación que se acordaban con sus clientes en el extranjero. El estudio adoptó un enfoque cualitativo exploratorio, recopilando y analizando

información a través de técnicas como entrevistas, análisis de documentos por parte de la cooperativa y análisis de contenido, En el estudio se plantearon analizar tres propuestas de a fin de optimizar la cadena logística internacional; primero la implementación de SAP, segundo implementar la metodología Lean Manufacturing y tercero implementar el modelo SCOR. Tras un análisis de costo-beneficio y costo de oportunidad, los resultados favorecieron la adopción de procesos ágiles. En conclusión, se determinó que la aplicación de Lean Manufacturing, soportada por las herramientas Kaizen y las 5S, es la estrategia más viable para optimizar la cadena logística, asegurar el suministro internacional y fortalecer la competitividad de la cooperativa.

1.2.2 Antecedentes internacionales

Alzate y Camargo (2020) desarrollaron la investigación titulada Optimización de las prácticas logísticas de aprovisionamiento, producción y distribución de café "Tipo castillo" en la vereda la Aurora del municipio de Cunday – Tolima, plantearon como objetivo proponer un manual de buenas prácticas logísticas que contribuyan a la optimización del proceso de aprovisionamiento, producción y distribución de café tipo castillo, en la vereda la Aurora del Municipio de Cunday Tolima. La investigación, de carácter descriptivo y bajo la modalidad de proyecto factible, empleó el trabajo de campo y entrevistas dirigidas a productores y distribuidores locales para caracterizar los procesos actuales. Los resultados revelaron que la mayoría de los actores desconoce métodos de maximización de recursos y estrategias logísticas, debido a la falta de claridad en los procedimientos operativos. En conclusión, la implementación de una guía técnica es fundamental para corregir la carencia de un sistema logístico formal, permitiendo optimizar el flujo del producto y mejorar la competitividad del sector en la región.

Suárez-Solórzano et al. (2023) desarrollaron la investigación titulada *Gestión de la Cadena de Suministro para Potenciar la Internacionalización de las Pymes de El Oro*, tuvieron como

objetivo analizar la gestión de la cadena de suministro y la capacidad de internacionalización de las pymes de la provincia de El Oro. El estudio fue de enfoque cuantitativo se aplicaron encuestas ad-hoc a 90 pymes, procesando los datos mediante SPSS y SmartPLS bajo métodos analítico-sintéticos e inductivo-deductivos. Los resultados revelaron una relación directa entre el manejo de inventarios y los procesos de distribución dentro de la cadena de suministro; concluyeron que, si bien el inventario por sí solo no motiva la internacionalización, este es un proceso eficiente de distribución y comercialización determinante para potenciarla. Así, como una correcta gestión logística se convierte en el pilar estratégico para que las pymes perduren en el mercado global y optimicen la atención al cliente.

Cano et al. (2014) en su investigación titulada *Modelo de gestión para pequeñas y medianas empresas en Mexico*, se propusieron desarrollar un marco estratégico que fortalezca la competitividad de las pymes frente a la globalización. La metodología consistió en el diseño de un modelo conceptual de gestión logística que integra el control de variables críticas en los procesos operativos; los resultados indicaron que, en un entorno global, los clientes valoran principalmente la disponibilidad del producto en tiempo y forma, lo que exige una transición de estructuras informales hacia modelos técnicos eficientes. Concluyendo que la implementación de este modelo brinda soluciones integrales que mejoran el valor agregado y el posicionamiento estratégico. Dado que las pymes representan un alto porcentaje del PIB y empleo en México, optimizar su logística es fundamental para asegurar su sostenibilidad y éxito en mercados internacionales.

Calzado-Girón (2020) desarrolló la investigación titulada *La gestión logística de almacenes en el desarrollo de los operadores logísticos. Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín, Cuba.* La investigación se centró en un análisis exhaustivo del proceso de almacenamiento, evaluando factores como la capacidad instalada, los métodos de almacenaje

de las mercancías, la relación entre la demanda y la capacidad disponible, los indicadores de nivel de servicio y los procedimientos de verificación. La investigación empleó un enfoque cuantitativo, se utilizó un análisis de regresión para evaluar la relación entre la capacidad de almacenamiento y el nivel de servicio. Los resultados indicaron que existe una correlación positiva entre ambas variables, lo que sugiere que aumentar la capacidad de almacenamiento puede mejorar el nivel de servicio al cliente. En conclusión, la optimización de los procedimientos de verificación y la mejora de la infraestructura logística son determinantes para elevar la competitividad.

Cortez (2024) desarrollo la investigación titulada *Análisis de la gestión de distribución logística de exportación de camarón de la empresa Pezcrup S.A*. El objetivo fue analizar la gestión logística en la exportación de camarón de Pezcrup en Ecuador; la metodologíaempleo un enfoque cualitativo con método inductivo, utilizando la observación directa y el análisis de información para sustentar las premisas de la gestión de distribución. Los resultados mostraron que, aunque los acuerdos comerciales como con la Unión Europea eliminan aranceles, la competitividad real depende de la eficiencia en la cadena de frío y el transporte. En conclusión, para captar una mayor cuota de mercado frente a competidores de bajo costo, es imperativo profesionalizar la cadena logística de exportación. La mejora en la distribución física internacional se presenta como el factor clave para garantizar la calidad del producto y su posicionamiento en mercados de alta exigencia.

Serrano (2019) desarrollo la investigación titulada *El proceso de internacionalización de las empresas manufactureras españolas*, planteo como objetivo analizar el proceso de internacionalización de las empresas manufactureras españolas. La metodología consistió en un estudio de naturaleza empírica ofreciendo resultados diversos para una muestra de empresas manufactureras españolas bajo un enfoque longitudinal. Los resultados demostraron que la

adopción de prácticas de gestión avanzada, especialmente la digitalización, influye de manera positiva y significativa en el éxito de la internacionalización. En conclusión, la capacidad de las empresas para integrar tecnologías de la información en sus procesos operativos reduce las barreras de entrada a nuevos mercados y mejora la eficiencia productiva. Así, la transformación digital se consolida no solo como una ventaja operativa, sino como un requisito estratégico para competir en el entorno global contemporáneo.

Ramírez (2021) desarrollo la investigación titulada *Internacionalización de las Micro, pequeñas y medianas empresas comerciales en el Cantón de Esmeraldas Ecuador*, tuvo como objetivo analizar el proceso para la internacionalización de Mipymes comerciales en el cantón de Esmeraldas. La metodología empleó un enfoque inductivo y alcance descriptivo, utilizando la técnica de entrevista dirigida a 3 gerentes comerciales para identificar capacidades estratégicas y condiciones logísticas. Los resultados evidenciaron la necesidad que los emprendedores conozcan sus capacidades empresariales, administrativas y gerenciales antes de iniciar un proceso de internacionalización. Finalmente se determino que para las empresas con restricciones logísticas es imperativo establecer aliados estratégicos en los mercados de destino; además de reconocer las alternativas de transporte y las condiciones de almacenamiento se vuelve fundamental para mitigar riesgos y asegurar la viabilidad de las exportaciones en provincias con infraestructura limitada.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023.

1.3.2 Objetivos Específicos

Establecer la relación entre la gestión logística en el análisis de mercado para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023.

Evaluar la gestión logística y su relación con el uso de la tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023.

Analizar la relación que existe entre la gestión logística y la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación Teórica

El presente estudio se fundamenta en determinar, analizar y examinar como la gestión logística dentro de su planificación y ejecución de actividades se relaciona y puede generar ventajas competitivas en las estrategias que la cooperativa utiliza para expandirse en el proceso de la internacionalización empresarial destacando en el sector cafetalero.

Al examinar esta relación en el contexto cafetalero, se pretende enriquecer el conocimiento académico sobre modelos de expansión para organizaciones cooperativas en mercados emergentes.

1.4.2 Justificación Metodológica

El estudio propone un modelo metodológico para determinara la relación entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Laguna de los Condores. El uso de instrumentos validados y un enfoque científico riguroso convierte a esta investigación en un referente útil para otras investigaciones que se realicen en el campo de la internacionalización del sector cafetalero.

1.4.3 Justificación Práctica

En el orden práctico, la investigación ofrece soluciones tangibles a las deficiencias operativas de la cooperativa, proporcionando directrices técnicas para optimizar el acopio, almacenamiento y distribución. Al aplicar estos hallazgos, la organización podrá reducir costos logísticos y potenciar su posicionamiento en el mercado global. Esta mejora en la eficiencia se traduce directamente en una mayor rentabilidad para el sector cafetalero de la región Amazonas, permitiendo que la cooperativa cumpla con sus compromisos internacionales de manera sostenible.

1.4.4 Justificación Social

El estudio busca el fortalecimiento del bienestar socioeconómico de las familias caficultoras de la región Amazonas. Al optimizar los procesos de internacionalización, se generan mayores ingresos para los asociados, permitiendo mejorar las condiciones laborales y la calidad de vida en las zonas rurales. De este modo, la investigación contribuye al desarrollo territorial sostenible, fomentando el empoderamiento de los pequeños productores frente a los desafíos del comercio mundial.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

Existe relación significativa entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

1.5.2 Hipótesis Específicas

La gestión logística se relaciona con en el análisis de mercado para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

La gestión logística se relaciona con el uso de tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

La gestión logística se relaciona con la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.1.1 Definición de Gestión Logística

Debemos definir en primer lugar en qué consiste la logística. En tal sentido, Servera (2010), lo define como el proceso de planificar, organizar y controlar todas las actividades relacionadas con el movimiento y almacenamiento de mercancías; así como la información, para satisfacer a los clientes a un costo efectivo

Para Zelada (2022) la gestión logística no es una actividad aislada, sino un procedimiento estratégico e integrador que se abarca la planificación, organización, dirección y control del flujo eficiente de bienes, servicios e información, desde el origen hasta el consumidor final, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente al menor costo posible.

Así también Carreño (2025) la gestión logística no es una actividad aislada, sino un ciclo administrativo sistémico que sostiene el éxito de la cadena depende de la capacidad de la organización para gestionar no solo los bienes físicos, sino también el flujo de información bidireccional, garantizando que el valor llegue al consumidor final de manera eficiente y al menor costo posible. Este es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el flujo eficiente de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el consumidor final.

Mora (2023) sostiene que la logística abarca desde la gestión de transporte interno y externo, el control de flotas y el almacenamiento, hasta la manipulación de materiales y el cumplimiento de órdenes. Esta estructura se potencia mediante el diseño de redes logísticas avanzadas, la gestión de inventarios, la planificación de la oferta y la demanda, y la administración

de operadores logísticos externos (3PL/4PL), todo ello integrado bajo un entorno de transformación digital que busca la eficiencia operativa en tiempo real.

Según Ballou (2021), la logística ha evolucionado de ser un área operativa a una estratégica, donde la sincronización de la cadena de suministro es vital para la supervivencia empresarial. En el contexto de las cooperativas agrarias, esta gestión permite reducir las brechas entre el pequeño productor y el mercado global.

Objetivos de la Gestión Logística. Según Chopra y Meindl (2020), el objetivo primordial es maximizar la rentabilidad de la cadena de suministro mediante el equilibrio entre la capacidad de respuesta y la eficiencia.

Reducción de costos y eficiencia. Optimización del flujo de materiales y productos, lo que reduce los costos de almacenamiento, transporte y distribución. Carreño (2025) sostiene que la eficiencia no solo reduce costos, sino que elimina cuellos de botella que afectan la velocidad de entrega.

Ventaja competitiva y posicionamiento. La logística permite a las organizaciones diferenciarse por confiabilidad. Para Christopher (2023), en mercados saturados, la ventaja competitiva no reside en el producto, sino en la capacidad de entregarlo de manera más ágil que el competidor.

Optimizar niveles de inventario: Las empresas pueden utilizar inventarios mas efectivos, reduciendo el desperdicio y aumentando la rentabilidad con una gestión logística adecuada (Mora, 2023).

Mayor flexibilidad. Permite que las empresas se adapten a los cambios en la demanda del mercado.

Coordinación y optimización de actividades. La función integrada coordina e integra con otras funciones como marketing, ventas, fabricación, finanzas y tecnología de la información, mejorando la coordinación y eficiencia de la empresa.

Mejora del servicio al cliente. La entrega de productos más rápida y precisa aumenta la satisfacción del cliente.

Optimizar al recurso humano y financieros. Se encarga de gestionar recursos humanos adecuados y programas de informática financiera.

Procesos de la Gestión Logística. Fomentar el uso efectivo de los procesos durante el diseño de la red de valor, permite optimizar los procesos de: Planificación, transporte, distribución y el recurso humano.

2.1.2 Planificación

La planificación logística se constituye como el eje neurálgico de la cadena de suministro. Para Mora (2023), planificar implica anticipar las necesidades de recursos y coordinar los flujos de información para cumplir con la promesa de servicio al cliente. Zelada (2022), la planificación constituye el primer eslabón para asegurar que el transporte y la distribución operen de forma sincronizada, evitando cuellos de botella en la cadena de suministro En el contexto de las cooperativas agrarias, la planificación no es solo operativa, sino estratégica, ya que debe alinear la producción rural con las exigencias del mercado global.

Estrategia. La eficacia de la logística depende de qué tan integrados estén los colaboradores con los pilares de la organización.

Conocimiento de la Planificación estratégica. Mora (2023) sostiene que la estrategia logística debe alinearse con la misión corporativa para asegurar que los objetivos de flujo de materiales respondan a la visión a largo plazo de la organización. Así mismo El conocimiento de la misión, visión y estructura organizativa es fundamental para la toma de decisiones.

Según David y David (2020), una estrategia logística exitosa requiere que cada eslabón de la organización comprenda hacia dónde se dirige la entidad (misión) y qué desea lograr a largo plazo (visión). Esto permite que el personal de campo y administrativo trabaje bajo una misma dirección, reduciendo la incertidumbre operativa.

Así mismo para Chiavenato y Sapiro (2017) la planificación estratégica es un proceso importante en una organización ya que se bosqueja los objetivos que se pretende alcanzar y las pautas para definir los planes de acción con la finalidad de lograrlos, generar ventajas competitivas y sostenibilidad largo plazo. Al igual que la planificación estrategica, gestióna inventarios, flujo de información de pedidos y la toma en consideración de opciones estratégicas son todos los componentes que se incluyen en la gestión logistica.

Conocimiento de la Identidad estratégica. La logística moderna ha pasado de un modelo vertical a uno participativo. Christopher (2020) sostiene que el involucramiento de los actores operativos en el diseño de planes logísticos mejora la resiliencia de la cadena. Al considerar la opinión del personal en la creación de estrategias, se garantiza que los planes sean realistas y adaptados a la geografía y realidad social de la región Amazonas.

Alianzas Financieras. La planificación requiere un soporte financiero sólido. Ballou (2021) enfatiza que la visibilidad de las alianzas financieras permite a los gestores logísticos

planificar inversiones en activos como transporte, tecnología y asegurar el flujo de caja necesario para las campañas de cosecha y exportación.

Gestionar. La planificación es un ciclo continuo que requiere ejecución y supervisión constante. Para Chopra y Meindl (2020) gestionar el plan logístico requiere una integración de procesos que permita implementar acciones correctivas ante las fluctuaciones del mercado. La gestión de aprovisionamiento es el conjunto de operaciones que realiza la empresa para abastecerse de los materiales necesarios cuando tiene que realizar las actividades de fabricación o comercialización de sus productos, el cual comprende la planificación y gestión de compras, el almacenaje de los productos necesarios y la aplicación de técnicas que permitan mantener existencia mínima de cada material, tratando que todo se realice en las mejores condiciones y al menor costo posible (Escudero, 2009).

Responsabilidades y acciones correctivas. Según Anaya (2020), un plan logístico no es estático; debe incluir indicadores de desempeño (KPI) que permitan identificar desviaciones. La asignación clara de responsabilidades garantiza que cada actividad, desde el acopio hasta la trilla, se ejecute según los tiempos previstos. Cuando se detectan fallos, la planificación estratégica debe permitir la implementación de acciones correctivas inmediatas para evitar que el incumplimiento afecte la reputación internacional de la cooperativa.

Almacenar. El soporte físico de la planificación logística reside en sus nodos de almacenamiento. Anaya (2020) la infraestructura de almacenamiento adecuada es esencial para preservar la integridad del producto y facilitar la velocidad de picking. Escudero (2019) los almacenes son centros reguladores del flujo de existencias que estan estructurados y panificados para llevar a cabo funciones de almacenaje como recepcion, custordia, conservacion.

Ubicación estratégica. La localización de los almacenes es una decisión crítica de planificación. Heizer et al. (2020) señalan que una ubicación óptima reduce significativamente los costos de transporte y los tiempos de respuesta. Para la Cooperativa Laguna de los Cóndores, ubicar centros de acopio cerca de las zonas de producción en Amazonas minimiza el deterioro del grano de café durante el traslado inicial.

Infraestructura adecuada. El almacenamiento de café especial requiere condiciones controladas de humedad y temperatura. Mora (2023) destaca que la infraestructura no solo debe ofrecer espacio, sino seguridad y preservación de la calidad. Una infraestructura adecuada previene la contaminación cruzada y asegura que las propiedades organolépticas del café se mantengan intactas para la exportación.

Gutiérrez y Prida (2022) argumentan que la planificación debe incluir alianzas estratégicas financieras y operativas para robustecer la capacidad de respuesta de las cooperativas.

2.1.3 Transporte

El transporte constituye el componente operativo más dinámico y costoso de la logística, representando a menudo entre uno y dos tercios de los costos logísticos totales. Según Ballou (2021), la gestión del transporte no solo implica el movimiento físico de bienes, sino la selección estratégica de modos y rutas que equilibren el costo con la velocidad y la seguridad del producto. En el sector cafetalero, la integridad del grano depende directamente de la eficiencia de este eslabón.

El transporte cumple una función relevante dentro de la cadena logística y al ser un conjunto de actividades que permiten el traslado de bienes terminados asegura que lleguen a su

destino con las condiciones pactadas entre proveedor, empresa y cliente, Gómez (2013). Asimismo, debemos rescatar que el transporte no solo significa el movimiento de materiales o bienes, sino también un conjunto de actividades tales como la carga y descarga, tiempos de espera, verificaciones, entre otros. Sin embargo, y como menciona Baca (2014), es importante seleccionar correctamente el modo de transporte, el tamaño del envío y la generación de las rutas de transporte más adecuadas.

Transporte directo. Para García y Hernández (2023) explican que el transporte directo es fundamental para productos perecederos como el café, ya que minimiza la manipulación y reduce el tiempo de tránsito. Al igual que Castellanos (2021) señala que el estado de las vías y carreteras es un factor exógeno que limita la eficiencia del transporte, obligando a una planificación de rutas más estricta. Por otro lado, Zelada (2022) destaca que el transporte debe ser el más adecuado en términos de costo-beneficio, adaptándose a la geografía del punto de origen. Pires y Carretero (2021) indican que el transporte internacional requiere un conocimiento profundo de la intermodalidad para asegurar que la exportación sea competitiva. Soret (2020) sostiene que la gestión de flotas y rutas es lo que permite que el transporte deje de ser un gasto y se convierta en un valor añadido.

Idoneidad del Transporte para la Comercialización. La adecuación del transporte se mide por su capacidad para preservar las propiedades organolépticas del café durante el tránsito.

- Selección del Equipo

De acuerdo con Mora (2023), la idoneidad del transporte de carga terrestre se define por la limpieza, la ausencia de olores fuertes y el control de la humedad. Para una cooperativa agraria,

utilizar vehículos con sistemas de ventilación adecuados y protección contra la intemperie es crucial.

- Nivel de Servicio

La elección del vehículo adecuado influye en el cumplimiento de los tiempos de entrega. Anaya (2020) sostiene que un transporte adecuado es aquel que minimiza las averías y optimiza la capacidad de carga (consolidación), permitiendo que el café de la región Amazonas llegue a los centros de trilla o puertos en condiciones óptimas para su venta.

Impacto de la Infraestructura Vial en la eficiencia. La infraestructura vial es un factor externo crítico que condiciona la competitividad de las exportaciones.

- Limitaciones logísticas

Chopra y Meindl (2020), una red vial deficiente aumenta el *lead time* (tiempo de entrega) y eleva los costos de mantenimiento de las flotas.

- Riesgo en la calidad

El mal estado de las vías no solo genera demoras, sino que somete al grano a vibraciones excesivas y riesgos de contaminación por accidentes o bloqueos. Christopher (2020) enfatiza que la resiliencia de la cadena de suministro se ve comprometida cuando la infraestructura física es precaria, obligando a las cooperativas a invertir en mejores embalajes o seguros de carga más costosos.

Conocimiento de rutas y transporte internacional. La internacionalización requiere un dominio técnico de la Distribución Física Internacional.

- Rutas de distribución

El conocimiento de las rutas permite una planificación logística bimodal o multimodal eficiente. Serrano (2021) afirma que el diseño de rutas debe considerar puntos de control aduanero y centros de consolidación para reducir tiempos muertos.

- Transporte marítimo y aéreo

Para la exportación de café, el transporte marítimo en contenedores (especialmente contenedores ventilados o liners) es la opción predominante por su costo-eficiencia. Mora (2023) destaca que los gestores de la cooperativa deben conocer los contratos de fletamento y los Incoterms aplicables para definir responsabilidades sobre la carga hasta que llega al cliente final en el extranjero.

2.1.4 Distribución

La distribución logística es el conjunto de actividades que permiten el traslado de productos terminados desde el punto de origen hasta el consumidor final. Para Mora (2023), una distribución de clase mundial no solo se limita al movimiento físico, sino que garantiza la integridad del producto y el cumplimiento de los plazos pactados.

La distribución organiza la entrega final. Zelada (2022) enfatiza que esta etapa es donde se cumple la promesa al cliente.

Bowersox et al. (2013) indican que los procesos de entrega del producto final deben ser evaluados constantemente para asegurar que sean los más adecuados según el estándar del cliente.

Paz (2008), la distribución se da mediante canales que proveen los medios por los que los bienes producidos son trasladados hasta los lugares de consumo, es decir, se enfoca en la entrega

de bienes desde puntos intermedios como almacenes o centros de distribución hasta el destino final como bodegas, supermercados, entre otros.

Igualmente, Cruz et al. (2020), nos dicen que para que un bien llegue hasta el consumidor final, la empresa debe entablar relaciones con todos los elementos de la cadena de suministro que involucran a proveedores; fabricantes; los canales de distribución dados por agentes, mayoristas o minoristas y el consumidor final. Aquí es de relevancia tener en cuenta los diferentes canales de distribución que va desde el fabricante directo al consumidor, del productor hacia el minorista y luego al consumidor o del fabricante al mayorista pasando por el minorista hasta llegar al consumidor final. Todo ello depende del número de intermediarios que intervienen en la distribución de los viene producidos.

Idoneidad en la estrega del producto final. La entrega del producto final es el momento de la verdad en la logística. La idoneidad en este proceso implica la sincronización de múltiples factores.

Cumplimiento de plazos y condiciones. Según Anaya (2020), la adecuación de los procesos de entrega se mide a través del indicador Perfect Order Fulfillment (cumplimiento de pedido perfecto). Esto implica que el café llegue en la cantidad exacta, en el tiempo acordado y con la documentación requerida. Para la Cooperativa Laguna de los Cóndores, esto incluye el cumplimiento riguroso de los Incoterms negociados, que definen el punto exacto de transferencia de riesgo y propiedad.

Preservación y embalaje. La distribución internacional de café especial exige un embalaje que proteja contra la humedad y la absorción de olores. Ballou (2021) destaca que el diseño de la red de distribución debe considerar el uso de materiales de empaque con barreras de oxígeno y

humedad, lo cual es un proceso "adecuado" para mantener la calidad de exportación hasta el tostador final en el extranjero.

Conocimiento y selección de Mercados Internacionales. La gestión de la distribución está intrínsecamente ligada a la inteligencia de mercados y el conocimiento geográfico comercial.

Diversificación de Mercados Destino. El conocimiento de los mercados hacia donde se exporta permite adaptar la logística a las exigencias normativas de cada país. Según Serrano (2021), cada mercado internacional como la Unión Europea, EE. UU. o Japón posee regulaciones fitosanitarias y requisitos de trazabilidad específicos. Los gestores de la cooperativa deben dominar estas diferencias para evitar retenciones en aduanas de destino.

Estrategia de penetración logística. Conocer el mercado implica entender los canales de distribución locales. Suárez-Solórzano et al. (2023) sostienen que la internacionalización exitosa de las pymes y cooperativas depende de una red de distribución que sepa conectar con nichos de cafés especiales. Identificar si el café va dirigido a importadores mayoristas o a micro tostadores especializados permite a la cooperativa elegir entre envíos consolidados o contenedores completos (FCL), optimizando así los costos de exportación.

Distribución nacional. Mora (2021) expone que la distribución nacional debe centrarse en la capilaridad, llegando a cada punto de venta con procesos de entrega optimizados.

Distribución internacional. Christopher (2023) define la distribución internacional como un proceso de gestión de redes globales donde el conocimiento del mercado de destino es crítico para el éxito.

Zelada (2022) resalta que la exportación a mercados internacionales exige una logística documental y física sin errores para evitar penalizaciones.

En cambio, Lambert (2021) sostiene que la distribución es la cara visible de la cooperativa ante el mercado mundial, vinculando la calidad del producto con la eficiencia de la entrega.

2.1.5 Recurso humano

Es el factor clave para el éxito de cualquier organización, y esto es especialmente cierto en el sector logístico, donde la eficiencia y la calidad del servicio dependen en gran medida de las habilidades y el compromiso de los trabajadores. Organización Internacional del Trabajo (2021).

Como señala también Zelada (2022), el recurso humano es el activo más crítico para la operatividad del sistema. El recurso humano es el activo más dinámico de la cadena de suministro. También para Chiavenato (2021), en las organizaciones modernas, las personas han pasado de ser meros recursos productivos a ser socios estratégicos. En el modelo cooperativo, este factor es aún más crítico, pues la eficiencia logística depende de la cohesión entre los trabajadores administrativos, técnicos y los socios agricultores.

Selección y profesionalismo. La competitividad en mercados globales de café exige un personal con competencias técnicas específicas. Zelada (2022) afirma que la selección de profesionales expertos es la base sobre la cual se construye una gestión logística de clase mundial.

Procesos de Selección y Competencias. La captación de talento mediante procesos de selección estructurados asegura que la cooperativa cuente con perfiles aptos para los desafíos del comercio exterior. Dessler (2022) sostiene que una selección basada en competencias permite alinear las habilidades individuales con los objetivos organizacionales. Contar con profesionales que dominen la normativa aduanera e Incoterms es vital para evitar errores costosos en la cadena de distribución.

Importancia estratégica del personal. El recurso humano es el encargado de gestionar la tecnología y los activos físicos. Mora (2023) destaca que la logística no funciona por sí sola; es el talento humano quien decide la mejor ruta, negocia fletes y asegura que el café no pierda calidad en el almacén.

Capacitación y asistencia técnica. Alles (2020) sostiene que las capacitaciones en áreas técnicas como el comercio exterior son inversiones estratégicas que potencian el desarrollo productivo. En un entorno de comercio internacional cambiante, la formación continua es una necesidad, no un lujo.

Capacitación en logística y comercio exterior. La actualización en procesos de exportación y gestión de la cadena de suministro potencia el desarrollo productivo. Según **Serrano (2021)**, la formación en gestión logística permite al personal identificar cuellos de botella y proponer mejoras en el flujo de mercancías.

Potencialización de Áreas Clave. Las capacitaciones dirigidas a áreas críticas como almacén, logística y ventas permiten estandarizar procesos. Instituciones públicas como PROMPERÚ suelen brindar asistencia técnica y financiera que es crucial para que las cooperativas de Amazonas alcancen certificaciones de calidad (Orgánico, Fairtrade) exigidas en el extranjero (Nolasco, 2023).

Motivación. El compromiso emocional del trabajador y el asociado garantiza la sostenibilidad operativa. Chiavenato (2021) define que la motivación y el estímulo por parte de la gerencia son motores que impulsan la productividad y el compromiso de los asociados. Asimismo, Desseler (2022) indica que la identificación del trabajador con la organización el sentido de pertenencia reduce errores operativos en la cadena de suministro. Además, Robbins y Judge (2021)

argumentan que el apoyo de instituciones públicas para asistencia técnica refuerza las competencias del personal en entornos cooperativos.

Estímulo a la productividad. La gerencia debe actuar como un agente motivador. Robbins y Judge (2021) explican que la motivación intrínseca que es el reconocimiento y extrínseca los bonos por calidad de taza elevan directamente la productividad. En la Cooperativa Laguna de los Cóndores, un asociado motivado cuidará mejor la trazabilidad de su grano.

Identificación y voz de trabajador. Sentirse parte de la cooperativa y saber que su opinión es valorada refuerza la cultura organizacional. Cuando el personal se identifica con los valores de la cooperativa, disminuye la rotación y aumenta el compromiso con la excelencia logística requerida para la exportación.

2.2 Bases teóricas de Internacionalización Empresarial

2.2.1 Definición de Internacionalización empresarial

La internacionalización se define tradicionalmente como el proceso expansivo de las operaciones de una firma fuera de su mercado de origen. Si bien el modelo clásico de Johanson y Vahlne (2009) ha evolucionado, su esencia persiste en la idea de que la internacionalización es un proceso de aprendizaje incremental y gestión de la incertidumbre a través del compromiso en redes internacionales.

Para Fanjul (2025), la internacionalización contemporánea trasciende la simple exportación esporádica que implica una presencia estratégica y permanente en mercados externos que requiere la adaptación del modelo de negocio a marcos institucionales diversos. Este proceso demanda el uso intensivo de recursos tecnológicos y capacidades dinámicas para establecer una ventaja competitiva sostenible en el extranjero.

La decisión sobre el momento oportuno para la expansión internacional tiene un impacto determinante en la toma de decisiones estratégicas y la viabilidad corporativa a largo plazo. Según Hill y Hult (2023), la internacionalización no es solo una elección de crecimiento, sino una respuesta a la saturación de los mercados locales y la búsqueda de eficiencia operativa global. Desde diversas perspectivas económicas, este fenómeno reconfigura cómo las empresas se involucran con los ecosistemas internacionales, priorizando la integración de la cadena de valor y la sostenibilidad (Mendoza-Yépez, 2024).

Ventajas de la internacionalización empresarial.

- **Acceso a nuevos mercados.** Las empresas pueden aumentar las ventas y ganar más dinero con la internacionalización al realizar un analisis del mercado al cual desean ingresar.
- **Reducción de costos.** Al acceder a recursos y materias primas más baratas en otros países, la internacionalización puede ayudarlas a ahorrar dinero.
- **Ventaja Competitiva.** Porter (2008), menciona que la diferenciacíón y el liderazgo de los costos permiten a las empresas tener un mejor posicionamiento competitivo a nivel internacional. Asimismo, aplicado al ámbito logístico, Enao (2022) lo define como aquella diferenciación en comparación con la competencia porque las empresas aprovechan la disponibilidad de los elementos que tiene un país

Desafíos de la internacionalización empresarial.

- **Competencia global**. En el mercado internacional del café es feroz, y las empresas cafetaleras deben encontrar formas de diferenciarse para tener éxito.

- **Acceso a financiamiento.** Según la International Coffee Organization (2024) las empresas cafetaleras con frecuencia tienen dificultades para obtener financiamiento, lo que limita su capacidad para invertir en la mejora de la productividad y la calidad del café**.**
- **Barreras regulatorias.** Según la International Coffee Organization (ICO, 2024) las empresas cafetaleras pueden encontrar dificultades para acceder a nuevos mercados debido a las regulaciones existentes en los mercados internacionales.
- **Falta de infraestructura.** Confederación Nacional de Cooperativas del Perú (Conacoop). El transporte y el almacenamiento del café pueden verse obstaculizados por la falta de infraestructura adecuada en las zonas rurales.
- **Desafíos para las pequeñas empresas**. Las pequeñas empresas cafetaleras tienen mayores dificultades que las grande para acceder a mercados internacionales, financiamiento y tecnología. Junta Nacional del Café (2021).

Análisis de mercado. El análisis de mercado en el contexto de la internacionalización es el proceso sistemático de recopilar y evaluar datos sobre el entorno externo para reducir la incertidumbre. Según Czinkota y Ronkainen (2021), este análisis es el filtro que determina si las capacidades de una organización, como una cooperativa, son compatibles con las oportunidades globales.

Prieto (2013) menciona que la esencia de la indagación de mercado es obtener datos e información para la toma de decisiones que son las más acertadas en un entorno competitivo. Por otro lado, especifica que la investigación de mercado tiene que conectar, compartir, capacitar y competir para que se mantenga en evolución.

- **Legislación**. El conocimiento de las políticas, aranceles y restricciones legales es fundamental para mitigar riesgos. Czinkota y Ronkainen (2021) señalan que las empresas deben dominar las barreras no arancelarias, que incluyen normas de calidad y certificaciones técnicas necesarias para el ingreso legal.

Hill y Hult (2023) sostienen que las barreras institucionales y las normativas técnicas actúan como los primeros determinantes de viabilidad. Para una cooperativa, esto implica no solo conocer los aranceles, sino también las normativas fitosanitarias y de etiquetado internacional. La legislación no es solo un obstáculo, sino una hoja de ruta para la estandarización de procesos

- **Demanda de mercado**. Para que una cooperativa acceda a nuevos mercados, debe fundamentar su potencial en investigaciones que validen la demanda. Zelada (2022) argumenta que la investigación de mercado no es solo estadística, sino una herramienta para entender si el perfil del producto encaja con los hábitos de consumo globales.

- **Ventaja competitiva**. Hitt et al. (2024) argumentan que la ventaja competitiva surge de recursos y capacidades que son valiosos, raros y difíciles de imitar. En el sector cooperativo, el factor diferenciador suele residir en la trazabilidad, el origen del café y las certificaciones sociales. Un posicionamiento sólido permite que la cooperativa no compita solo por precio, sino por el valor agregado de su modelo de negocio.

Tecnología. En el entorno competitivo actual, la tecnología no se limita a la adquisición de activos, sino que representa la capacidad de transformar procesos operativos en ventajas competitivas. Según Carreño Solís (2025), la tecnología en organizaciones agroindustriales es el motor que permite la estandarización, garantizando que el producto mantenga sus propiedades desde la cosecha hasta el puerto de destino.

La tecnología ha ido evolucionando contantemente y ha sido un motor fundamental para el desarrollo de procesos de una manera más eficiente ya que engloba todo un conjunto de conocimientos, técnicas y habilidades que, al aplicarlas, fomenta la innovación constante para las empresas. Por ello, Solleiro y Castañón (2016), definen a la tecnología como el conjunto de conocimientos, máquinas, herramientas, métodos y relaciones económicas y sociales del medio orientados a la satisfacción de necesidades a través de la producción de productos, servicios o procesos. De cierto modo, aseguran, debemos alinear la tecnología con las directrices estratégicas y la cooperación interorganizacional para adecuar las instalaciones de una planta productiva y rediseñar los procesos que permitan lograr los objetivos establecidos en un principio.

Del mismo modo, Escorsa y Valls (2003) desarrollaron una visión clara del uso de la tecnología para la gestión de proyectos mediante la innovación. Mencionan que las innovaciones incrementales implican mucho más que un producto existente y que tienen un impacto en la productividad y el control de calidad total. Además, proponen a la tecnología como variable estratégica para la supervivencia y el éxito empresarial puesto que condiciona a la calidad y el coste de un bien y así determina su competitividad. El enfoque y definición de la tecnología se ve enmarcada en la utilización de esta para obtener una ventaja competitiva sostenible sobre los competidores mediante una estrategia global. Por último, refieren a la vigilancia tecnológica como una forma sistemática de difusión, análisis y explotación de las informaciones útiles del entorno para el crecimiento de la empresa, así como poder adelantarse a los cambios constantes.

- **Planta procesadora**. La adopción de tecnología adecuada es esencial para optimizar la gestión logística y elevar la calidad productiva. Mora (2023) sostiene que la inversión en maquinaria automatizada no solo reduce el margen de error humano, sino que permite una integración fluida con la cadena de suministro global.

La inversión en una planta procesadora propia es un salto estratégico para una cooperativa. Hill y Hult (2023) explican que contar con infraestructura de procesamiento permite controlar la trazabilidad, un factor crítico en el mercado del café. La tecnología de planta reduce los tiempos de ciclo y asegura que la historia del grano (origen, proceso, secado) esté documentada y protegida.

La tecnología también se manifiesta en sistemas de monitoreo y extensión agrícola. De acuerdo con Zelada (2022), la orientación técnica hacia los socios garantiza que la materia prima cumpla con los estándares de exportación desde su origen en el campo, evitando mermas en etapas posteriores.

El conocimiento de normas internacionales y la documentación de procesos (trazabilidad documental) son facilitados por la asistencia técnica especializada. Evans y Lindsay (2025) argumentan que la tecnología de la información es vital para registrar cada prueba de laboratorio y certificación, convirtiéndose en el respaldo legal de la producción.

Calidad de producción. Becerra et al. (2021), explican que en la actualidad las empresas se enfrentan a un mundo en donde día a día se manufacturan nuevos productos con una mejora respecto a su producción anterior y que, por tal motivo, debe ser medida, evaluada y certificada por sistemas de calidad. Asimismo, la gestión de calidad, enfoque actual en los diferentes procesos productivos, nos da luces de cómo implementar sistemas que aseguren la calidad productiva en simultaneidad con la diferenciación de los competidores de una empresa.

Para Cuatrecasas (2000) la calidad se puede definir como el conjunto de características de un bien o servicio para la satisfacción del usuario final. Esto quiere decir que la calidad supone que el bien producido debe cumplir con todas funciones y especificaciones para el cual fue diseñado. Sin embargo, para poder llegar a ello se debe utilizar, conocimientos, habilidades y capacidades de las personas, es decir, se debe gestionar la calidad.

- **Control de calidad**. Según Evans y Lindsay (2025), la calidad es el juicio que el consumidor hace sobre el valor de un producto, sustentado en un sistema de gestión que garantiza la conformidad con especificaciones rigurosas.

- **Certificaciones**. Las certificaciones actúan como el lenguaje común del comercio global. Para una cooperativa, conocer y obtener sellos como Fair Trade, Organic o Rainforest Alliance es el requisito previo para el acceso a mercados premium. Czinkota y Ronkainen (2022) explican que estas certificaciones reducen la asimetría de información entre el productor y el comprador extranjero, funcionando como una garantía de cumplimiento de estándares de calidad y sostenibilidad.

- **Pruebas de laboratorio.** La calidad en el café se mide mediante el análisis físico y sensorial. Contar con personal capacitado y laboratorios especializados permite estandarizar el perfil de taza. Zelada (2022) argumenta que el control de calidad en origen mediante pruebas de laboratorio es la única forma de asegurar que el lote enviado cumple con el contrato internacional, evitando devoluciones costosas.

- **Satisfacción del cliente.** La gestión de la calidad cierra su ciclo con la medición de la satisfacción del cliente. Hitt et al. (2024) destacan que, en la era digital, las herramientas como el análisis de redes sociales y encuestas directas permiten a las organizaciones reaccionar rápidamente a las preferencias del consumidor. Para la cooperativa, conocer el nivel de satisfacción es vital para ajustar el proceso productivo a las demandas del mercado final.

2.3 Perspectivas de Exportación

2.3.1 Exportación de café en el mundo

Según la Organización Internacional del Café (2024), se exportaron 166,3 millones de sacos de café, lo que representa un aumento del 3,2% en comparación con 2023. El café es una de

las principales exportaciones del mundo, y su comercio internacional ha tenido un impacto significativo en la economía, la sociedad y el medio ambiente de los países productores.

En 2023, la estructura del mercado se mantuvo liderada por cinco naciones clave: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia y Etiopía, quienes concentran la mayor oferta de las variedades Arábica y Robusta. Por otro lado, la demanda global sigue traccionada por los mercados tradicionales y emergentes.

Los principales importadores de café en 2023-2024. La Unión Europea se mantiene como el bloque líder, seguida por Estados Unidos, Alemania, Japón y Rusia.

Se espera que el mercado mundial del café continúe creciendo en los próximos años, impulsado por el aumento de la demanda en los mercados emergentes. Asi también se anticipa que el mercado mantendrá una tasa de crecimiento sostenida, impulsada por el consumo de cafés de especialidad en mercados emergentes de Asia y el Medio Oriente (OIC, 2024).

Impacto económico y social. El café es uno de los productos agrícolas más importantes del mundo, con un valor de exportación de más de 20 mil millones de dólares al año. Mendoza-Yépez (2024) el sector cafetalero emplea a más de 25 millones de familias de pequeños productores a nivel global. Para muchas economías en desarrollo, el café representa más del 50% de sus ingresos por exportación agrícola, lo que subraya su importancia en la reducción de la pobreza rural.

Impacto ambiental. La internacionalización del café también ha tenido un impacto en el medio ambiente. El cultivo de café requiere una gran cantidad de recursos naturales, como agua, tierra y energía. La producción de café también puede contribuir a la deforestación y la contaminación. Las empresas internacionales que compran café están cada vez más preocupadas

por el impacto ambiental del cultivo de café. Estas empresas están trabajando con los productores para desarrollar prácticas agrícolas más sostenibles.

En general, la internacionalización del café ha tenido un impacto positivo en la economía, la sociedad y el medio ambiente de los países productores. Carreño Solís (2025) afirma que la presión regulatoria, especialmente la de la Unión Europea sobre productos libres de deforestación, está reconfigurando las operaciones de las cooperativas. Sin embargo, es importante que se adopten medidas para mitigar los impactos negativos del cultivo de café, como la deforestación y la contaminación.

Actualmente, se implementan prácticas de agricultura regenerativa y programas de certificación que mitigan la contaminación y protegen la biodiversidad. Esta tendencia es confirmada por Czinkota y Ronkainen (2022), quienes indican que la sostenibilidad ya no es opcional, sino un requisito de acceso a mercados premium.

2.3.2 Exportación de café a nivel nacional

Es de vital importancia analizar la oferta del mercado peruano respecto al nivel de exportación de este producto para tener una idea de la evolución de este producto a nivel nacional.

Tabla 1

Empresas peruanas exportadoras de café - 2023

N°	EMPRESA	VALOR FOB (US$) 2023
1	Perales Huanca runa SAC	110,250.843
2	Olam Agro Perú SAC	79,844.275
3	Comercio Amazonia SAC	57,655.718
4	Compañía Internacional Del Café SAC	38,065.108
5	H.V.C Exportaciones SAC	38,362.267
6	Cooperativa Agraria Cafetalera - Cenfrocafe Peru	10,193.632
7	Cooperativa Agraria Cafetalera Alto Mayo	9,026.334
8	Negrisa SAC	19,709.793
9	Cooperativa Agraria Norandino Ltda. – Coop. Norandino	19,145.235
10	Expoimp Beviperu EIRL	4,843.501
11	Pronatur SAC	11,683.423
12	Exportadora Romex SA	31,313.711
13	Café Monteverde SAC	11,838.522
14	M & V Rivas EIRL	6,468.113
15	Rainforest Trading SAC	15,927.338

Nota. Adaptado de “Perú: Exportación de Café Verde (Enero – Diciembre) por empresa 2023”, por la Junta Nacional del Café.

Tabla 2

Empresas exportadoras de la región Amazonas – 2023

N°	RAZON SOCIAL	VALOR FOB (US$) 2023
1	Café Monteverde S.A.C.	11,858.905
2	Cooperativa Agraria Rodríguez de Mendoza	10,022.261
3	Valley Coffe Trading S.A.C.	7,597.904
4	Amazonas Coffee Friends S.A.C.	5,511.318
5	Perunor S.A.C.	2,608.889
6	Cooperativa Agraria Valle Grande	2,575.925
7	Asociación de Productores Cafetaleros de la Cuenca del Rio Marañón	2,431.869
8	Exportador El Sol S.A.C.	2,311.600
9	Cooperativa Agraria Cafetalera Bagua Grande Limitada	1,414.551
10	Promotora De La Agricultura Sustentable S.A.	1,379.986
11	Café El Bosque SRL	1,198.197
12	Asociación de Productores Agropecuarios Valle Verde de Rodríguez de Mendoza	877.831
13	Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores	781.629
14	Cooperativa Agraria Juan Marco El Palto	607.665
15	Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Alto Ltda.	417.180

Nota. Adaptado de “Reporte de Comercio Regional Anual 20223 – Amazonas”, por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

2.4 Respecto a las cooperativas

La naturaleza jurídica de estas organizaciones se rige por la Ley N° 31335 (Ley de Perfeccionamiento de la Asociatividad de los Productores Agrarios en Cooperativas Agrarias), promulgada en 2021. Según esta normativa, las cooperativas son empresas especializadas en actividades agrícolas, pecuarias o forestales que operan bajo principios de democracia y solidaridad.

De acuerdo con Mendoza (2024), estas asociaciones no solo son entidades económicas, sino vehículos de cohesión social que permiten a los productores alcanzar economías de escala. La ley vigente busca dotar a las cooperativas de un régimen tributario y organizacional que facilite su internacionalización empresarial, permitiéndoles competir en igualdad de condiciones con grandes empresas agroindustriales.

2.4.1 Respecto a las cooperativas peruanas exportadoras de café

Según Junta Nacional del Café (2024) y proyecciones basadas en la Organización Internacional del Café [OIC] (2024), indican que las cooperativas y asociaciones representan aproximadamente el 40% de las exportaciones totales de café peruano.

En el caso del Perú, el café es el producto bandero de la exportación agraria tradicional, y su logística depende de la capacidad de acopio y estandarización que estas organizaciones logran en regiones como Amazonas, Cajamarca y San Martín.

Beneficios de las cooperativas para los pequeños productores. La asociatividad genera ventajas competitivas que Carreño Solís (2025) clasifica como "palancas de internacionalización".

- **Mayor acceso a mercados.** Las cooperativas agrupan a pequeños productores, lo que les permite acceder a mercados internacionales que serían difíciles de alcanzar individualmente.

- **Mejor poder de negociación.** Las cooperativas negocian precios más altos para sus productos con los compradores internacionales.

- **Acceso a servicios financieros.** Las cooperativas brindan acceso a servicios financieros a sus asociados, como créditos y seguros.

- **Capacitación y asistencia técnica.** Las cooperativas brindan capacitación y asistencia técnica a sus asociados para mejorar la calidad de su café y su productividad.

Desafíos que enfrentan las cooperativas peruanas exportadoras de café. A pesar de su importancia, las cooperativas enfrentan barreras críticas que afectan su gestión logística.

- **Volatilidad de los precios del café.** Los precios del café en el mercado internacional son volátiles, lo que puede afectar los ingresos de las cooperativas y sus asociados. Hill y Hult (2023) sugieren que las cooperativas deben usar instrumentos de cobertura y diferenciación para mitigar este riesgo.

- **Competencia en el mercado internacional.** El mercado internacional del café es altamente competitivo, lo que dificulta a las cooperativas peruanas diferenciarse de sus competidores.

- **Acceso a financiamiento.** Las cooperativas a menudo tienen dificultades para acceder a financiamiento, lo que limita su capacidad para invertir en la mejora de la calidad del

café y la productividad. Según La capitalización de las cooperativas sigue siendo limitada para inversiones de largo plazo en plantas procesadoras de última generación. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI, 2023),

- **Falta de infraestructura.** La falta de infraestructura adecuada en las zonas rurales del Perú dificulta el transporte y el almacenamiento del café.

2.4.2 Cooperativas exportadoras del Amazonas

La región Amazonas, situada en el nororiente peruano, se ha consolidado como un eje estratégico para las agroexportaciones nacionales. Geográficamente, su diversidad climática (selva alta y sierra) en las provincias de Chachapoyas, Luya, Rodríguez de Mendoza, Utcubamba, Bagua, Bongará y Condorcanqui, permite la producción de bienes de alta demanda internacional.

Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2025), la economía regional está impulsada primordialmente por la agroindustria, donde el café y el cacao actúan como los principales motores de crecimiento, registrando un incremento en el valor de las exportaciones del 158% entre enero y mayo de 2025.

Figura 1
Región Amazonas



Nota. Obtenido de Resultados definitivos Amazonas 2018, por Instituto Nacional de Estadística e Informática.

2.4.3 Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores

La cooperativa es una organización social que opera en la Provincia de Luya de la región Amazonas, ubicada al norte del Perú. Fue creada el 3 de enero de 2017 en el distrito de Providencia (Luya) por 12 socios productores de café. En el año 2018, la cooperativa cuenta con 66 socios de la región de Providencia e inició actividades comerciales locales vendiendo ocho contenedores de café; recibiendo certificaciones orgánicas y de comercio justo. El 2019 iniciaron nuevas relaciones comerciales, que contribuyeron al crecimiento de la organización, siendo alrededor de 122 socios

en los distritos de Providencia y Ocalli. Asimismo, comercializaron localmente ocho contenedores de café. Participaron en la II Feria Internacional de Cafés Especiales en la provincia de Rodríguez de Mendoza y contactaron con la empresa Café Monte Verde para la venta local. Se precisa que durante el año 2019 el gerente de la Cooperativa viaja a una Feria SCA en Boston, contactándose con un tostador de Alemania con quien vienen trabajando actualmente. Durante el año 2020, la cooperativa comenzó a ampliar su membresía e implementar mejoras continuas, llegando el número de socios a aproximadamente 231 socios; incrementando así las ventas locales con diversas empresas.

En el 2021, la cooperativa recibió un financiamiento de Root Capital, abriendo así sus puertas; lograron exportar directamente a Hochland, Alemania, y para el año 2022; la organización logra incrementar sus volúmenes de producción con 280 socios de varias regiones de la provincia de Luya (Ocalli, Providencia, Pisuquia y Ocumal) y recibieron financiamiento de Inversión Progreso de Holanda. En el 2023, el número de socios alcanzo un total de 184, de las regiones de Ocalli, Providencia, Pisuquia y Ocumal, y aceptaron el NESsT (Fondo de Apoyo a Pequeñas Organizaciones) estadounidense. Asimismo, tienen acceso al Banco Nacional y Caja Piura.

La cooperativa Laguna de los Cóndores busca el desarrollo colectivo de diferentes familias productoras de café, estableciendo un modelo de comercio directo con tostadores de Estados Unidos o Europa. Asimismo, se enfoca en el desarrollo social y económico de las diferentes familias asociadas y las comunidades en las que viven. Para garantizar la sostenibilidad, la cooperativa pretende formar a sus asociados y colaboradores en la innovación, la transformación y la gestión de la empresa, siempre ligada a la mejora continua.

Se enfoca en la producción y comercialización de productos trazables, estables, de calidad y seguros para brindar garantías de seguridad a los socios, clientes y aliados. La cooperativa brinda

servicios a lo largo de toda la cadena productiva del café: asistencia técnica, certificación y comercialización, involucrando directamente a los productores en cada paso.

Las fincas de los asociados están ubicadas entre 1.200 y 2.200 m.s.n.m. Estas altitudes nos permiten contar con variedades (Typica, Caturra, Bourbon, Catuaí, Villa Sarchi) altamente productivas en algunas zonas y de alta calidad en otras; ofreciendo 82–86 puntos SCA Specialty Coffe Associtation.

La diversificación productiva es otro eje fundamental, que se desarrolla gracias a la asistencia técnica productiva y comercial permanente a los asociados. La cooperativa promueve diferentes actividades, como la producción de cerdos, cuyes, truchas, tilapias y biohuertos; con el objetivo de generar nuevos ingresos económicos y así afirmar la calidad alimenticia de las familias asociadas a la organización.

La Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores con RUC 20601958911 está ubicada en el Jirón Triunfo N° 131 Chachapoyas, Amazonas – Perú.

Misión

Somos una empresa social, comprometida con una agricultura y el medio ambiente sostenible, que garantice el desarrollo económico en la comunidad des nuestros asociados y la satisfacción de nuestros clientes y aliados.

Visión

Al 2025 ser una empresa social solida en el mercado, líderes en la producción y comercialización de productos trazables, estables y seguros en la calidad, que garantiza seguridad a nuestros socios, clientes y aliados.

Objetivos

Alianzas con financieras con la finalidad de mejorar los planes de trabajo y obtener mejores calificaciones e incrementar las líneas de crédito.

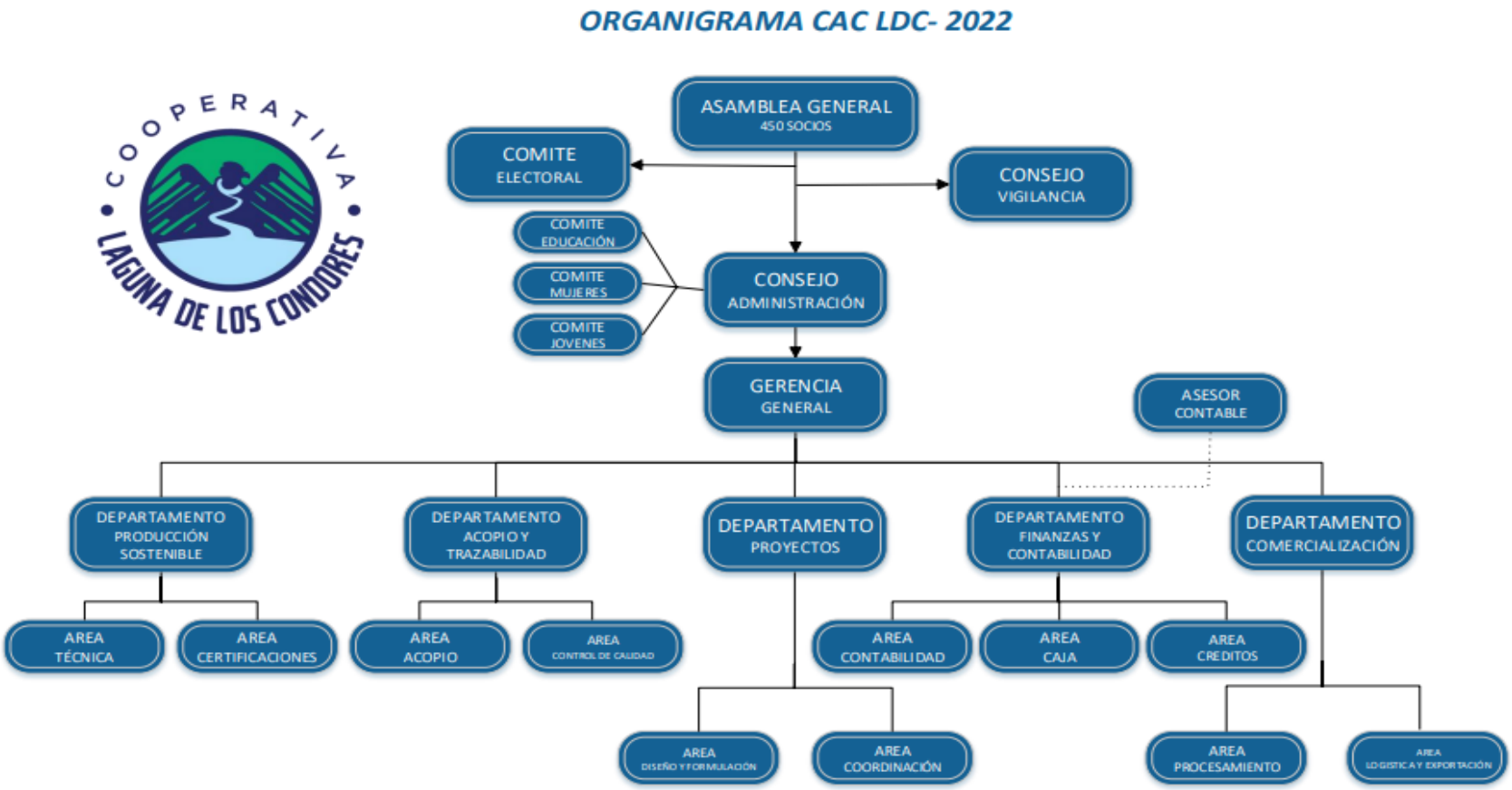
Plan de desarrollo el cual favorecen a la mejora integral de los socios y alcanzar así el bienestar común.

Alianzas comerciales con la finalidad de obtener una cartera diversa con empresas nacionales e internacionales.

La Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, con el objetivo de alcanzar el desarrollo social y económico de las distintas familias asociadas y las comunidades en las que se desarrollan viene implementando estrategias y desarrollando proyectos

Figura 2

Organigrama CAC LDC - 2022

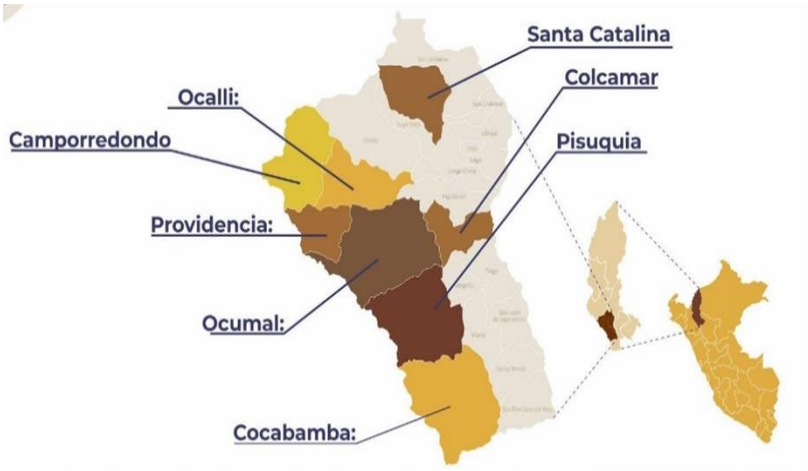


Nota. Obtenido de la Cooperativa Laguna de Los Cóndores

Organización. La Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores tiene 184 asociados en diversas comunidades del Amazonas.

Figura 3

Mapa de la provincia de Luya - Amazonas



La siguiente tabla mostrará la cantidad de asociados cafetaleros que hay en la provincia de Luya al 2023.

Tabla 3

Cantidad de Asociados de la provincia de Luya - 2023

N°	DISTRITO	CANTIDAD DE SOCIOS 2023
1	Ocalli	40
2	Ocumal	32
3	Pisuquia	65
4	Providencia	47
TOTAL		**184**

Nota. Obtenido de CAC LLC 2023

Proyectos de la Cooperativa. La organización Autónoma de mujeres de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores ejecutó los siguientes proyectos:

Femenino 2021 ROOT CAPITAL. Durante el año 2021 la financiera Root Capital apoyo a la Cooperativa con un fondo de $ 5000.00 cuyo objetivo fue empoderar a las mujeres en campo; el cual tuvo como resultado la capacitación de 20 mujeres, de las cuales 15 trabajan en campo como tecnólogas y la calidad de vida mejoró en más de 15%. Asimismo, mejoró el café en más de 15% y se motivaron a más de 40 mujeres a ser tecnólogas.

Femenino 2022 RGC COFFEE. Durante el año 2022 la financiera RGC Coffee apoyo a la Cooperativa con un fondo de $ 5000.00 cuyo objetivo fue incrementar la productividad de las fincas en las socias de la Cooperativa; teniendo como resultado 25 socias accedieron a crédito y lograron incrementar su producción. Asimismo 25 familias accedieron a transferencia tecnológica en el manejo del café.

Femenino 2023 ROOT CAPITAL. Durante el año 2023 la Fundación Progreso apoyo a la Cooperativa con un fondo de $ 5000.00 cuyo objetivo fue reforestar con especies nativas de frutales y maderables en las fincas de las familias; teniendo como resultado 05 socios accedieron a créditos para reforestar con especies nativas.

La organización autónoma de mujeres de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores obtuvo diversos logros. Adquirió carpas solares e infraestructura de beneficio húmedo; la instalación de biohuertos; producción de bidones, capacitaciones y asistencia técnica a las mujeres en el negocio del café.

Productos a nivel nacional. La Cooperativa ofrece café tostado molido con cuerpo cremoso, aroma floral, sabor afrutado y acidez mandarina limón, de alta intensidad; de las variedades: Catimor, caturra, castilla y típica. Existen dos presentaciones:

Figura 4

Presentaciones del café Laguna de Condores



Tal como se evidencia, el envasado es de una bolsa plástica sellada al vacío y etiquetada. Además, las dos presentaciones brindan la oportunidad de iniciar el fomento del consumo nacional de cafe.

Ventas Nacionales. El café especial oro verde se vende en quintales a las siguientes empresas.

Tabla 4

Ventas de la cooperativa a nivel nacional 2023

N°	EMPRESA	CANTIDAD (Quintales)	VALOR S/ 2023
1	Café Monteverde SAC	22,351	S/.13,611,759.00
2	Valley Coffee Trading SAC	4625	S/.2,816,625.00
3	Olam Agro Perú SAC	1104	S/.672,336.00
4	Volcafe Perú	1376	S/.837,984.00
5	Rainforest Trading SAC	600	S/.365,400.00

Nota. Obtenido de CAC LLC 2023

La Tabla 4 muestra una representación del el 70% de las ventas de la Cooperativa Laguna de Los Cóndores.

Almacenes de la Cooperativa. La Cooperativa cuenta con tres almacenes o centros de acopio que se encuentran ubicados en el distrito de Pisuquia, Caclic y Providencia.

Tabla 5

Cantidad máxima de almacenaje

N°	LUGAR ALMACEN	CANTIDAD APROX (Quintales)
1	Pisuquia	1000
2	Caclic	2000
3	Providencia	1000

Nota. Obtenido de CAC LLC 2023

La Tabla 5 muestra la capacidad máxima de almacenaje que posee la cooperativa en los tres principales almacenes que posee.

III. MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

La investigación aplicada se orienta fundamentalmente por enfocarse en la resolución de problemas prácticos e inmediatos en un contexto determinado, apoyándose en los conocimientos teóricos previamente desarrollados para generar propuestas de mejora (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

En ese contexto, esta investigación es de carácter aplicado, puesto que busca diagnosticar y evaluar la relación entre la gestión logística y la internacionalización empresarial en la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores; con la información adquirida servirá de base para optimizar la eficiencia de la cadena de suministro y fortalecer la capacidad de exportación del café producido en la provincia de Luya, región Amazonas.

3.1.1 Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo emplea la recopilación y estudio de datos para responder a interrogantes de investigación y verificar hipótesis previamente formuladas. Asimismo, se basa en la cuantificación, el conteo y la aplicación de la estadística para determinar con precisión patrones de comportamiento en una población. (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Según el enfoque cuantitativo la investigación, se analizó y medió la variable de la gestión logística y la variable internacionalización empresarial. Al utilizar métricas estadísticas, se garantizará una interpretación objetiva de la realidad de la Cooperativa Laguna de los Cóndores, permitiendo validar la relación de causalidad o asociación entre ambas variables.

3.1.2 Diseño de la investigación

El propósito de la investigación y la información se recopila en su estado natural. Hernández y Mendoza (2018) El diseño de esta investigación es no experimental ya que recopila los datos en su estado original y no manipula la variable.

Así también la investigación es transversal porque se realizó durante un período determinado. Münch y Ángeles (2012). Es de tipo descriptivo-correlacional. Debido a ello se realizará los datos obtenidos se recogerán en un solo momento para describir la situación de la gestión logística y su relación con la internacionalización de la cooperativa.

3.1.3 Nivel de la investigación

Según Hernández y Mendoza (2018) este nivel tiene como propósito descubrir cómo se relacionan dos o más variables en un contexto específico, lo que permite un cierto grado de predicción

Esta investigación presenta un nivel de investigación descriptivo correlacional, por lo cual las variables correspondientes son la gestión logística y la internacionalización empresarial para ello se describirá y correlacionará las variables de estudio de la Cooperativa

3.2 Ámbito temporal y espacial

La temporalidad de la investigación está comprendida en el desarrollo del año 2023 y el ámbito espacial será la región Amazonas, provincia de Luya, distrito de Providencia donde se encuentra la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores.

3.3 Variables

3.3.1 Definición conceptual de la variable: Gestión logística

Tal como menciona Zelada (2022) la gestión logística se entiende como una metodología integral que regula el tránsito estratégico de recursos, servicios y conocimiento. Este sistema no se limita al traslado físico, sino que abarca una cadena de valor que conecta a los proveedores con los destinatarios finales mediante la administración precisa de depósitos, inventarios y redes de transporte. Enfatizando que la logística moderna se apoya en la racionalización de los activos para garantizar un flujo ininterrumpido.

3.3.2 Definición conceptual de la variable: Internacionalización empresarial

Según Hill y Hult (2023) la internacionalización empresarial es el proceso estratégico donde una organización expande sus operaciones fuera de su mercado nacional para competir en un entorno global. Requiere un equilibrio entre la estandarización de costos y la adaptación a la legislación local, sustentándose en tecnología avanzada y calidad certificada para satisfacer al cliente global. Operacionalmente, se sustenta en el despliegue de tecnología avanzada, como plantas procesadoras tecnificadas, que garantizan la trazabilidad y eficiencia. Asimismo, el éxito internacional depende de una calidad de producción validada por certificaciones y pruebas de laboratorio, lo que genera una ventaja competitiva sostenible.

3.3.3 Operacionalización de las variables

Tabla 6

Matriz de operacionalización de la variable: Gestión Logística

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión Logística	Zelada (2022), la planificación sincroniza los flujos de transporte y distribución, remarcando que el recurso humano es el activo más crítico y responsable de la operatividad de los sistemas y de la eficiencia logística integral.	• Planificación	- Estrategia	1,2,3,4	**Escala de Likert** Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)
			- Gestionar	5.6	
			- Almacenar	7,8	
		• Transporte	- Directo	9,10,11	
		• Distribución	- Nacional	12	
			- Internacional	13	
		• Recurso Humano	- Selección	14,15,16	
			- Capacitación	17,18,19	
			- Motivación	20	

Tabla 7

Matriz de operacionalización de la variable: Internacionalización Empresarial

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Internacionalización Empresarial	Hill y Hult (2023) mencionan que la internacionalización exige una evaluación de la demanda y del marco legal para asegurar que la estrategia sea ejecutable en el mercado destino	Análisis de mercado	- Legislación - Demanda del mercado - Ventaja competitiva	1 2,3 4,5	**Escala de Likert** Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)
		Tecnología	- Planta procesadora - Control de calidad	6,7,8 9,10,11	
		Calidad de producción	- Certificaciones - Pruebas de laboratorio - Satisfacción del cliente	12,13 14,15 16,17	

3.4 Población y Muestra

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) La población consiste en todos los casos que cumplen con una serie de especificaciones. Estimando esto la población de esta investigación está conformada por 184 asociados de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores.

3.4.1 Muestra

Para Arias (2012), la muestra es aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población. Para el cálculo de la muestra se utilizo la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{184 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2 \times (184-1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = 125.000 \cong 125\ personas$$

- n= Tamaño de la muestra
- Z = Nivel de confianza 95% = 1.96
- p y q constituyen los valores de la varianza o proporción
- p = Proporción de la población con la característica deseada
- q = Proporción de la población sin la característica deseada
- e =Nivel de error dispuesto a cometer
- N = Tamaño de la población

Por tanto, para la presente investigación, la muestra será de 125 trabajadores asociados de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores.

3.4.2 Muestreo

Se aplico un muestreo probabilístico aleatorio simple, donde cada asociado tiene la misma probabilidad de ser seleccionado, garantizando la validez de las inferencias estadísticas.

3.5 Instrumentos

Arias (2016) el instrumento de recolección de datos compuesto por un conjunto de preguntas o reactivos cuyo propósito es obtener información relevante de una muestra especifica. En esta investigación se utilizará la encuesta como método de recopilación de datos.

Hernández et al. (2022) el cuestionario es el método de recopilación de datos más común. Se eligió un cuestionario compuesto por una serie de preguntas como el instrumento principal para recopilar la información. Este cuestionario consta de 36 preguntas, distribuidas en 19 ítems de gestión logística y 17 ítems de internacionalización empresarial. Estas preguntas fueron calibradas utilizando la escala de Likert, que tiene un rango de 5 puntos.

En el contexto de la tesis, la escala Likert resulta idónea para medir percepciones de los asociados sobre cómo la gestión logística va desde el acopio en la región Amazonas hasta el cumplimiento de estándares internacionales facilita el acceso a mercados extranjeros, la estabilidad de los contratos de exportación y la competitividad frente a exigencias de certificaciones y comercio justo.

Para la presente investigación se establecieron los siguientes criterios de inclusión. La vinculación institucional, ser socio activo o trabajador administrativo de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores con una antigüedad mínima de un año, garantizando conocimiento sobre los procesos operativos.

La participación directa, estar involucrado directamente en las fases de la cadena logística (acopio, almacenamiento, transporte) o en las gestiones de comercialización internacional.

Asimismo, se aplicaron los criterios de exclusión que representan las condiciones que descalifican a pesar de cumplir con los criterios de inclusión, con el fin de evitar sesgos en la medición.

Socios con licencia o inactivos, aquellos asociados que, por motivos personales o de salud, no hayan participado en las actividades de la cooperativa en el último ciclo de cosecha y exportación.

Personal en periodo de prueba, trabajadores con menos de tres meses de antigüedad, dado que su percepción sobre la gestión logística y la estrategia de internacionalización podría ser insuficiente o sesgada por la falta de experiencia en el puesto.

Encuestas incompletas, asociados que dejen más del 10% de los ítems del cuestionario sin responder o que marquen la misma opción en toda la escala de Likert de forma sistemática.

3.5.1 Validez del instrumento

La validez de un instrumento se define como el grado en que este mide la variable que pretende medir (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Para la presente investigación, se empleó específicamente la validez mediante el método de Juicio de Expertos, seleccionando tres profesionales con grado de Magíster o Doctor en áreas vinculadas a la administración de negocios internacionales y la metodología

Tabla 8

Validez del instrumento

N	Apellidos y nombres	Grado académico
1	Ochoa Paredes Filiberto Fernando	Doctor
2	Pazos Almeyda Miguel Ángel	Doctor
3	Gallegos Chiarella Gabriela Katherine	Doctora

3.5.2 Confiabilidad del instrumento

Se realizará una prueba piloto a 15 asociados. Los resultados se procesarán mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Se considerará confiable si el valor es ≥ 0.70.

Tabla 9

Análisis de confiabilidad de instrumento para Gestión Logística

Alfa de Cronbach	N de elementos
,755	19

La tabla presenta la variable Gestión logística con un Alfa de Cronbach de 0,755 este resultado se categoriza como una confiabilidad alta y aceptable.

Tabla 10

Análisis de confiabilidad de instrumento para Internacionalización empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
,717	17

La tabla presenta la variable Internacionalización empresarial con un Alfa de Cronbach de 0,717 lo cual sitúa al instrumento en un nivel de confiabilidad aceptable

3.6 Procedimientos

El desarrollo de la investigación se ejecutó mediante un proceso sistemático desarrollado de la siguiente manera. Se presentó una solicitud a la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores. Este documento acredito la condición de la investigadora y el propósito estrictamente académico del estudio.

La cooperativa dio la autorización para desarrollar la investigación. Se realizo una reunión con el Consejo de Administración de la cooperativa en Amazonas para exponer los beneficios de la investigación del diagnóstico logístico y el perfil de internacionalización.

La cooperativa realizo una asamblea con los asociados, ahí se distribuyeron los cuestionarios, que se realizaron de forma presencial aprovechando la reunión de comités de base en el distrito de Providencia. Esta estrategia garantizo alcanzar la muestra de 125 asociados en un entorno de confianza.

Antes de la entrega del cuestionario, se dio lectura al consentimiento informado, explicando que la participación es voluntaria y anónima. Se brindará una breve capacitación sobre el llenado de la Escala de Likert para evitar errores en la marcación de los ítems. Finalmente, la investigadora superviso el proceso del llenado para asegurar que no queden ítems en blanco.

3.7 Análisis de datos

Una vez recolectados los cuestionarios físicos de los 125 asociados de la Cooperativa se procedió a la transformación de la información en datos cuantitativos para su análisis.

Para esto se realizó una matriz de datos en Excel, estructurada por columnas para cada ítem y filas para cada asociado. Esta matriz sirvió para el software estadístico.

Finalmente, la base de datos se importó al software IBM SPSS Statistics v.27. En esta etapa, se realizaron las pruebas de fiabilidad el Alfa de Cronbach y se procederá con la estadística descriptiva e inferencial para contrastar la relación entre la gestión logística y el éxito en la internacionalización empresarial. En el software se elaboraron tablas de frecuencia absoluta y porcentual para cada dimensión. Se utilizaron gráficos de barras para facilitar la interpretación visual de los niveles de gestión logística y el grado de internacionalización alcanzado por la cooperativa.

Para determinar la relación entre la gestión logística y la internacionalización, se realizó la prueba de normalidad y correlación de las variables.

3.8 Consideraciones éticas

Se aplicará el Consentimiento Informado. Se garantiza el respeto a la Ley 29733 (Protección de Datos Personales) y el uso de los resultados exclusivamente para fines académicos y de mejora institucional.

La presente investigación se rige por los principios éticos, asegurando el respeto absoluto hacia los asociados de la cooperativa. Se aplico el consentimiento informado para garantizar la participación voluntaria y el derecho al retiro. Se protege la confidencialidad mediante la anonimización de datos, utilizando la información únicamente con fines académicos.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos de la investigación

4.1.1 Variable Gestión Logística

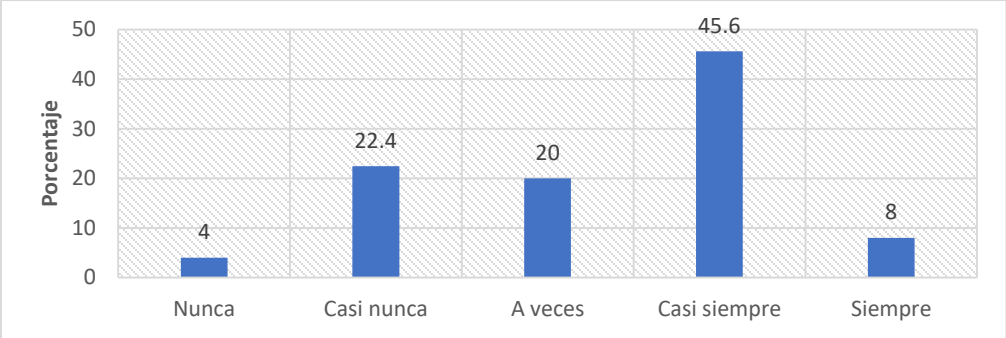
Tabla 11

Percepción de la misión, visión, estructura organizativa y estrategias de la Cooperativa

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	4,0
Casi nunca	28	22,4
A veces	25	20,0
Casi siempre	57	45,6
Siempre	10	8,0
Total	**125**	**100,0**

Figura 5

Percepción de la misión, visión, estructura organizativa y estrategias de la Cooperativa



En la tabla 11 y figura 5 se observa que el 45,6% de los encuestados manifiesta que casi siempre se tienen claras la misión, visión y estructura organizativa, mientras que un 22,4% indica que casi nunca. Esto sugiere que, si bien existe un norte estratégico en la cooperativa: mientras que el 26,4% sumando nunca y casi nunca desconoce los lineamientos base, lo cual podría afectar la alineación de los objetivos logísticos.

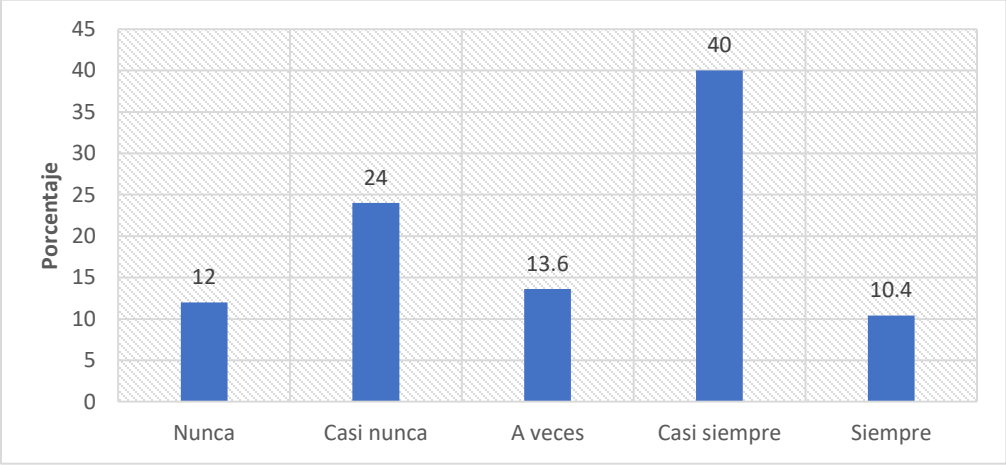
Tabla 12

Participación y elaboración estratégica de planes logísticos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	15	12,0
Casi nunca	30	24,0
A veces	17	13,6
Casi siempre	50	40,0
Siempre	13	10,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 6

Participación y elaboración estratégica de planes logísticos



La tabla 12 y figura 6 indican que el 40,0% considera que casi siempre participa o se toma en cuenta su opinión en la elaboración de planes, pero existe un 36,0% crítico que afirma que esto sucede nunca o casi nunca. Esta polarización indica una gestión logística centralizada donde una parte significativa del personal operativo o técnico se siente excluida de la planeación estratégica.

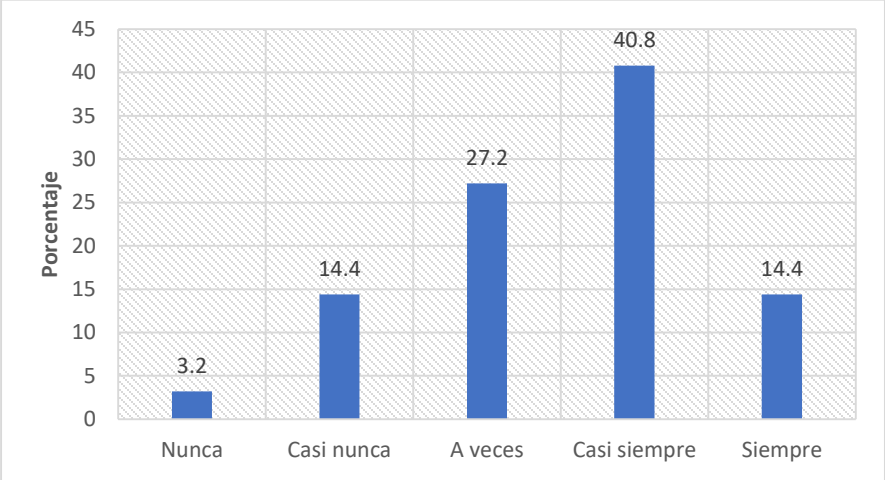
Tabla 13

Conocimiento de alianzas financieras

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	18	14,4
A veces	34	27,2
Casi siempre	51	40,8
Siempre	18	14,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 7

Conocimiento de alianzas financieras



La tabla 13 y figura 7 muestra que el 40,8% tiene conocimiento de las alianzas financieras de la Cooperativa. Mientras que el nivel de desconocimiento total de nunca y casi nunca es del 17,6%. Predominando una respuesta positiva que favorece la percepción de respaldo económico para las operaciones de comercio exterior. Por otro lado, un 3,2% afirmaron que desconocen las alianzas que apoyan a la cooperativa.

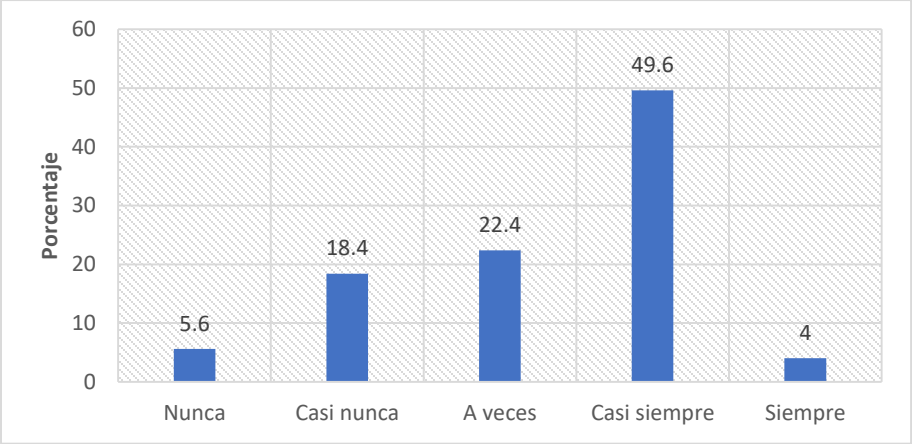
Tabla 14

Gestión del plan logístico para establecer tareas, responsabilidades y acciones correctivas

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	5,6
Casi nunca	23	18,4
A veces	28	22,4
Casi siempre	62	49,6
Siempre	5	4,0
Total	**125**	**100,0**

Figura 8

Gestión del plan logístico para establecer tareas, responsabilidades y acciones correctivas



La tabla 14 y figura 8 muestra que el 49,6% de los colaboradores casi siempre sostiene que el plan logístico permite establecer tareas, responsabilidades y acciones correctivas. No obstante, un 22,4% manifiesta que esto ocurre solo a veces. Mientras que el 24.0% que se ubica en los niveles de nunca y casi nunca, revela un área de mejora significativa en el control de la gestión de procesos logísticos que aún no están plenamente estandarizados.

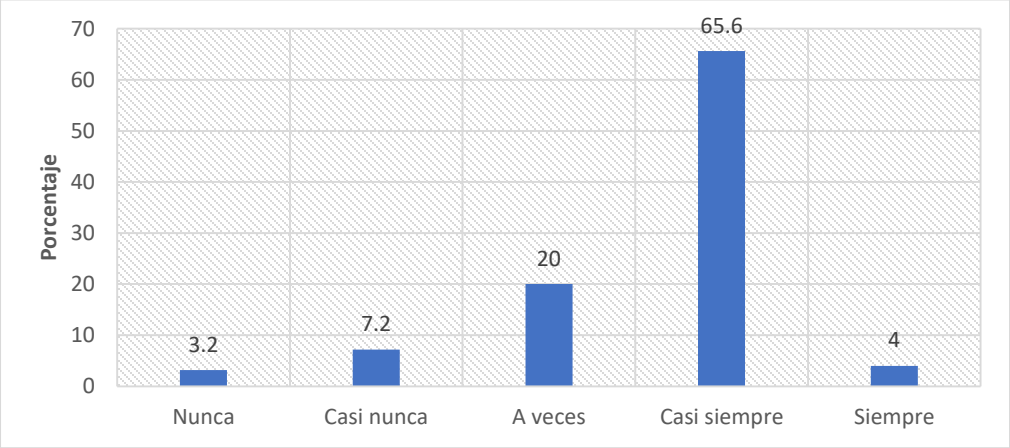
Tabla 15

Ubicación estratégica de los almacenes de la Cooperativa

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	9	7,2
A veces	25	20,0
Casi siempre	82	65,6
Siempre	5	4,0
Total	**125**	**100,0**

Figura 9

Ubicación estratégica de los almacenes de la Cooperativa



En la tabla 15 y figura 9 existe una percepción altamente positiva respecto a la infraestructura física; el 65,6% afirma que casi siempre los almacenes están en lugares estratégicos. Esto representa una fortaleza para la gestión logística de la Cooperativa Laguna de los Cóndores, facilitando el acopio del café ya que la proximidad de los puntos de acopio a las zonas de producción permite optimizar los tiempos de respuesta y reducir los costos de transporte para el proceso de exportación.

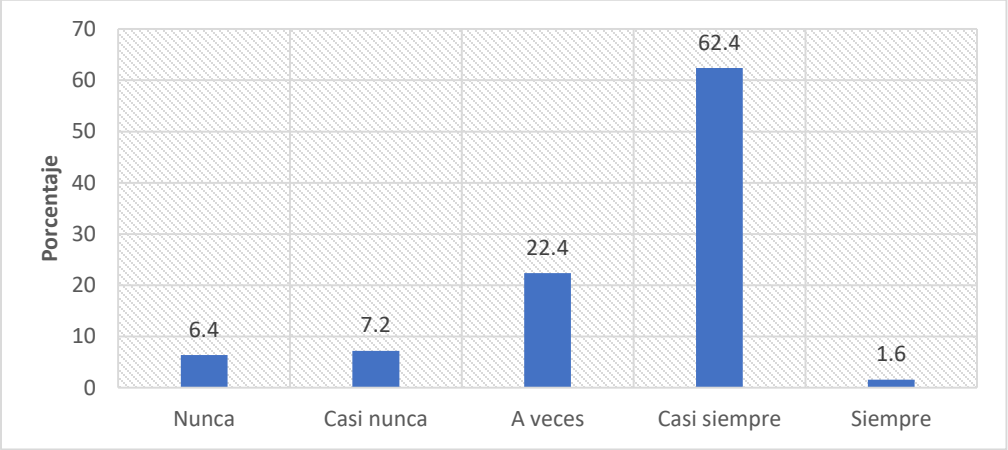
Tabla 16

Infraestructura adecuada de los almacenes

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	6,4
Casi nunca	9	7,2
A veces	28	22,4
Casi siempre	78	62,4
Siempre	2	1,6
Total	**125**	**100,0**

Figura 10

Infraestructura adecuada de los almacenes



En la tabla 16 y figura 10 se muestra que el 62,4% indica que la infraestructura casi siempre es la adecuada. Mientras que el 22.4% menciona que esto ocurre a veces y el 7.2% manifiesta que casi nunca la infraestructura es adecuada para el café al ser un producto perecedero y sensible; así mismo contar con una aprobación mayoritaria sobre el almacenamiento asegura que la calidad física del grano no se vea comprometida en la etapa de postcosecha, permitiendo preservar la calidad del producto y con ello su comercialización.

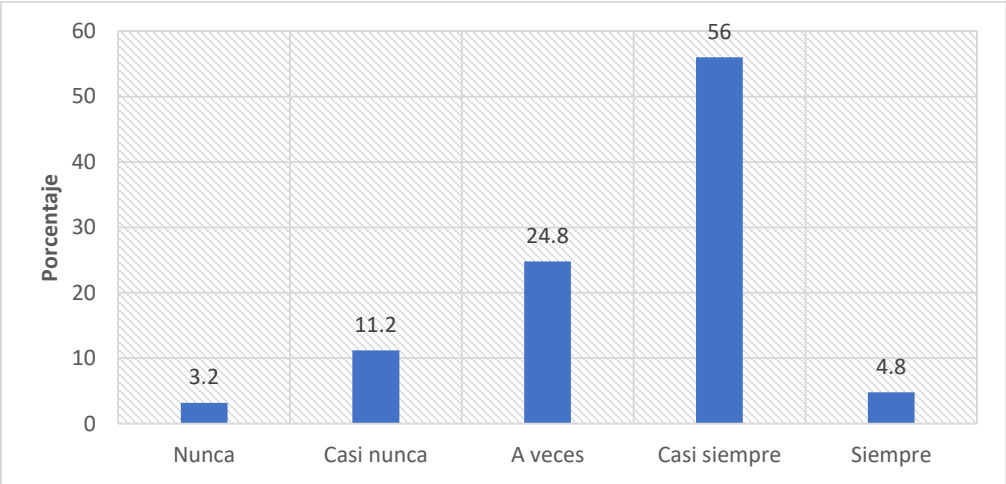
Tabla 17

Transporte adecuado para la comercialización de sus productos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	14	11,2
A veces	31	24,8
Casi siempre	70	56,0
Siempre	6	4,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 11

Transporte adecuado para la comercialización de sus productos



En la tabla 17 y en la figura 11 se muestra que el 56,0% de los encuestados califica casi siempre como adecuado el transporte para comercializar los productos. Sin embargo, un 24,8% indica que solo lo es a veces es adecuado y el 14.4% menciona que casi nunca y nunca es el adecuado abriendo espacio para evaluar si la flota propia o tercerizada cumple con los requisitos técnicos para el traslado del café de la cooperativa.

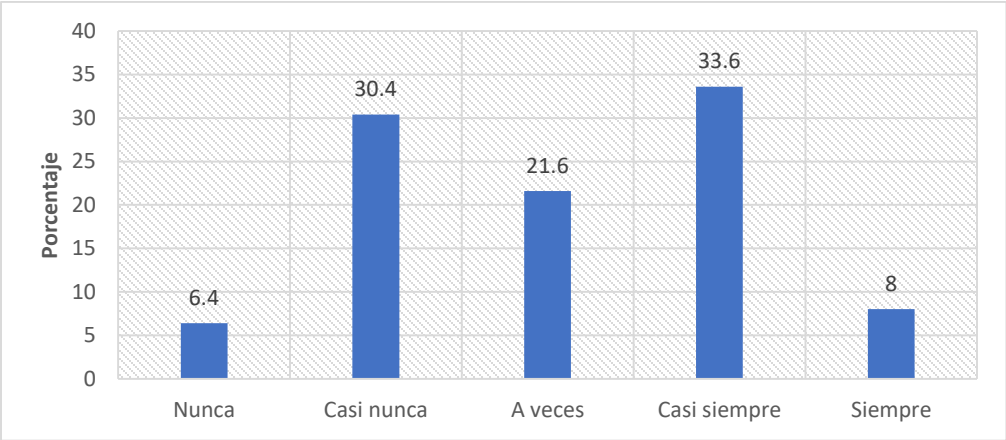
Tabla 18

El estado de las carreteras limita el transporte eficiente del café

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	6,4
Casi nunca	38	30,4
A veces	27	21,6
Casi siempre	42	33,6
Siempre	10	8,0
Total	**125**	**100,0**

Figura 12

El estado de las carreteras limita el transporte eficiente del café



En la tabla 18 y figura 12 indica que el 33,6% afirman que casi siempre el estado de las carreteras limita el transporte eficiente del café asimismo el 8% indica que siempre limita, mientras que el 21,6% aseveran que a veces el estado de las carreteras limita el transporte y el 36.8% dicen que casi nunca y nunca las carreteras limitan el transporte. Esto refleja un factor externo que impacta negativamente en la eficiencia logística y los costos de transporte de la cooperativa.

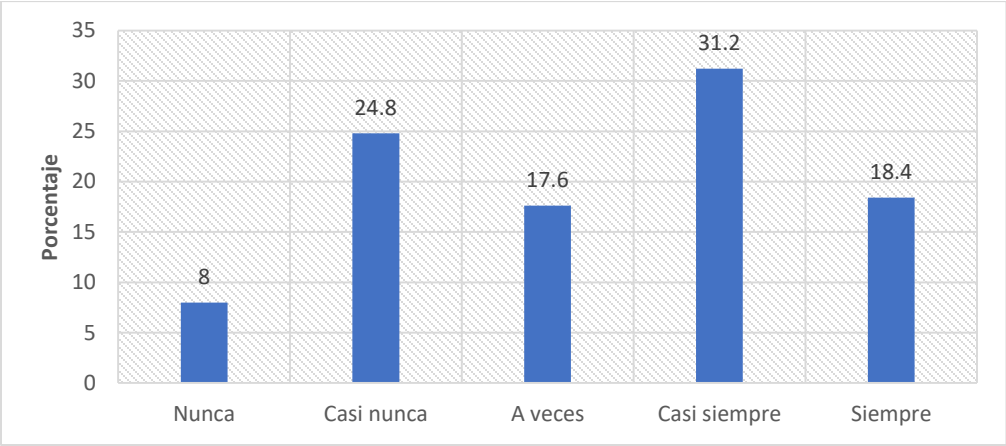
Tabla 19

Rutas de distribución y tipo de transporte internacional para la exportación de productos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	8,0
Casi nunca	31	24,8
A veces	22	17,6
Casi siempre	39	31,2
Siempre	23	18,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 13

Rutas de distribución y tipo de transporte internacional para la exportación de productos



Según la tabla 19 y la figura 13, el conocimiento sobre las rutas internacionales está dividido un 31,2% afirma que casi siempre conoce las rutas y modos de transporte internacional, mientras que un 18.4% dice que siempre conoce las rutas. Sin embargo, un 24,8% de encuestados menciona que casi nunca conoce las rutas internacionales. Evidenciando que existe una debilidad informativa interna sobre el flujo de la carga una vez que sale de la zona de producción hacia los puertos de exportación.

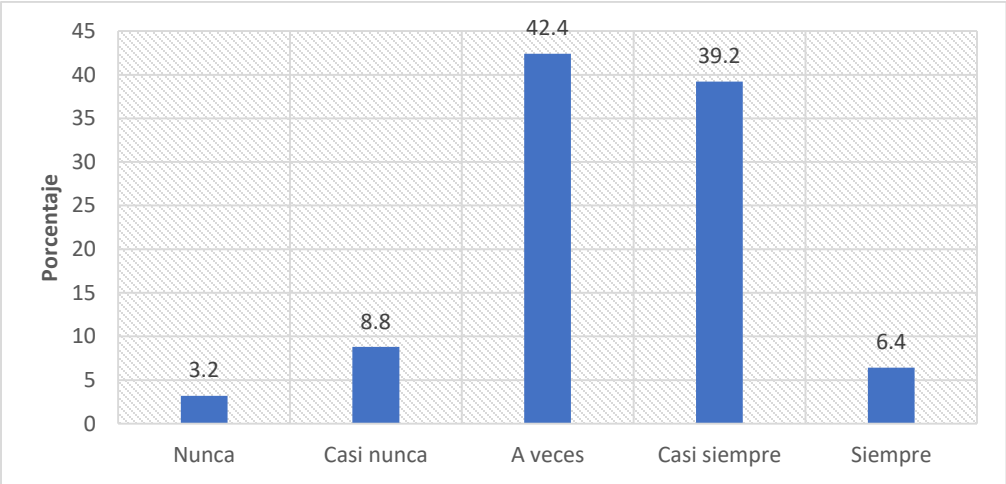
Tabla 20

Procesos adecuados para la entrega del producto final

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	11	8,8
A veces	53	42,4
Casi siempre	49	39,2
Siempre	8	6,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 14

Procesos adecuados para la entrega del producto final



En la tabla 20 y figura 14 se observa que el 42,4% califica que los procesos son adecuados solo a veces, superando ligeramente al 39,2% que afirman que casi siempre los procesos de la cooperativa en la entrega del producto son los más adecuados. Esto sugiere que la fase final de la cadena de suministro de distribución física es uno de los puntos más débiles de la gestión logística actual.

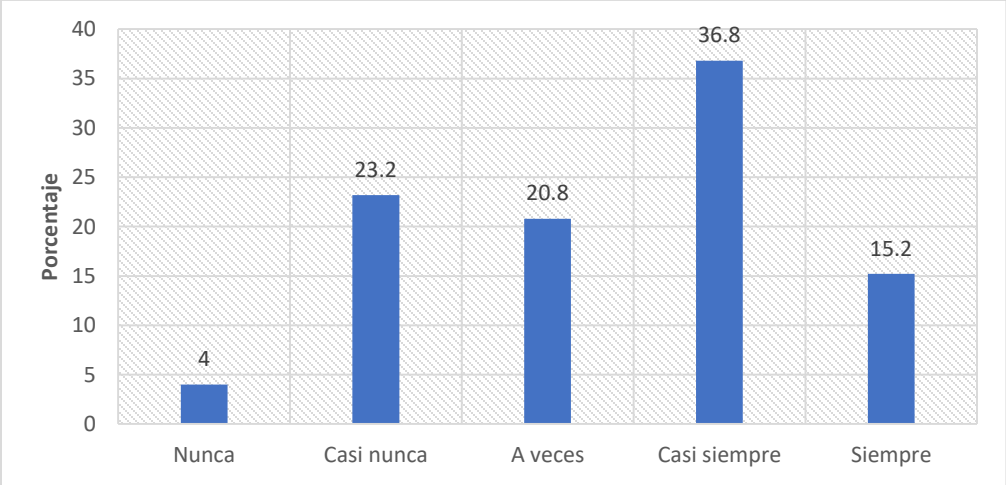
Tabla 21

Conoce los mercados internaciones para la exportación

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	4,0
Casi nunca	29	23,2
A veces	26	20,8
Casi siempre	46	36,8
Siempre	19	15,2
Total	**125**	**100,0**

Figura 15

Conoce los mercados internaciones para la exportación



En la tabla 21 y figura 15 se indica que el 36,8% casi siempre conoce los mercados internacionales de destino del producto final. Sin embargo, el 27,2% casi nunca y nunca conoce los mercados internacionales, lo cual es considerable para una organización con fines de internacionalización. Evidenciando la ausencia de información, siendo una debilidad para la cooperativa en busca de su internacionalización.

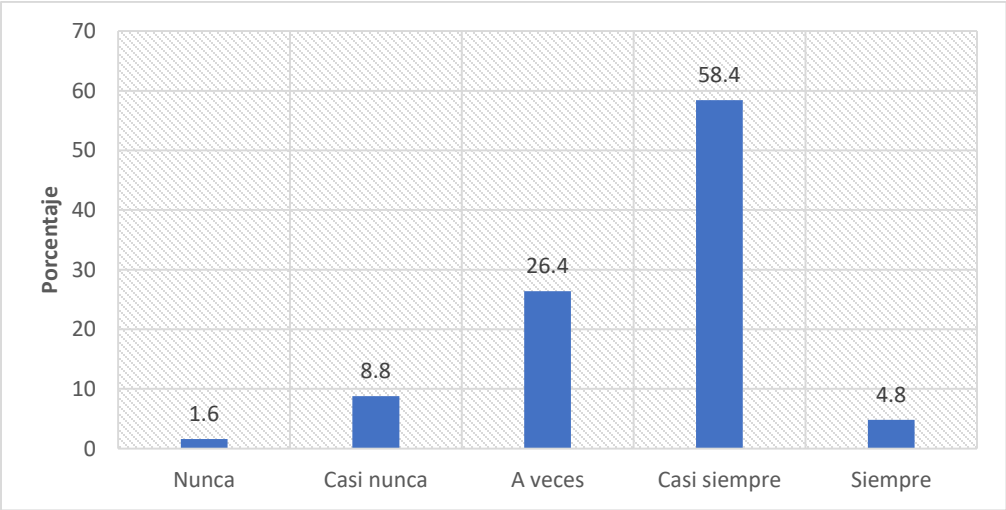
Tabla 22

Profesionales calificados en la cooperativa

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	1,6
Casi nunca	11	8,8
A veces	33	26,4
Casi siempre	73	58,4
Siempre	6	4,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 16

Profesionales calificados en la cooperativa



La tabla 22 y figura 16 indica que el 58,4% casi siempre tiene una percepción positiva del capital humano de la cooperativa; mientras que 26,4% indica que solo a veces se cuenta con los mejores profesionales. En cambio, el 8.8% indica que casi nunca los profesionales son calificados. Esto indica la confianza en la capacidad técnica del personal para ejecutar las metas institucionales y continuar con el fortalecimiento del capital humano.

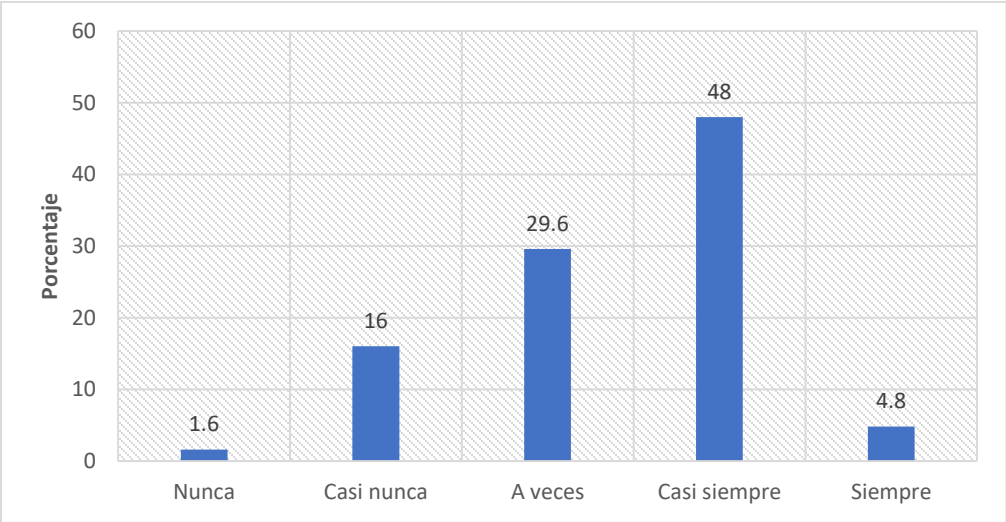
Tabla 23

Procesos en la selección de profesionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	1,6
Casi nunca	20	16,0
A veces	37	29,6
Casi siempre	60	48,0
Siempre	6	4,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 17

Procesos en la selección de profesionales



En la tabla 23 y figura 17 se puede observar que el 48,0% casi siempre afirma que se realizan procesos de selección para elegir a los mejores profesionales. Sin embargo, el 29,6% indicaron que esto solo ocurre a veces. Así mismo el 16,0% menciona que casi nunca percibe debilidades en esta captación. Reflejando la existencia de oportunidades de mejora dentro de la gestión logística de la cooperativa para ser liderada por perfiles competentes.

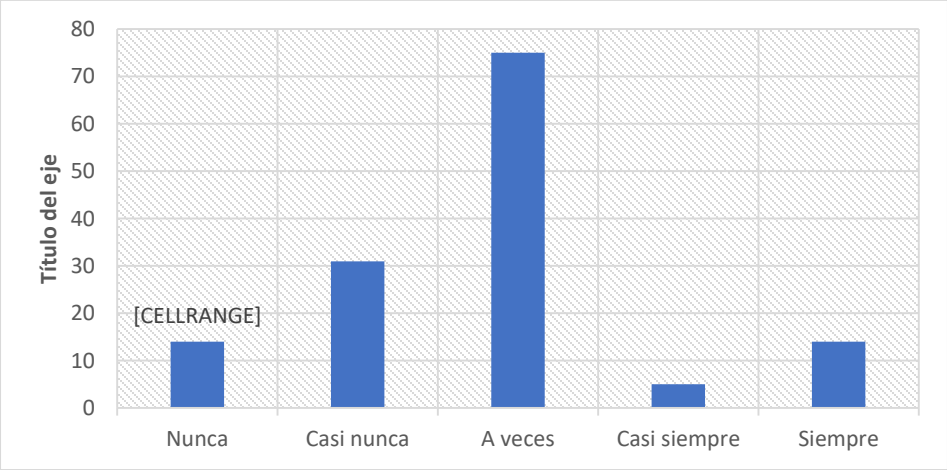
Tabla 24

Recurso humano para una mejor gestión

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	11,2
Casi nunca	31	24,8
A veces	75	60,0
Casi siempre	5	4,0
Siempre	14	11,2
Total	**125**	**100,0**

Figura 18

Recurso humano para una mejor gestión



La tabla 24 y la figura 18 muestran la importancia del recurso humano, siendo el 60,0% que reconoce que a veces el recurso humano es vital. Mientras que el 24.8% manifiesta que casi nunca. Se rescata que existe una cultura organizacional que valora al trabajador como eje de la eficiencia logística siendo una pieza fundamental para la cooperativa y con ello lograr los objetivos planteados y optimizar la gestión logística.

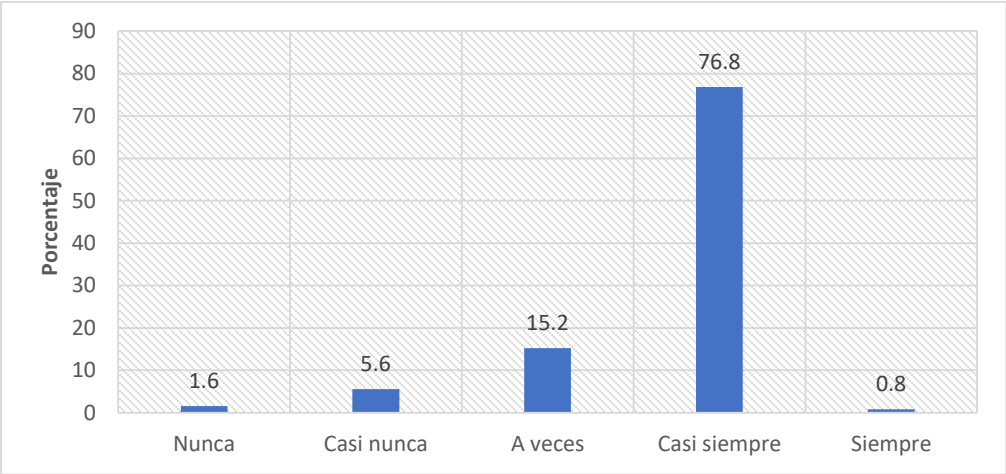
Tabla 25

Importancia de las capacitaciones logísticas y comercio exterior

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	1,6
Casi nunca	7	5,6
A veces	19	15,2
Casi siempre	96	76,8
Siempre	1	0,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 19

Importancia de las capacitaciones logísticas y comercio exterior



Según lo mostrado en la tabla 25 y en la figura 19, de los encuestados el 76,8% considera que casi siempre las capacitaciones en logística son importantes para el fortalecimiento de las competencias del personal. En cambio, un 8% entre casi nunca y nunca menciona que no son importantes las capacitaciones. Esto indica una demanda latente del personal para mejorar el desempeño en procesos de exportación van de la mano con las capacitaciones en comercio exterior.

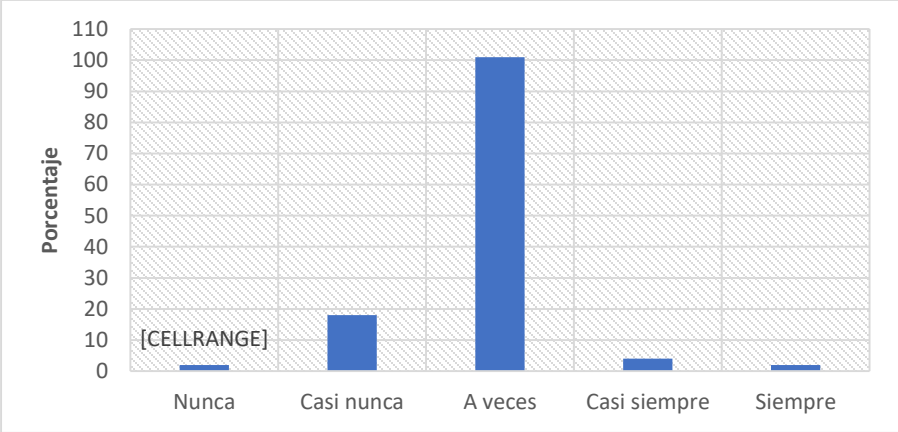
Tabla 26

Capacitaciones en áreas clave para potenciar los procesos logísticos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	1,6
Casi nunca	18	14,4
A veces	101	80,8
Casi siempre	4	3,2
Siempre	2	1,6
Total	**125**	**100,0**

Figura 20

Capacitaciones en áreas clave para potenciar los procesos logísticos



La tabla 26 y la figura 20 muestran que el 80,8% concuerda que la cooperativa a veces debe capacitar a sus áreas clave. Asimismo, un 1,6% afirmaron que nunca se realizan dichas capacitaciones y el 14.4% que casi nunca se realizan capacitaciones. Estos resultados demuestran que los trabajadores identifican brechas en el desarrollo de sus habilidades técnicas logísticas actuales, puesto que las capacitaciones no se vienen desarrollando de forma continua para potenciar los procesos logísticos.

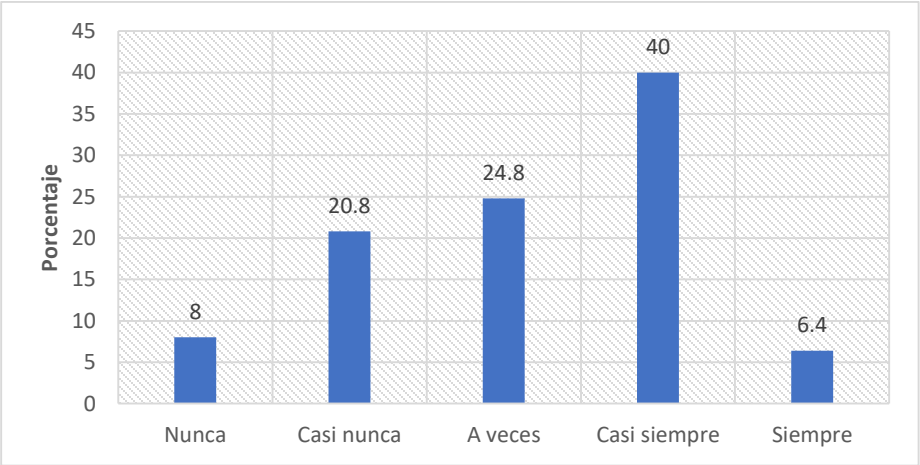
Tabla 27

Capacitaciones de instituciones públicas para asistencia técnica y financiera

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	8,0
Casi nunca	26	20,8
A veces	31	24,8
Casi siempre	50	40,0
Siempre	8	6,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 21

Capacitaciones de instituciones públicas para asistencia técnica y financiera



En la tabla 27 y en la figura 21 se observa que el 40,0% casi siempre recibe apoyo en capacitaciones que brindan las entidades públicas; sin embargo, un 24, 8 manifiesta que son a veces y un 28,8% menciona que las capacitaciones son casi nunca y nunca. Se puede inferir que la cooperativa puede aprovechar las diversas facilidades o programas que brinda el estado respecto a capacitaciones, asistencia técnica y financiera para el fortalecimiento de conocimientos de los asociados.

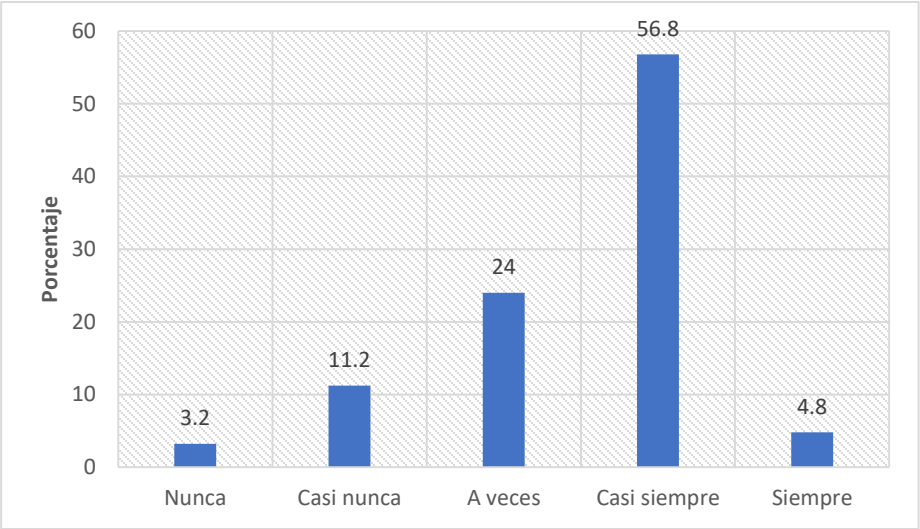
Tabla 28

Motivación de la gerencia para mejorar la productividad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	14	11,2
A veces	30	24,0
Casi siempre	71	56,8
Siempre	6	4,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 22

Motivación de la gerencia para mejorar la productividad



En la tabla 28 y la figura 22 muestra que el 56,8% casi siempre se siente motivado por la gerencia para mejorar la productividad; mientras que el 24,0% menciona que a veces se siente motivado. En cambio, el 14.4% dice que casi nunca y nunca la motivación es constante ni uniforme. Resultando que el liderazgo sirve como eje central y motor para la motivación del capital humano y el logro de los objetivos en la productividad.

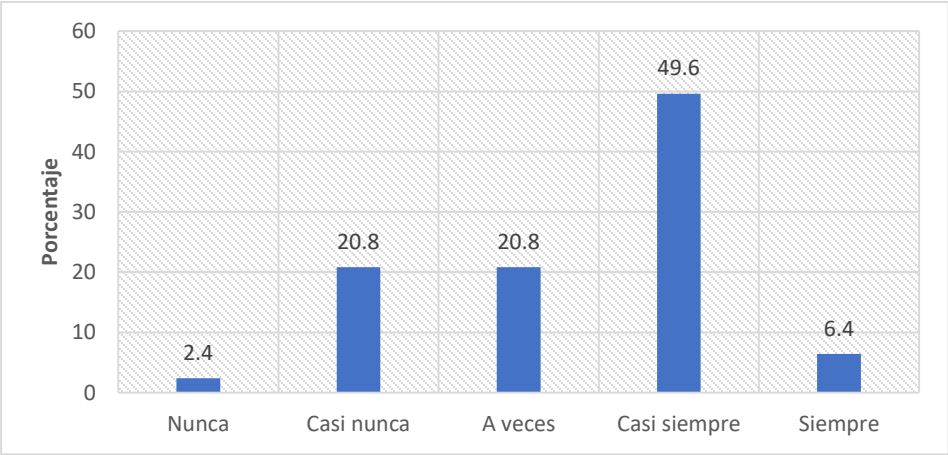
Tabla 29

Identificación del personal con la cooperativa

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	2,4
Casi nunca	26	20,8
A veces	26	20,8
Casi siempre	62	49,6
Siempre	8	6,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 23

Identificación del personal con la cooperativa



En la tabla 29 y la figura 23 muestra que el casi siempre con un 49,6% se siente identificado y tomado en cuenta con la cooperativa. Sin embargo, el 20.8% indica que a veces se identifica con la cooperativa. No obstante, el 23,2% dice que nunca y casi nunca se identifica con la cooperativa. Es por ello la necesidad de mejorar los canales de comunicación interna para fortalecer el compromiso organizacional y de esa manera el personal participe de manera constante en la toma de decisiones de la cooperativa.

4.1.2 Variable Internacionalización empresarial

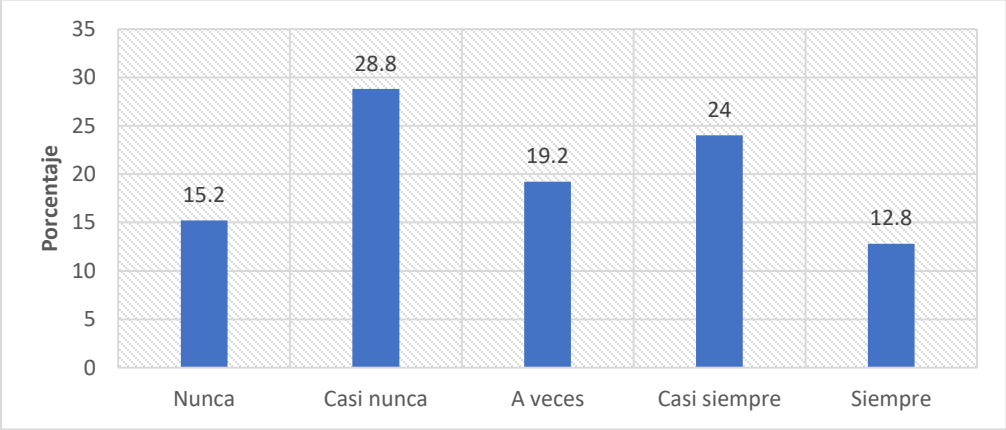
Tabla 30

Conocimiento de normativas para ingresar al mercado internacional

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	15,2
Casi nunca	36	28,8
A veces	24	19,2
Casi siempre	30	24,0
Siempre	16	12,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 24

Conocimiento de normativas para ingresar al mercado internacional



La tabla 30 y la figura 24 indica que el 28,8% de los encuestados casi nunca conocen las normativas para ingresar al mercado internacional, mientras que el 15,2% mencionan que nunca conoce las normativas. Mientras que el 24% dice que casi siempre es de su conocimiento las normativas, regulaciones y aranceles. Esto demuestra la falta de dominio de la normativa técnica, siendo una brecha significativa para el ingreso a nuevos mercados internacionales.

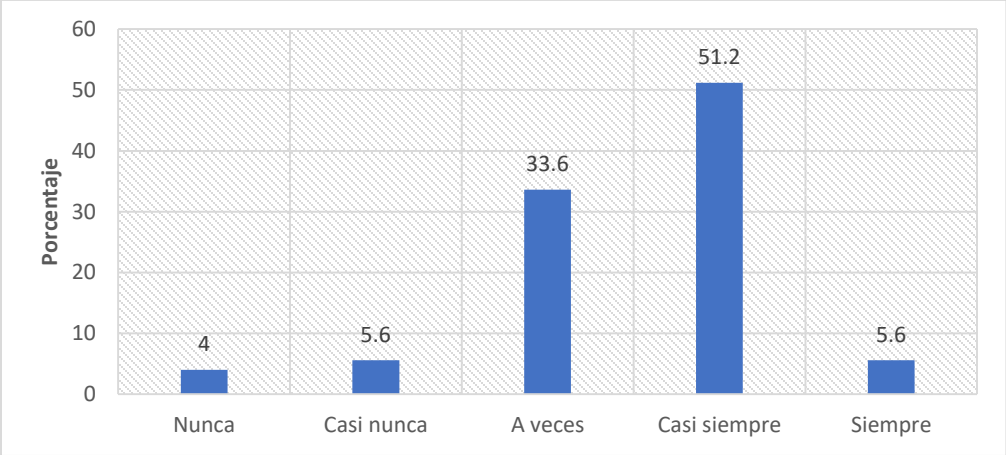
Tabla 31

Potencial para acceder a nuevos mercados internacionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	4,0
Casi nunca	7	5,6
A veces	42	33,6
Casi siempre	64	51,2
Siempre	7	5,6
Total	**125**	**100,0**

Figura 25

Potencial para acceder a nuevos mercados internacionales



La tabla 31 y la figura 25 muestra que el 51,2% casi siempre tiene potencial de crecimiento y de acceso a nuevos mercados por parte de la cooperativa; mientras que un 33,6% señalaron que esto solo ocurre a veces y un 9.6% dice que casi nunca y nunca tiene potencial. Esto indica que existe una precepción favorable con miras de expansión hacia mercados internacionales. Asimismo, es importante mencionar que la cooperativa confía en la calidad de su oferta exportable y el incremento de sus ventas.

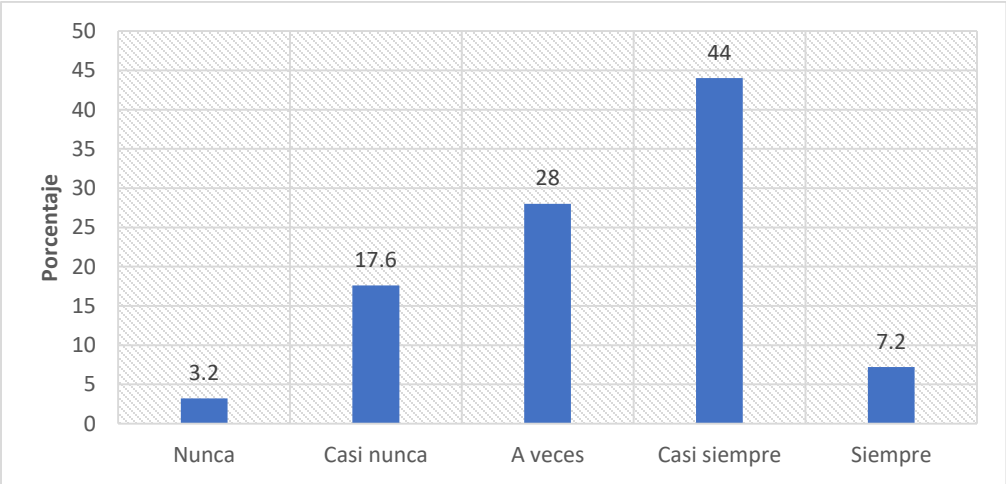
Tabla 32

Investigación de mercados internacionales en la demanda del café

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	22	17,6
A veces	35	28,0
Casi siempre	55	44,0
Siempre	9	7,2
Total	**125**	**100,0**

Figura 26

Investigación de mercados internacionales en la demanda del café



En la tabla 32 y figura 26 se observa que el 44,0% casi siempre investiga la demanda de café en mercados internacionales. Así mismo el 28% indica que a veces se realiza investigación. En cambio, el 20.8% opina que casi nunca y nunca realizan este tipo de investigaciones. Reflejando que existe una parte importante de la cooperativa que siente limitaciones en este proceso y que no se están realizan adecuadamente las investigaciones en la demanda de café.

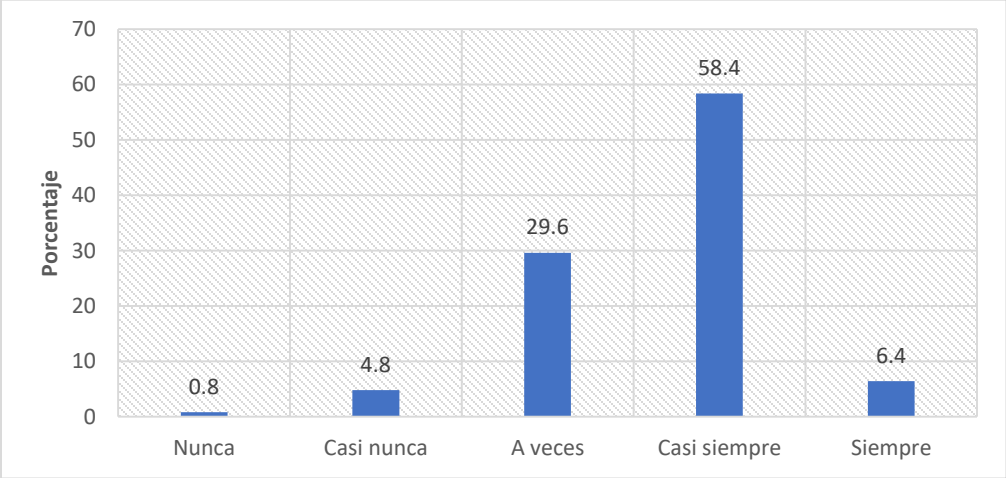
Tabla 33

Ventaja competitiva y posicionamiento del producto

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	0,8
Casi nunca	6	4,8
A veces	37	29,6
Casi siempre	73	58,4
Siempre	8	6,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 27

Ventaja competitiva y posicionamiento del producto



La tabla 33 y figura 27 muestra que el 58,4% de los encuestados casi siempre confía en la ventaja competitiva del café que posee la cooperativa. Así mismo el 29.6% indica que a veces nota la ventaja competitiva. Por otro lado, el 5.6% entre casi nunca y nunca menciona que no hay una ventaja competitiva. En ese sentido el nivel de superioridad del café es el principal activo para la internacionalización y posicionamiento del producto.

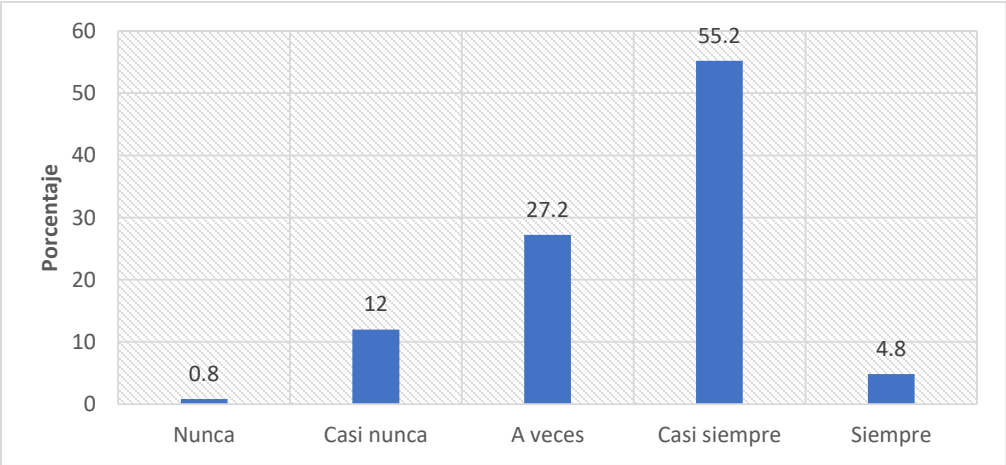
Tabla 34

Diferenciación competitiva de la cooperativa

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	0,8
Casi nunca	15	12,0
A veces	34	27,2
Casi siempre	69	55,2
Siempre	6	4,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 28

Diferenciación competitiva de la cooperativa



La tabla 34 y la figura 28 muestran que el 55,2% afirma que casi siempre el factor diferenciador es adecuado marcando la competitividad, Así mismo el 27.2% señalaron que esto ocurre solo a veces. Mientras que el 12.8% menciona que casi nunca y nunca se da la diferenciación. Por tanto, se refuerza la estrategia de diferenciación necesaria para competir en mercados de cafés especiales con ello, fortalecer el posicionamiento del producto final a nivel internacional.

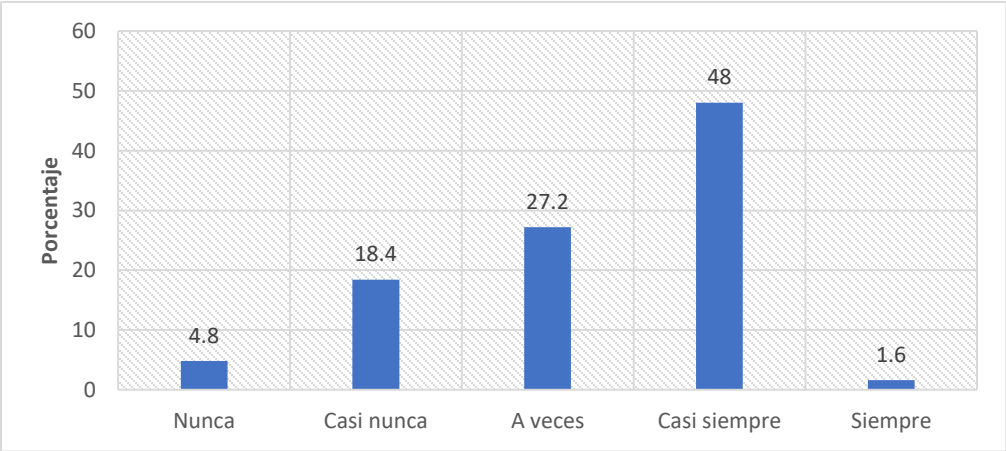
Tabla 35

Implementación de tecnología para la mejora del proceso productivo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	4,8
Casi nunca	23	18,4
A veces	34	27,2
Casi siempre	60	48,0
Siempre	2	1,6
Total	**125**	**100,0**

Figura 29

Implementación de tecnología para la mejora del proceso productivo



Según se observa en la tabla 35 y la figura 29. El 48,0% de los encuestados menciona que casi siempre se implementa la tecnología en el proceso productivo, también el 27.2% señala que la tecnología se implementa a veces. Sin embargo, el 23,2% indicaron que nunca o casi nunca se implementa lo mencionado. Esto nos permite visualizar que existe una necesidad de modernización tecnológica para no quedar rezagados frente la competencia y, además, fortalecer la eficiencia productiva.

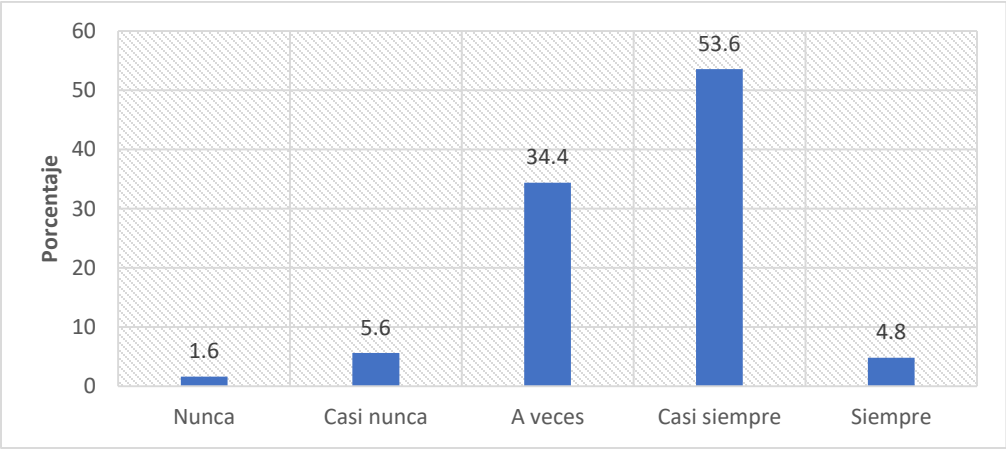
Tabla 36

Inversión en maquinaria y mejora en la calidad del café

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	1,6
Casi nunca	7	5,6
A veces	43	34,4
Casi siempre	67	53,6
Siempre	6	4,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 30

Inversión en maquinaria y mejora en la calidad del café



En la tabla 36 y figura 30, los encuestados consideran en un 53,6% que casi siempre la inversión en maquinaria y automatización mejora los procesos; mientras que un 34,4% señalaron que esto ocurre solo a veces. Por otro lado, el 7.2% señalaron que nunca y casi nunca de debe de invertir en maquinaria. Evidenciando la importancia de la inversión tecnológica como el camino para escalar en la calidad y eficiencia logística de la cooperativa.

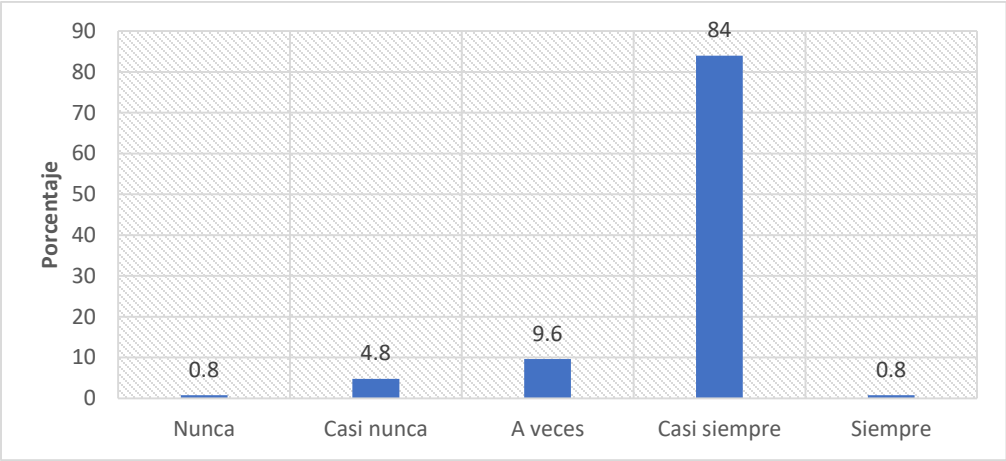
Tabla 37

Importancia en la inversión de una planta procesadora

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	0,8
Casi nunca	6	4,8
A veces	12	9,6
Casi siempre	105	84,0
Siempre	1	0,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 31

Importancia en la inversión de una planta procesadora



La tabla 37 y figura 31 muestra con un contundente 84,0% considera que casi siempre está de acuerdo que una planta procesadora es clave para reducir tiempos y mejorar la trazabilidad. Por otro lado, un porcentaje menor de 5.6% entre casi nunca y nunca menciona que no es importante una planta procesadora. Por tanto, si es importante la inversión y trazabilidad como un requisito indispensable para la internacionalización de la cooperativa en mercados europeos y americanos.

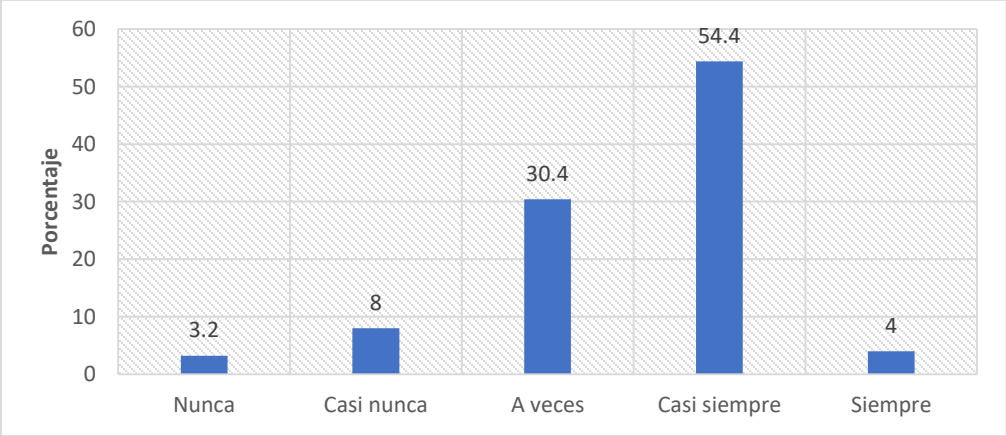
Tabla 38

Orientación y monitoreo del proceso productivo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	10	8,0
A veces	38	30,4
Casi siempre	68	54,4
Siempre	5	4,0
Total	**125**	**100,0**

Figura 32

Orientación y monitoreo del proceso productivo



En la tabla 38 y figura 32, los encuestados mencionaron que el 54,4% afirma que casi siempre se orienta y monitorea adecuadamente al asociado, mientras que un 30,4% afirmaron que esto ocurre a veces. En cambio, un 11.2% menciona que nunca y casi nunca se realiza monitoreos. Por otro lado, se recalca que la calidad del café exportable depende de la orientación y monitoreo en el control de la etapa de cultivo.

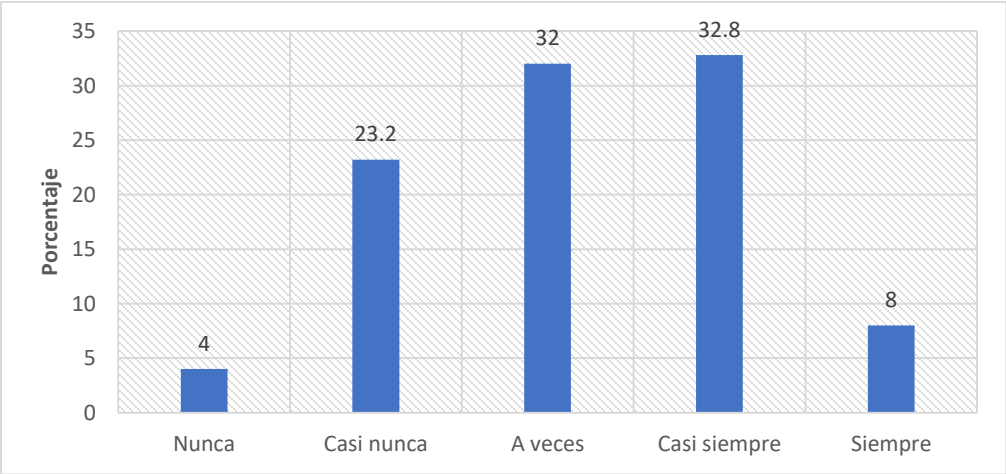
Tabla 39

Normativa de calidad internacional y documentación de procesos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	4,0
Casi nunca	29	23,2
A veces	40	32,0
Casi siempre	41	32,8
Siempre	10	8,0
Total	**125**	**100,0**

Figura 33

Normativa de calidad internacional y documentación de procesos



Según la tabla 39 y figura 33, el 32,8% afirma que casi siempre conoce la normativa y documentación del proceso; mientras que el 32% solo a veces conoce la normativa. Así mismo el 27.2% entre casi nunca y nunca indica que desconoce la normatividad y documentación formal siendo una debilidad para obtener certificaciones internacionales y con ello se limita el acceso a diversos mercados destino planteados por la cooperativa.

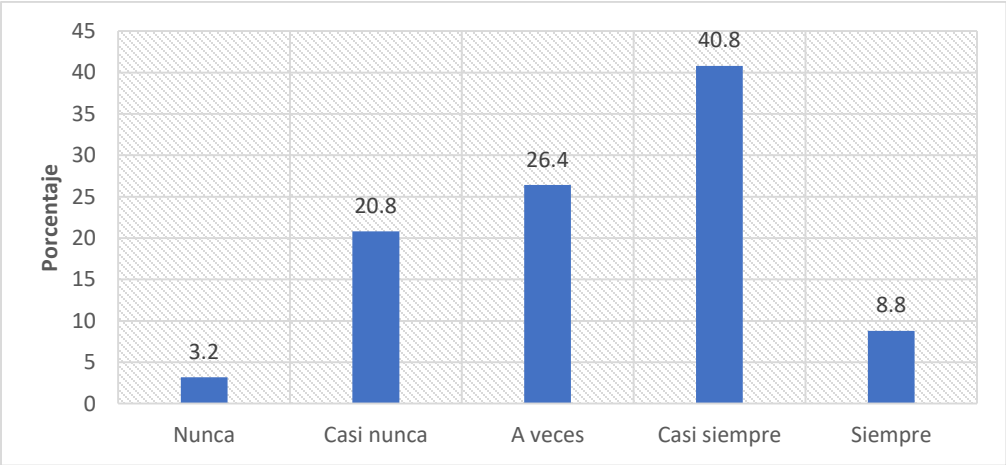
Tabla 40

Asistencia técnica en la producción del café

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,2
Casi nunca	26	20,8
A veces	33	26,4
Casi siempre	51	40,8
Siempre	11	8,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 34

Asistencia técnica en la producción del café



Tal como se muestra en la tabla 40 y en la figura 34, los encuestados indican que casi siempre con un 40,8% cuenta con asistencia técnica en la producción de café, mientras que un 26,4% indica que es solo a veces y un 24% dice que casi nunca y nunca cuentan con asistencia técnica. Si bien es cierto existe un nivel favorable respecto a la asistencia técnica, para la cooperativa agraria, este es un nivel moderado y se requiere elevarlo.

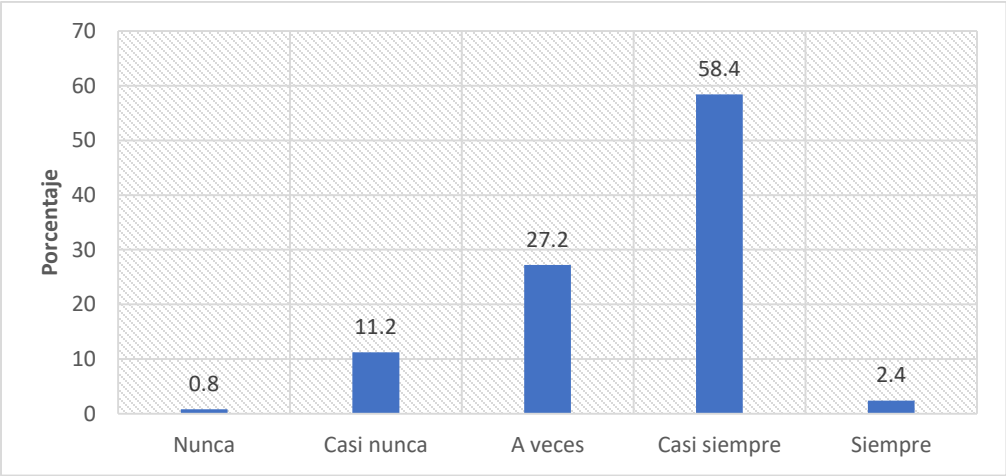
Tabla 41

Certificaciones internacionales y estándares de calidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	0,8
Casi nunca	14	11,2
A veces	34	27,2
Casi siempre	73	58,4
Siempre	3	2,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 35

Certificaciones internacionales y estándares de calidad



La tabla 41 y figura 35 muestra que de los encuestados el 58,4% reconoce que casi siempre las certificaciones a nivel internacional aseguran la calidad del café, pero un 27,2% mencionaron que esto solo ocurre a veces. Mientras que un 12% entre casi nunca y nunca indican que desconocen las certificaciones internacionales. Los resultados mostrados evidencian que existe interés en contar con las certificaciones internacionales para la competitividad y los estándares de calidad enfocados en los mercados internacionales.

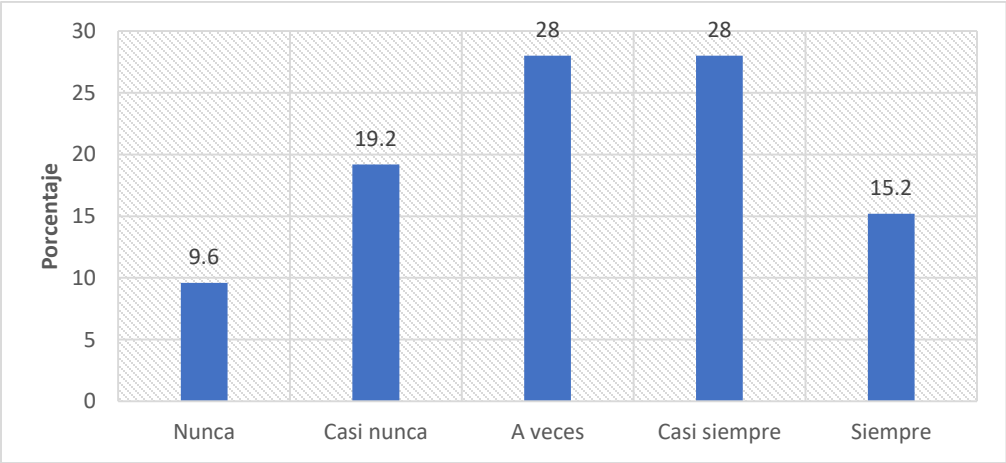
Tabla 42

Conocimiento de certificaciones para el ingreso a mercados internacionales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	9,6
Casi nunca	24	19,2
A veces	35	28,0
Casi siempre	35	28,0
Siempre	19	15,2
Total	**125**	**100,0**

Figura 36

Conocimiento de certificaciones para el ingreso a mercados internacionales



La tabla 42 y la figura 36 muestra que de los encuestados muestran que el conocimiento respecto a las certificaciones internacionales está disperso ya que el 28% casi siempre conoce las certificaciones para el ingreso a mercados internacionales; así mismo el otro 28% a veces conoce cuales son las certificaciones. Mientras que el 28.8% entre casi nunca y nunca menciona que no conocen las certificaciones siendo una brecha sobre qué sellos específicos requiere el mercado objetivo.

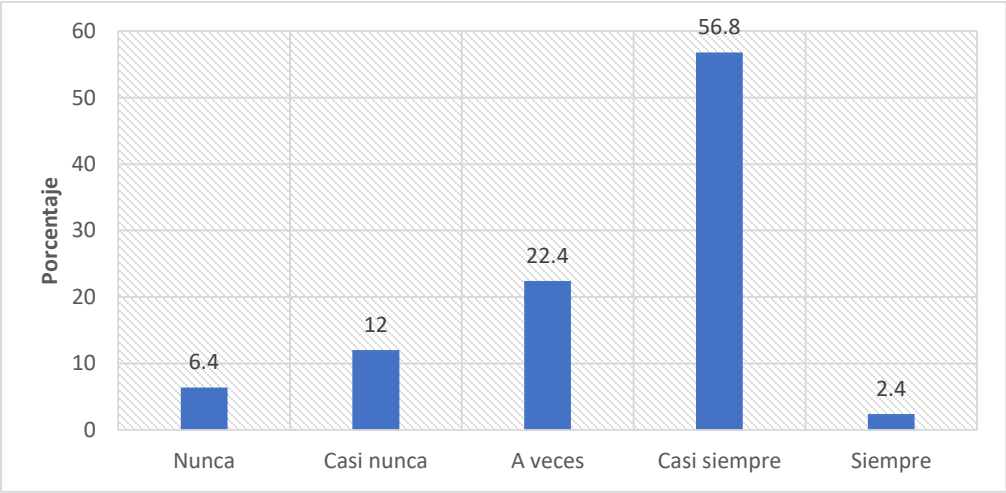
Tabla 43

Proceso de catación para conocer la calidad del café

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	6,4
Casi nunca	15	12,0
A veces	28	22,4
Casi siempre	71	56,8
Siempre	3	2,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 37

Proceso de catación para conocer la calidad del café



Se observa en la tabla 43 y la figura 37 que, de los encuestados, casi siempre con el 56,8% valora la catación para conocer la calidad del café y un 22,4% de ellos mencionaron que esto ocurre solo a veces. Sin embargo 18.4 entre casi nunca y nunca menciona que sea importante el proceso de catación. Es por ello la importancia de considerar la catación en el proceso de control en la calidad final del café antes de la internacionalización.

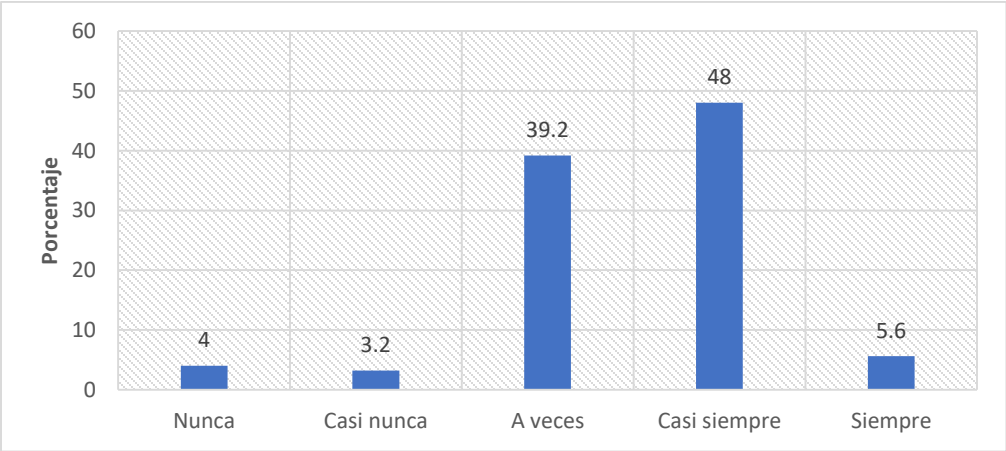
Tabla 44

Personal especializado en control de calidad del café

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	4,0
Casi nunca	4	3,2
A veces	49	39,2
Casi siempre	60	48,0
Siempre	7	5,6
Total	**125**	**100,0**

Figura 38

Personal especializado en control de calidad del café



Se observa en la tabla 44 y la figura 38, que de los encuestados casi siempre el 48.0% considera importante contar con personal adecuado para realizar pruebas de laboratorio y mejorar la calidad del café; mientras que un 39,2% consideraron que esto debe ser solo a veces. Por otro lado, un 7.2% menciona que nunca y casi nunca debe de haber personal de laboratorio. Esto evidencia una perspectiva moderadamente positiva que respalda la gestión de calidad del café.

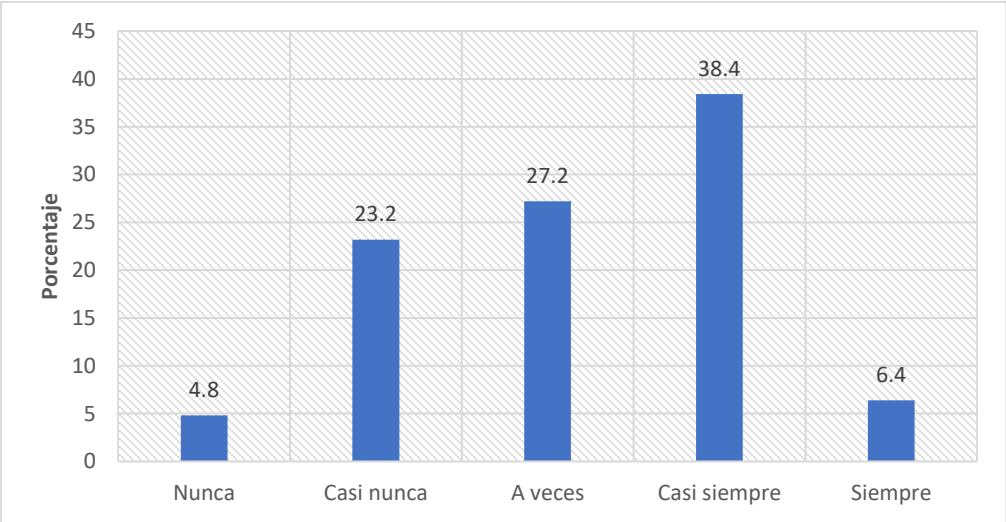
Tabla 45

Uso de herramientas digitales para medir la satisfacción del cliente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	4,8
Casi nunca	29	23,2
A veces	34	27,2
Casi siempre	48	38,4
Siempre	8	6,4
Total	**125**	**100,0**

Figura 39

Uso de herramientas digitales para medir la satisfacción del cliente



En la tabla 45 y la figura 39, los datos obtenidos muestran que el 38,4% casi siempre utiliza herramientas digitales para medir satisfacción del cliente, mientras que un 27,2% ocurre solo a veces y un 28,0% uso estas herramientas nunca o casi nunca. En tal sentido el marketing digital y el feedback internacional son áreas aún por explotar con la finalidad de que no exista limitaciones al aplicarlas dentro de la cooperativa.

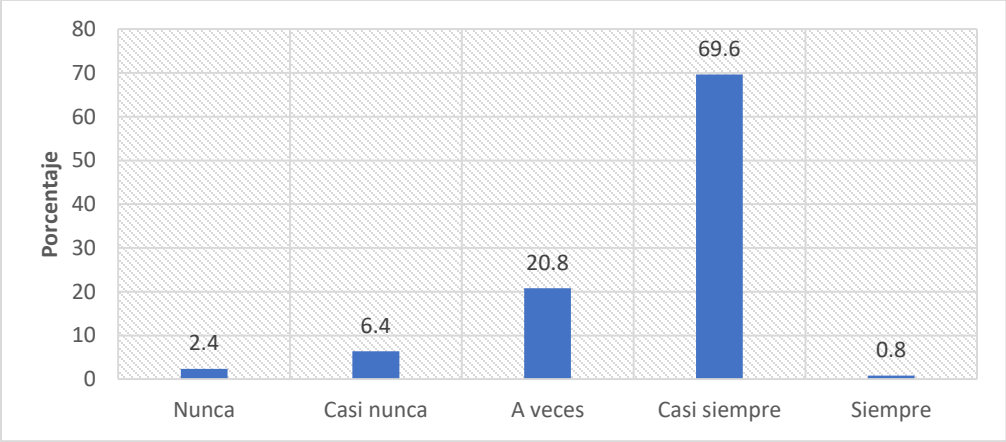
Tabla 46

Importancia de conocer la satisfacción del cliente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	2,4
Casi nunca	8	6,4
A veces	26	20,8
Casi siempre	87	69,6
Siempre	1	0,8
Total	**125**	**100,0**

Figura 40

Importancia de conocer la satisfacción del cliente



Se observa en la tabla 46 y figura 40 que de los encuestados casi siempre con el 69,6% considera importante conocer la satisfacción del cliente y el 20,8% de los mismos sugirieron que esto solo ocurre a veces. Por otro lado, el 8.8% entre nunca y casi nunca mencionan que no es importante. Evidenciando que existe la intención, pero la cooperativa aun no cuenta con canales formales para materializar este interés y fortalecer la participación a nivel internacional.

4.2 Análisis de la normalidad

Tabla 47

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
V1 Gestión Logística	0,095	125	0,008
V2 Internacionalización Empresarial	0,084	125	0,031

En la tabla para la selección del estadístico de prueba, se aplicó el análisis de Kolmogórov-Smirnov, debido a que la muestra es de 125 elementos. Los resultados obtenidos muestran niveles de significancia de 0,008 para la variable gestión logística y de 0,031 para internacionalización empresarial. Al ser ambos valores menores al nivel de significancia estandarizado ($\alpha = 0.05$), se determina que la distribución de los datos es no normal. En consecuencia, se optó por el uso del coeficiente de correlación Rho de Spearman.

4.3 Análisis de la correlación

El procedimiento estadístico inició con la validación de las hipótesis mediante el análisis de correlación, con el propósito de examinar la existencia de una asociación significativa entre las variables de estudio. Para tal efecto, se establecieron los siguientes supuestos estadísticos:

Ho: $p = 0$ (Inexistencia de relación entre las variables analizadas).

Ha: $p \neq 0$ (Existencia de relación significativa entre las variables analizadas).

Se fijó un nivel de significancia del 5% (α = 0,05) como criterio de decisión. Debido a que la distribución de los datos resultó no normal y las variables presentan una naturaleza ordinal, se empleó el coeficiente de Rho de Spearman. Este estadístico no paramétrico mide la intensidad de la asociación en un intervalo comprendido entre -1 y +1, permitiendo determinar tanto la fuerza como el sentido de la correlación a través de la siguiente formula:

$$rs = 1 - \frac{(6 \times \sum d^2)}{n \times (n^2 - 1)}$$

Tabla 48

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Hipótesis general

Ho: No existe relación significativa entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Ha: Existe relación significativa entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Tabla 49

Correlación entre la gestión logística y la internacionalización empresarial

			Gestión Logística	**Internacionalización empresarial**
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coeficiente de correlación	1,000	0,797**
		Sig. (bilateral)	.	0,001
		N	125	125
	Internacionalización empresarial	Coeficiente de correlación	0,797**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,001	.
		N	125	125

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la Tabla de correlación, se observa que el coeficiente Rho de Spearman es de 0,797, lo cual indica una correlación positiva alta entre las variables estudiadas. Asimismo, el valor de significancia bilateral obtenido es de 0,001, siendo este menor al nivel de error permitido de 0,05 ($p < 0,05$).

Por este motivo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, indicando que existe una relación significativa alta entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023.

Este hallazgo demuestra que los procesos de planificación logística, almacenamiento y transporte son determinantes fundamentales para el éxito en la inserción de mercados extranjeros. Un incremento en la eficiencia operativa de la cadena de suministro se traduce directamente en una mayor capacidad competitiva para la internacionalización de la cooperativa.

4.4 Contrastación de la hipótesis específica

Hipótesis especifica 1

Ho: La gestión logística no se relaciona con el análisis del mercado para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Ha: La gestión logística se relaciona en el análisis de mercado para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Tabla 50

Correlación entre la gestión logística y el análisis de mercado

			Gestión Logística	Análisis de mercado
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coeficiente de correlación	1,000	0,729**
		Sig. (bilateral)	-	<0,001
		N	125	125
	Análisis de mercado	Coeficiente de correlación	0,729**	1,000
		Sig. (bilateral)	<0,001	.
		N	125	125

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla, señala que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman da un valor de rs = 0,729 lo que representa una correlación positiva alta considerable entre ambas variables. Esto implica que, en la medida que la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores optimiza sus procesos de gestión logística adquiere una ventaja competitiva y mejora proporcionalmente la capacidad para identificar demandas en el extranjero y alinear la oferta exportable al cumplir con las regulaciones y legislaciones técnicas de los mercados destinos.

Hipótesis especifica 2

Ho: La gestión logística no se relaciona con el uso de tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Ha: La gestión logística se relaciona con el uso de tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Tabla 51

Correlación entre la gestión logística y la tecnología

			Gestión Logística	Tecnología
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coeficiente de correlación	1,000	0,635**
		Sig. (bilateral)	.	<0,001
		N	125	125
	Tecnología	Coeficiente de correlación	0,635**	1,000
		Sig. (bilateral)	<0,001	.
		N	125	125

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla muestra los resultados estadísticos que revelan un coeficiente de correlación de rs = 0,635. Este valor representa una correlación positiva moderada; indicando que existe una tendencia directa y proporcional que a medida que la cooperativa fortalece su gestión logística con el fortalecimiento de la infraestructura y los procesos; además se incrementa la necesidad y el uso de herramientas tecnológicas por lo tanto, la tecnología se convierte en el brazo ejecutor de la logística para garantizar que los estándares de exportación se cumplan con precisión y eficiencia operativa; con las plantas procesadoras automatizadas tecnificadas y sistemas de control, para garantizar la trazabilidad del café.

Hipótesis especifica 3

Ho: La gestión logística no se relaciona con la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Ha: La gestión logística se relaciona con la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.

Tabla 52

Correlación entre la gestión logística y la calidad de producción

			Gestión Logística	Calidad de producción
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coeficiente de correlación	1,000	0,620**
		Sig. (bilateral)	.	<0,001
		N	125	125
	Calidad de producción	Coeficiente de correlación	0,620**	1,000
		Sig. (bilateral)	<0,001	.
		N	125	125

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla muestra un coeficiente de correlación de r_s = 0,620. Según este valor denota una correlación positiva moderada. Este resultado indica que existe una relación directa entre la gestión logística eficiente que incluya un manejo adecuado del almacenamiento y transporte especializado que es determínate para preservar las propiedades físicas del grano que además contribuye significativamente a mantener y validar los estándares y sellos de calidad en la producción del café que son necesarios para competir en mercados globales de alta exigencia.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos confirman una relación significativa y alta entre la gestión logística y la internacionalización empresarial en la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores. Estos hallazgos reafirman que la adecuada planificación, coordinación y control de las actividades en el ámbito logístico permiten el fortalecimiento en infraestructura y capital humano; pero también existen brechas en participación estratégica y conocimiento normativo para la inserción en mercados a nivel internacionales.

El hallazgo principal de esta investigación respecto a la hipótesis general que existe relación significativa entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores en Amazonas. Se demuestra la existencia de una correlación positiva alta de $r = 0,797$ entre la gestión logística y la internacionalización empresarial. Este resultado es significativo con un $p < 0,01$, lo que permite afirmar que la gestión logística y eficiencia en la cadena de suministro es el motor que impulsa la presencia de la Cooperativa Laguna de los Cóndores en los mercados internacionales. Esto cumple el objetivo general de determinar dicha relación en la cooperativa de Amazonas, donde el 65,6% percibe almacenes estratégicamente ubicados y el 62,4% infraestructura adecuada, facilitando la preservación de la calidad del grano. Tales resultados coinciden con programas nacionales del Mincetur, que capacitaron a cooperativas cafetaleras en gestión logística, reduciendo costos en hasta un 30% y potenciando las exportaciones a EE.UU. y Europa. Este hallazgo coincide plenamente con lo expuesto por Farías y Llaque (2021), quienes hallaron una correlación de 0,891 en productores de Jaén, reafirmando que la logística y las herramientas de comercialización son los pilares de la internacionalización. Asimismo, guarda similitud con Aguilar y Zamudio (2021),

quienes confirman que la logística es un factor crítico para el éxito exportador hacia mercados exigentes como el europeo.

Respecto a la hipótesis especifica 1. La gestión logística se relaciona en el análisis de mercado para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas se halló una correlación positiva considerable r = 0,729. Este resultado valida el primer objetivo específico, indicando que el conocimiento técnico de las rutas, transporte, fletes, almacenamiento, distribución y regulaciones permite a la cooperativa seleccionar mercados destino con mayor precisión. Coincidiendo con Ramirez (2021) resalta el conocimiento de las capacidades administrativas y logísticas deben preceder a la internacionalización. En la cooperativa, el análisis de mercado se ve fortalecido cuando la logística provee datos sobre rutas y costos, permitiendo una toma de decisiones informada. Por su parte Porter (2008) en la teoría señala que logística de entrada y salida son fundamentales para entender el entorno competitivo. Por el contrario de Alzate y Camargo (2020), quienes en su estudio encontraron un desconocimiento generalizado de estrategias logísticas; en cambio, en la Cooperativa Laguna de los Cóndores, el personal reconoce la importancia de estas herramientas, aunque demande mayor capacitación.

Respecto a la hipótesis especifica 2. La gestión logística se relaciona con el uso de tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas. Se determinó una correlación positiva moderada r = 0,635 entre la logística y el uso de tecnología. Este hallazgo valida la postura de López (2020), quien también reportó una correlación moderada entre innovación tecnológica e internacionalización en la selva central, posicionando a la tecnología como un catalizador competitivo. Así mismo coincidiendo con Serrano (2019) y Bazalar y Laveriano (2018) en que la digitalización y la integración

inteligente de procesos optimizan los costos y reducen riesgos operativos. Un punto de convergencia crítico es el estudio de Nolasco (2023) sobre la trazabilidad documentaria que influye de manera determinante en los procesos de exportación.

Por consiguiente, dado que el 84,0% de los encuestados identificó a la planta procesadora como clave para la trazabilidad la correlación hallada en la Cooperativa Laguna de los Cóndores sugiere que, si bien existe una gestión logística aceptable, la falta de mayor automatización es lo que impide que la correlación sea aún más alta. La tecnología es, por tanto, el eslabón para escalar de una logística tradicional a una de clase internacional.

Respecto a la hipótesis especifica 3. La gestión logística se relaciona con la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas se halló una correlación positiva moderada r = 0,620 entre la gestión logística y la calidad de producción. Esto concuerda con Calzado-Girón (2020), quien sostiene que la infraestructura logística y los métodos de almacenaje son determinantes para elevar el nivel de servicio y la calidad percibida. Asimismo, coincide con Cortez (2024) en que la competitividad real no depende solo de acuerdos comerciales, sino de la eficiencia en mantener la calidad durante el transporte. En el caso del café de la cooperativa, la logística de postcosecha y almacenamiento es lo que garantiza que el producto mantenga su puntaje de taza. Sin embargo, se identifica una brecha respecto a la realidad descrita por Jara y Nieva (2023); mientras ellos proponen metodologías avanzadas como Lean Manufacturing para optimizar el acopio, la cooperativa Laguna de los Cóndores aún enfrenta limitaciones básicas de infraestructura vial que podrían estar frenando una correlación más alta entre estas variables.

Por consiguiente, los hallazgos manifiestan que la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores posee un producto excepcional, pero su éxito en la internacionalización está condicionado por factores logísticos estructurales. Mientras que el capital humano y la calidad del grano son fortalezas; el déficit en conocimiento normativo internacional y las limitaciones de infraestructura vial son los principales desafíos que limitan la consolidación y posicionamiento en mercados internacionales.

VI. CONCLUSIONES

- Se determinó que existe una relación positiva alta y significativa de $r = 0,797$ y $p < 0,05$ entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores; confirmando que la eficiencia operativa en los procesos de planificación, almacenamiento y transporte es fundamental para el éxito en la inserción en mercados internacionales. Por lo tanto, se revela que un sistema logístico bien estructurado permite a la organización reducir los riesgos operativos y cumplir con los plazos de entrega internacionales, estos factores elevan directamente la capacidad competitiva en el ámbito global.
- Se estableció que la gestión logística influye de manera positiva alta y considerable con $r = 0,729$ en el análisis de mercado para la internacionalización; revelando que a medida que la Cooperativa optimiza sus procesos logísticos, adquirir una ventaja competitiva que le permite identificar con mayor precisión las demandas internacionales. Sin embargo, se identificó una brecha informativa, ya que el 27% de los colaboradores desconoce los mercados de destino. Esta asimetría de información interna representa una debilidad estructural en su capacidad técnica para identificar demandas en el exterior y alinear su oferta exportable con las exigencias regulatorias y legislaciones técnicas de los mercados de destino.
- Se evaluó la relación entre la gestión logística y el uso de tecnología, hallándose una correlación positiva moderada $r = 0,635$; evidenciando una fuerte demanda de tecnificación al encontrar que el 84.0% del personal considera que la inversión en una planta procesadora es importante para mejorar la trazabilidad y reducir tiempos. Del mismo modo el 23,2% percibe una falta de implementación tecnológica actual, lo que evidencia que la modernización de los procesos es un requisito indispensable para alcanzar estándares de exportación precisos y eficientes. Es por

ello que la tecnología actúa como el brazo ejecutor de la logística para garantizar que los estándares internacionales de exportación se cumplan con precisión y eficiencia operativa.

- Se analizó que existe una relación positiva moderada obteniendo un r = 0,620 entre la gestión logística y la calidad de producción en el proceso de internacionalización; indicando que el 62,4% aprueba la infraestructura de almacenamiento, lo cual es vital para preservar las propiedades físicas y organolépticas del café. Por tanto, los factores externos como el estado de las carreteras identificado por el 33,6% es como una limitante constante que afectan la eficiencia del transporte. Por consiguiente, un soporte logístico eficiente es el mecanismo capaz de validar y mantener los sellos de calidad que exige el mercado internacional, protegiendo el producto durante todas las etapas de la cadena de valor.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Gerencia General y al área de logística de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores formalizar un plan estratégico logístico integral estandarizando los procesos de planificación y transporte mediante indicadores de gestión KPIs que midan el tiempo de ciclo de pedido y la fiabilidad de la entrega. Esto permitirá reducir la incertidumbre operativa y consolidar la ventaja competitiva en los mercados internacionales de Europa, asegurando que la eficiencia logística sea el soporte principal de la estrategia de expansión global.
- Se sugiere implementar un programa de capacitación en inteligencia de mercados y normatividad internacional dirigido a todos los colaboradores y asociados de la Cooperativa de esta manera cerrar la brecha informativa. Así mismo la cooperativa debe diseñar boletines técnicos mensuales y talleres sobre regulaciones, aranceles y tendencias en los mercados de destino. Esta democratización de la información técnica permitirá alinear la oferta exportable con las exigencias legislativas externas, transformando la capacidad logística en una herramienta de análisis de mercado capaz de identificar nuevas oportunidades de negocio con precisión técnica.
- Se recomienda a la Cooperativa priorizar la inversión para la adquisición y puesta en marcha de una planta procesadora tecnificada, atendiendo a la demanda de tecnificación de la organización. Esta infraestructura debe estar integrada con un sistema de gestión de almacenes o un software de trazabilidad que permita el monitoreo en tiempo real del café. Al reducir la percepción de carencia tecnológica, la cooperativa no solo optimizará sus tiempos de respuesta, sino que fortalecerá el cumplimiento de los estándares de exportación exigidos por los clientes internacionales, posicionando a la tecnología como el eje motor de la eficiencia operativa.

❖ Se recomienda a la Cooperativa establecer un plan de contingencia y gestión de riesgos de transporte, enfocado en mitigar el impacto negativo del estado de las carreteras. Esto implica diversificar las rutas de transporte, establecer convenios con operadores logísticos especializados en zonas de difícil acceso y mejorar el mantenimiento de la flota propia. Asimismo, se debe fortalecer el soporte logístico en la etapa de postcosecha para garantizar que la infraestructura de almacenamiento mantenga las propiedades organolépticas del café. Esto es vital para proteger los sellos de calidad y certificaciones internacionales, asegurando que la excelencia del producto lograda en campo se mantenga íntegra hasta el consumidor final.

VIII. Referencias bibliográficas

Aguilar, K., y Zamudio, L. (2021). *La Cadena de Logística y su relación con las exportaciones de la S.P.N 0901.11.90.00 - Los Demás Café Sin Tostar hacia Alemania durante el periodo 2015-2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.]. Repositorio Académico UPC http://hdl.handle.net/10757/655681

Aguilar, E. (2017). Gestión Logística. Fundación Universitaria del Área Andina.

Albertoni, N. & Horta, R. (2021). Análisis de la evolución teórica de estudios vinculados a la internacionalización de la empresa. Estudios de Administración, 28 (2), 76-96. https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.64571

Alles, M. (2020). Dirección estratégica de recursos humanos (4a ed.). Ediciones Granica.

Alzate, Y., & Camargo, N. (2020). Optimización de las prácticas logísticas de aprovisionamiento, producción y distribución de café "Tipo castillo" en la vereda la Aurora del municipio de Cunday – Tolima. [Tesis de licenciatura, Universidad Piloto de Colombia]. Repositorio Académico UniPiloto http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/9335

Anaya, J. (2020). Logística integral: La gestión operativa de la empresa (6a ed.). ESIC Editorial.

Arias, F. (2016). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (7a ed.). Episteme.

Arvis, J., Ojala, L., Panter, C., Wiedmer, S., & Kunaka, C. (2023). Connecting to Compete 2023: Trade Logistics in the Global Economy. The World Bank. https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/2023-04/LPI_2023_report_with_layout.pdf

Baca, G. (2014). Introducción a la ingeniería industrial (2a ed.). Grupo Editorial Patria.

Baena, G. (2017). Metodología de investigación científica. Grupo editorial Patria

Ballou, R. (2021). Logística: Administración de la cadena de suministro (6a ed.). Pearson Educación.

Banco Central de Reserva del Perú (2025, Agosto). Amazonas: Síntesis de actividad económica - junio 2025. https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/2025/presentacion-amazonas-06-2025.pdf

Bazalar, R. & Laveriano, N. (2018). Mejora en la gestión de la cadena logística integral de mercancías internacionales en Savar Corporación Logística. [Tesis de licenciatura Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://doi.org/10.19083/tesis/624147

Becerra, J., Cáceres, J., De la Torre, J., Guerrero, M., Herrera, J., Moreno, R. & Porras C. (2021). Producción y calidad apuntes teóricos y exposición de casos. UIDE.

Bowersox, D., Closs, D., Cooper, M. & Bowersox, J. (2013). Gestão logística da cadeia de suprimentos. Mcgraw-Hill.

Bowersox, D., Closs, D., Cooper, M. y Bowersox, J. (2024). Administración y logística En La Cadena De Suministro. Mcgraw-Hill.

Calzado, D. (2020). La gestión logística de almacenes en el desarrollo de los operadores logísticos. Ciencias Holguín, 26(1), 1 - 15. http://orcid.org/orcid.org/0000-0001-7775-5995

Cámara del Café y Cacao. (2023). Evolución de los precios al mercado internacional. https://camcafeperu.com.pe/ES/cafe-peruano.php

Cano, P., Orue, F., Martinez, J., Mayett, Y. & López, G. (2015). Modelo de gestión para pequeñas y medianas empresas en Mexico. Contaduría y Administración, 60(1) https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)72151-0

Cardozo, P., Chavarro, A., & Ramírez, C. (2007). Teorías de internacionalización. Panorama, 1(3), 4 – 23. https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264

Carreño, A. (2025). Cadena de suministro y logística (2a ed.). Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Castellanos, A. (2021). Logística comercial internacional. Universidad del Norte.

Chiavenato, I. & Sapiro, A. (2017). Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones (3a ed.). McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2021). Gestión del talento humano (5a ed.). McGraw-Hill.

Chopra, S., & Meindl, P. (2020). Administración de la cadena de suministro: Estrategia, planeación y operación. Pearson.

Christopher, M. (2020). Logistics & Supply Chain Management (5a ed.). Pearson.

Christopher, M. & Peck, H. (2023). Building the Resilient Supply Chain: A Practical Guide. Kogan Page.

Coffee Board of India. (2025). Annual Report on Coffee Exports and Digital Transformation. Ministry of Commerce and Industry, Government of India.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PromPerú]. (2023) Guía para la exportación de café. https://exportemos.pe/

Cortez, R. (2024). Análisis de la gestión de distribución logística de exportación de camarón de la empresa Pezcrup S.A. [Tesis de licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio Académico ULEAM. https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/5658

Cruz, A., Prado, S. & Meseguer, P. (2020). Gestión logística y comercial (1a ed.). Macmillan Iberia.

Cuatrecasas, L. (2000). Gestión Integral de la calidad. Implantación, Control y Certificación (3a ed.). Ediciones Gestión 2000.

Czinkota, M., & Ronkainen, I. (2021). International marketing (11a ed.). Cengage Learning.

David, F., & David, F. (2020). Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases (17a ed.). Pearson.

Dessler, G. (2022). Administración de Recursos Humanos (16a ed.). Pearson.

Enao, E. (2022). Logística de los negocios y de la cadena de suministro. Ecoe Ediciones.

Escudero, M. (2009). Gestión de aprovisionamiento. Ediciones Paraninfo.

Escudero, M. (2019). Logística de almacenamiento (2a ed.). Ediciones Paraninfo

Evans, J. & Lindsay, W. (2025). Administración y control de la calidad (11a ed.). Cengage Learning.

Fanjul, E. (2025). Estrategias de internacionalización y exportación (2a ed.). Editorial Pirámide.

Farias, G. & Llaque, A. (2021). Relación entre el E-Commerce y la internacionalización del café de los productores de la provincia de Jaén – 2021. [Tesis de licenciatura Universidad Privada del Norte]. Repositorio Académico UPN. https://hdl.handle.net/11537/28717

García, J. & Hernández, L. (2023). Transporte y distribución de mercancías. Editorial Vértice.

Giang, N., & Tapan, S., (2018). Cadena de suministro de café sostenible Gestión: un estudio de caso en Buon Me Ciudad de Thuot, Daklak, Vietnam. Revista Internacional de Responsabilidad Social Corporativa, 3(1). https://doi 10.1186/s40991-017-0024-x

Gobierno Regional de Amazonas. (2013). Impulsan exportación de cafe orgánico y fair trade desde Amazonas a Canadá y Alemania. https://www.gob.pe/regionamazonas

Gómez, J. (2013). Gestión logística y comercial. McGraw-Hill.

Guevara, K. (2021). Gestión logística para incrementar las exportaciones de café en la Asociación de productores Selva Nororiental, 2019. [Tesis de licenciatura Universidad de San Martin de Porres]. Repositorio académico USMP. https://hdl.handle.net/20.500.12727/8696

Gutiérrez, G., & Prida, B. (2022). Logística y estrategia: El diseño de la cadena de suministro. Pirámide.

Heizer, J., Render, B. & Munson, C. (2020). Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management. Pearson.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2022). Metodología de la investigación (7a ed.). McGraw-Hill.

Hill, C., & Hult, G. (2023). International business: Competing in the global marketplace (15a ed.). McGraw-Hill.

Hitt, M., Ireland, R., & Hoskisson, R. (2024). Strategic management: Competitiveness and globalization (14a ed.). Cengage Learning.

ICEX España Exportación e Inversiones. (2017). España Exportación e Inversiones. https://www.icex.es/

Instituto Hondureño del Café [IHCAFE]. (2024). Plan Estratégico de la Caficultura Hondureña 2024-2030: Logística y Mercados. Tegucigalpa, Honduras.

Instituto Nacional de Estadística e Informatica. (2017). Censo Nacional de Cooperativas - 2017. https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/k2/censos/cooperativas

Instituto Nacional de Estadística e Informatica. (2018). Resultados Definitivos Amazonas - 2018.https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1567/01TOMO_01.pdf

International Coffee Organization. (2024). Coffee market report 2023–2024. Recuperado el 15 de enero de 2026, de https://www.ico.org/

International Coffee Organization. (2024, Mayo). Coffee market report – May 2024. Recuperado el 15 de enero de 2026, de https://www.ico.org/

Jara, R., & Nieva, J. (2023). Optimización de la cadena logística para la internacionalización de la Cooperativa Agraria Cafetalera Selva Alta. [Tesis de licenciatura Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/669867

Johanson, J. y Vahlne, J. (2009). Revisión del modelo del proceso de internacionalización de Uppsala: de la responsabilidad de la extranjería a la responsabilidad de la extranjería. Revista de Estudios de Negocios Internacionales, 40, 1411-1431. https://doi.org/10.1057/jibs.2009.24

Junta Nacional del Café. (2021). Desafíos de la internacionalización del café. https://juntadelcafe.org.pe/category/noticias/page/3/

Lambert, D. (2021). Supply Chain Management: Processes, Partnerships, Performance. SCM Institute.

Levy, A. (2020). Café y globalización: desafíos y oportunidades para el desarrollo. CAF

Ley 31335. (2021). Ley de perfeccionamiento de la asociatividad de los productores agrarios en cooperativas agrarias. Congreso de la República.

López, M. (2020). Relación entre la innovación tecnológica y el proceso de internacionalización de las pymes exportadoras de café verde de la selva central. [Tesis de licenciatura, Universidad Continental]. Repositorio Institucional de la Universidad Continental. https://hdl.handle.net/20.500.12394/8468

Mendoza, R., Silva, J., & García, P. (2022). Desafíos logísticos de las cooperativas agrarias en el Perú: Una mirada hacia la internacionalización. Revista de Economía y Negocios, 14(2), 45-62.

Mendoza, Y. (2024). Teorías básicas de internacionalización de Pymes para la competitividad. Revista Compromiso Social, 1(13), 67–78. https://doi.org/10.5377/recoso.v1i13.19293

Ministerio de Comercio de Indonesia. (2025). Indonesian Coffee Export Outlook 2025-2026: Overcoming Logistics Barriers. Jakarta: Bureau of Communications and Public Information.

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2023). *Boletín informativo: Exportaciones de café peruano*. https://repositorio.midagri.gob.pe/jspui/handle/20.500.13036/38?offset=20

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2023). Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2019-2030: Actualización de metas estratégicas. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/76269-minagri-aprobo-plan-nacional-de-accion-del-cafe-peruano-2019-2030-en-beneficio-de-233-mil-familias-cafetaleras

Mora, L. (2011). Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes (1a ed.). Ecoe Ediciones.

Mora, L. (2023). Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento (3a ed.). Ecoe Ediciones.

Münch, L., & Ángeles, E. (2012). Metodos y tecnicas de investigación (4a ed.). Editorial Trillas.

Nolasco, S. (2023). La trazabilidad documentaria del café y la gestión logística de exportación de Coopagro en la ciudad de Jaen durante los años 2018-2021. [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipan]. Repositorio Institucional USS. https://hdl.handle.net/20.500.12802/11318

Oliveira, L., & Serra, R. (2019). Logística e competitividade no setor cafeeiro: Um estudo sobre o transporte interno no Brasil. Journal of International Logistics, 11(3), 88-105.

Organización Mundial del Café. (2023). Asociaciones y proyectos. https://icocoffee.org/es/

Organización Internacional del Trabajo. (2021). Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Tendencias 2021. Ginebra: OIT

Paz, H. (2008). Canales de distribución: gestión comercial y logística (3a. ed.). Lectorum-Ugerman.

Pires, S., & Carretero, R. (2021). Gestión de la cadena de suministros. McGraw-Hill.

Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review.

Prieto, J. (2013). Investigación de mercados. Ecoe Ediciones.

PROMPERU. (2023) Guía para la exportación de café.

Ramírez, D. (2021). Internacionalización de las Micro, pequeña y medianas empresas comerciales en el Cantón de Esmeraldas Ecuador. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. Repositorio Nacional PUCE. https://repositorio.puce.edu.ec/items/c0d42520-1e1b-4390-973b-f55194363fff

Robbins, S., & Judge, T. (2021). Comportamiento organizacional. (18a. ed.). Pearson Educación.

Serrano, A. (2021). Logística y transporte internacional. Parainfo.

Serrano, J. (2019). El proceso de internacionalización de las empresas manufactureras españolas. [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Biblioteca Complutense UCM. https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/b6d986a6-5298-4bed-8cf1-4b2a4ef00a97/content

Servera, D. (2010). Concepto y evolución de la función logística. Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales , 20 (38), 217-234.

Solleiro, J., & Castañón, R. (2016). Gestión tecnológica e innovación empresarial. Revista Latinoamericana de Administración, 52(3), 345–360.

Soret, I. (2020). Logística y marketing para la distribución comercial. ESIC

Suárez, T., Riofrío, M., & Benítez, F. (2023). Gestión de la Cadena de Suministro para Potenciar la Internacionalización de las Pymes de El Oro. Economía y Negocios, 14(1), 149-160. https://doi.org/10.29019/eyn.v14i1.1002

Valls, J. & Escorsa, P. (2003). Tecnología e innovación en la empresa. Edicions de la Universitat Politecnica de Catalunya.

Vargas, A. & Castañeda, D. (2019). Efecto de las cooperativas exportadoras de café en el crecimiento de la economía solidaria en Colombia. Reversco. Revista de Estudios Cooperativos, 130, 213-234. https://doi.org/10.5209/REVE.62810

Zelada, E. (2022). Gestión logística y atención al cliente en una empresa industrial del rubro alimentos, Lima 2021. Economía & Negocios, 4(2), 57–79. https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1338

IX. Anexos

Anexo A. Matriz de Consistencia

Título: *Gestión logística y la Internacionalización Empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023*

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema General	**Objetivo General**	**Hipótesis General**	**Gestión Logística**	Planificación	• Estrategia • Gestionar • Almacenar	**Tipo:** Aplicada **Enfoque:** Cuantitativo **Nivel:** Descriptivo correlacional **Diseño:** No experimental **Corte:** Transversal **Población:**184 asociados de la Cooperativa **Muestra:** 125 asociados de la Cooperativa **Técnica:** Encuesta **Instrumento:** Cuestionario
¿Como la gestión logística se relaciona con la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023? **Problemas Específicos** **¿**De qué manera la gestión logística se relaciona con el análisis de mercado para internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023? ¿Cómo la gestión logística se relaciona con el uso de la tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023? ¿Cuál es la relación entre la gestión logística y la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023?	Determinar la relación entre la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023. **Objetivos Específicos** Establecer la relación entre la gestión logística y el análisis de mercado para internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023 Evaluar la gestión logística y su relación con la tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023 Analizar la relación entre la gestión logística y la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023	Existe relación significativa en la gestión logística y la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023. **Hipótesis Especificas** La gestión logística se relaciona con en el análisis de mercado para internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023. La gestión logística se relaciona con en el uso de la tecnología para la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023. La gestión logística se relaciona con la calidad de producción en la internacionalización empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores Amazonas – 2023.		Transporte	Directo	
				Distribución	• Nacional • Internacional	
				Recurso Humano	• Selección • Capacitación • Motivación	
			Internacionalización Empresarial	Análisis de Mercado	• Legislación • Demanda del mercado • Ventaja competitiva	
				Tecnología	• Planta procesadora	
				Calidad de producción	• Control de calidad • Certificaciones • Pruebas de laboratorio • Satisfacción del cliente	

Anexo B. Instrumento

Cuestionario

Título: "Gestión logística y la Internacionalización Empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023"

La información será utilizada de manera confidencial, anónima y acumulativa; por lo que agradeceré proporcionar información veraz, ya que solo así será útil para la presente investigación. Lea con atención y conteste a las preguntas marcando con una "X" en un solo recuadro, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificaciones:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre

Gestión Logística		Valoración				
N°	**Ítems**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Dimensión 1: Planificación						
1	Conoce la misión, visión, estructura organizativa y las estrategias planteadas para lograr los objetivos de la cooperativa.					
2	Participa en la elaboración de nuevas estrategias de los planes logísticos y tienen presente su opinión.					
3	Conoce las alianzas financieras con las que trabaja la cooperativa.					
4	La gestión del plan logístico permite desarrollar responsabilidades y actividades que den cumplimiento a los objetivos planteados y se implementen acciones correctivas.					
5	Considera que los almacenes de la Cooperativa se encuentran ubicados en lugares estratégicos.					
6	Los almacenes de la cooperativa tienen la infraestructura adecuada que permite un mejor almacenamiento de los productos.					
Dimensión 2: Transporte						
7	El transporte que utiliza la cooperativa para la comercialización de sus productos es el mas adecuado.					
8	El estado de las carreteras limita el transporte eficiente del café.					
9	Conoce las rutas de distribucion del producto y el tipo de transporte internacional que utiliza la coopeerativa para la exportación de sus productos.					
Dimensión 3: Distribución						
10	Los procesos que desarrolla la cooperativa en la entrega del producto final son los mas adecuado.					
11	Conoce a que mercados internacionales exporta sus productos la cooperativa.					

Dimensión 4: Recurso humano						
12	La cooperativa cuenta con los mejores profesionales para alcanzar las metas y objetivos trazados.					
13	En la cooperativa realizan un proceso de selección para elegir los mejores profesionales.					
14	Considera que el recurso humano con el que cuenta la cooperativa es importante para una mejor gestión.					
15	Considera que las capacitaciones en logística y comercio exterior son importantes para un mejor desarrollo productivo.					
16	Considera que la cooperativa debe realizar capacitaciones a las áreas importantes a fin de potenciar los procesos logísticos					
17	Reciben capacitaciones de instituciones públicas para brindar una mejor asistencia técnica y financiera.					
18	La gerencia general de la cooperativa motiva o estimula a sus trabajadores y asociados para lograr una mejor productividad.					
19	Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta y se siente identificado con la cooperativa					

Internacionalización Empresarial		**Valoración**				
N°	**Ítems**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Dimensión 1: Análisis de mercado						
1	Conoce las politicas, regulaciones, aranceles, restricciones legales y normas de calidad internacional para ingresar a un mercado internacional.					
2	La cooperativa cuenta con potencial para acceder a nuevos mercados internacionales y aumentar sus ventas.					
3	Realizan investigaciones de mercados internacionales con la finalidad de conocer la demanda del café.					
4	Considera que el producto que ofrece la cooperativa tiene una ventaja competitiva y posicionamiento.					
5	El factor diferenciador de la cooperativa es el mas adecuado a diferencia de la competencia.					
Dimensión 2: Tecnología						
6	La cooperativa implementa tecnologia adecuada para la gestion logistica y mejora la calidad del proceso productivo.					
7	Invertir en maquinarias automatizadas mejoraría los procesos logisticos y/o la calidad del café.					
8	Invertir en una planta procesadora es importate para reducir el tiempo y trazabilidad del café.					

9	Orientan y monitorean a los asociados a realizar un manejo adecuado de las etapas del proceso de produccion de café.					
10	Conocen las normas de calidad internacional y documentan los procesos de producción.					
11	Cuentan con asistencia tecnica especializada para realizar un adecuada producción del producto.					
Dimensión 3: Calidad de producción						
12	Considera que al contar con las certificaciones internacionales cumplimos con los estandares de calidad.					
13	Conoce cuales son las principales certificaciones internacionales para ingresar a nuevos mercados internacionales.					
14	Considera que el proceso de catacion del café permite conocer la calidad de producto.					
15	La cooperativa cuenta con personal adecuado para realizar pruebas de laboratorio y mejorar la calidad del café.					
16	Utilizan encuestas, entrevistas y analisis de las redes sociales para conocer la satisfaccion del cliente con el producto.					
17	Considera importante conocer el nivel de satisfacción del cliente con los productos que ofrece la cooperativa.					

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. Datos Generales

Apellidos y nombres del Juez: DR. OCHOA PAREDES, FILIBERTO FERNANDO

Cargo e institución donde labora: Docente Principal Universidad Nacional Federico Villarreal Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Título del Plan de Investigación: Gestión logística y la Internacionalización Empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023

II. Aspecto de la Validación

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	BAJA 2	REGULAR 3	BUENA 4	MUY BUENA 5
1.- Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					**X**
2.- Objetividad	Permite medir hechos observables					**X**
3.- Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					**X**
4.- Organización	Presentación ordenada					**X**
5.- Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					**X**
6.- Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo con los objetivos planteados					**X**
7.- Consistencia	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					**X**
8.- Coherencia	Entre variables, indicadores y los ítems					**X**
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación					**X**

10.- Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					**X**
CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)						50
		A	**B**	**C**	**D**	**E**

Coeficiente de validez = 1 x A + 2 x B + 3 x C+ 4 x D + 5 x 10 = **50**

III. Calificación global (Ubique la coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA		INTERVALO
Desaprobado		[0,00-0,60]
Observado		<0,60-0,70]
Aprobado	X	<0,70-1.00]

IV. Calificación de aplicabilidad: Aplicable para la investigación planteada

Lugar: Lima, 04 de noviembre de 2025

REPÚBLICA DEL PERÚ
Firma Digital
Firmado digitalmente por: OCHOA PAREDES Filiberto Fernando FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04/11/2025 20:33:39-0500

Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes
DNI 07356267

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. Datos Generales

Apellidos y nombres del Juez: Dr. Miguel Ángel Pazos Almeyda

Cargo e institución donde labora: Docente Universidad Nacional Federico Villareal

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Título del Plan de Investigación: Gestión logística y la Internacionalización Empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023

II. Aspecto de la Validación

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	BAJA 2	REGULAR 3	BUENA 4	MUY BUENA 5
1.- Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					**X**
2.- Objetividad	Permite medir hechos observables					**X**
3.- Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					**X**
4.- Organización	Presentación ordenada					**X**
5.- Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					**X**
6.- Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo con los objetivos planteados					**X**
7.- Consistencia	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					**X**
8.- Coherencia	Entre variables, indicadores y los ítems					**X**
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación					**X**
10.- Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					**X**
CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)						50
		A	**B**	**C**	**D**	**E**

Coeficiente de validez = 1 x A + 2 x B + 3 x C+ 4 x D + 5 x 10 = **50**

III. Calificación global (Ubique la coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA		INTERVALO
Desaprobado		[0,00-0,60]
Observado		<0,60-0,70]
Aprobado	X	<0,70-1.00]

IV. Calificación de aplicabilidad: Aplicable para la investigación planteada

Lugar: Lima, 30 octubre de 2025.



Dr. Miguel Ángel Pazos Almeyda
DNI 06298721

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. Datos Generales

Apellidos y nombres del Juez: Mg. Gallegos Chiarella Gabriela Katherine

Cargo e institución donde labora: Docente Universidad Privada del Norte

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Título del Plan de Investigación: Gestión logística y la Internacionalización Empresarial de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores, Amazonas – 2023

II. Aspecto de la Validación

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	BAJA 2	REGULAR 3	BUENA 4	MUY BUENA 5
1.- Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					**X**
2.- Objetividad	Permite medir hechos observables					**X**
3.- Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					**X**
4.- Organización	Presentación ordenada					**X**
5.- Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					**X**
6.- Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo con los objetivos planteados					**X**
7.- Consistencia	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					**X**
8.- Coherencia	Entre variables, indicadores y los ítems					**X**
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación					**X**
10.- Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					**X**
CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)						50
		A	**B**	**C**	**D**	**E**

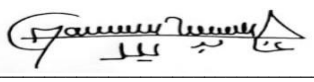
Coeficiente de validez = 1 x A + 2 x B + 3 x C+ 4 x D + 5 x 10 = **50**

III. Calificación global (Ubique la coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA		INTERVALO
Desaprobado		[0,00-0,60]
Observado		<0,60-0,70]
Aprobado	X	<0,70-1.00]

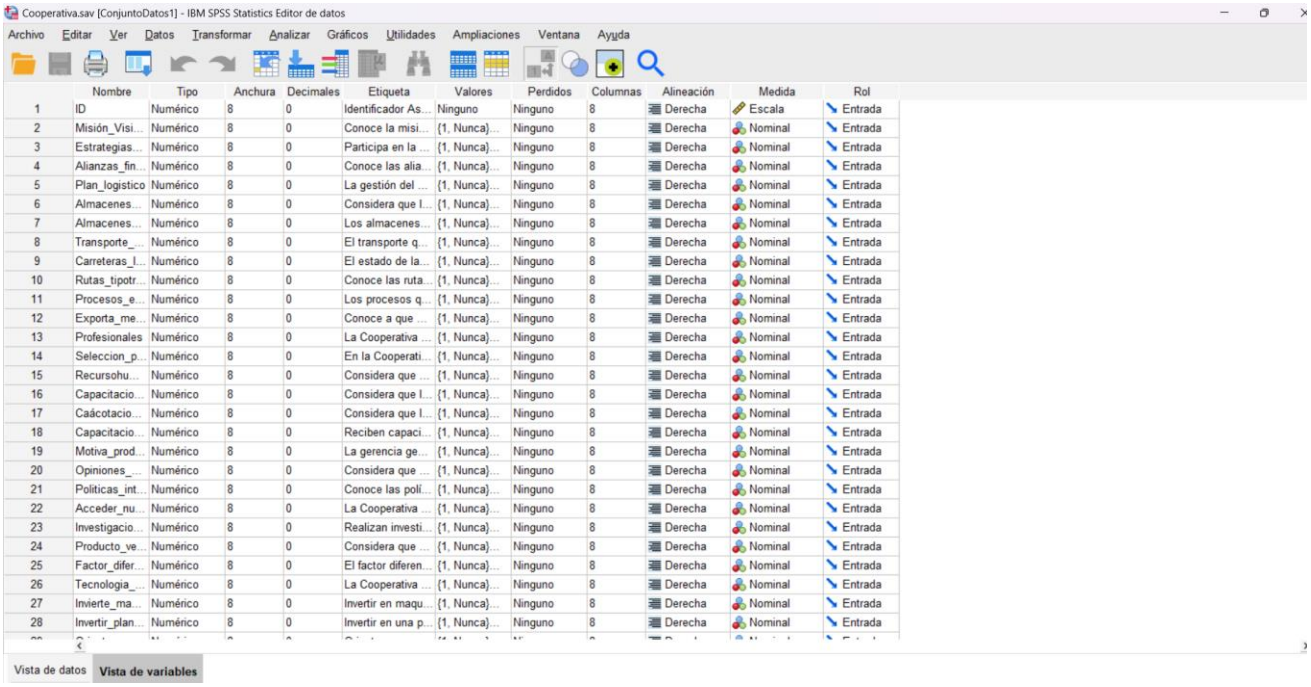
IV. Calificación de aplicabilidad: Aplicable para la investigación planteada

Lugar: Lima, 20 de octubre de 2024.



Mg. Gabriela Katherine Gallegos Chiarella
DNI 43196508

Evidencia: Statistics Editor



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	ID	Numérico	8	0	Identificador As...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
2	Misión_Visi...	Numérico	8	0	Conoce la misi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Estrategias...	Numérico	8	0	Participa en la ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Alianzas_fin...	Numérico	8	0	Conoce las alia...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Plan_logistico	Numérico	8	0	La gestión del ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Almacenes...	Numérico	8	0	Considera que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Almacenes...	Numérico	8	0	Los almacenes...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Transporte_...	Numérico	8	0	El transporte q...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Carreteras_l...	Numérico	8	0	El estado de la...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Rutas_tipotr...	Numérico	8	0	Conoce las ruta...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Procesos_e...	Numérico	8	0	Los procesos q...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	Exporta_me...	Numérico	8	0	Conoce a que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Profesionales	Numérico	8	0	La Cooperativa ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	Seleccion_p...	Numérico	8	0	En la Cooperati...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Recursohu...	Numérico	8	0	Considera que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	Capacitacio...	Numérico	8	0	Considera que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	Caácotacio...	Numérico	8	0	Considera que l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	Capacitacio...	Numérico	8	0	Reciben capaci...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	Motiva_prod...	Numérico	8	0	La gerencia ge...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	Opiniones_...	Numérico	8	0	Considera que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	Politicas_int...	Numérico	8	0	Conoce las polí...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	Acceder_nu...	Numérico	8	0	La Cooperativa ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	Investigacio...	Numérico	8	0	Realizan investi...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
24	Producto_ve...	Numérico	8	0	Considera que ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
25	Factor_difer...	Numérico	8	0	El factor diferen...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
26	Tecnologia_...	Numérico	8	0	La Cooperativa ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
27	Invierte_ma...	Numérico	8	0	Invertir en maqu...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
28	Invertir_plan...	Numérico	8	0	Invertir en una p...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

Evidencia: Encuestados

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1					PLANIFICACIÓN										
2	Nombre y apellidos	Edad	Ubicación, en qué distrito de Luya vive	Desde qué año forma parte de la Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores	Conoce la misión, visión, estructura organizativa y las estrategias planteadas para lograr los objetivos de la Cooperativa	Participa en la elaboración estratégica de los planes logísticos y tienen presente su opinión	Conoce las alianzas financieras con las que trabaja la Cooperativa	Al implementar nuevas estrategias para la Cooperativa, tienen presente su opinión	La gestión del plan logístico permite establecer tareas y responsabilidades que cumplan con los objetivos planteados e implementen acciones correctivas	Considera que los almacenes de la Cooperativa se encuentran ubicados en lugares estratégicos	Los almacenes de la Cooperativa tienen la infraestructura adecuada que permite un mejor almacenamiento de los productos	TRANSPORTE	El transporte que utiliza la Cooperativa para la comercialización de sus productos es el más adecuado	El estado de las carreteras limita el transporte eficiente del café	Conoce las rutas de distribución del producto y el tipo de transporte internacional que utiliza la Cooperativa para la exportación de sus productos
3	FVSDV	SDV	ADVGV	DV	Casi siempre	A veces	Siempre	Casi nunca	Siempre	Nunca	Casi nunca		Casi nunca	Siempre	Nunca
4	Karina Vasquez Sánchez	22	Providencia	2021	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre	A veces	Siempre
5	WILDER PUERTA VASQUEZ	53	PROVIDENC	2017	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Siempre	Casi siempre	Casi siempre
6	Anderson Díaz Vega	29	Pisuquia	2023	A veces	Nunca	A veces	Siempre	Casi nunca	A veces	A veces		Siempre	Casi siempre	Casi nunca
7	RENILSER BARVOZA CORREA	27	PROVIDENC	2023	A veces	Casi nunca	Nunca	Nunca	A veces	Siempre	Casi siempre		A veces	A veces	Casi nunca
8	Johnny henrri lopez rojas	41	Pisuquia	2020	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre	Casi siempre	A veces
9	JUAN CRUZ TORRES	24	Ocumal		Siempre	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Siempre	Siempre		Siempre	A veces	Siempre
10	JUDITH ESTHER VARGAS QUIROZ	35	Ocalli	2025	A veces	A veces	Casi siempre	A veces	A veces	Siempre	Siempre		Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
11	JHAMPIER SANCHEZ LOPEZ	19	Ocumal		A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Casi siempre		Casi nunca	A veces	Siempre
12	CRUZ ELENA FERNANDEZ RIVERA		Ocalli	2021	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi nunca	Casi nunca		Nunca	Nunca	A veces
13	WILDER PUERTA VASQUEZ	53	Ocalli		Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Casi siempre	Siempre	Casi siempre
14	DORIS CRUZ TORRES	27	Ocumal	2024	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre	A veces	Siempre
15	ORLANDO LOPEZ VASQUEZ	29	Providencia	2023	A veces	A veces	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		A veces	A veces	A veces
16	EFREIN BRICEÑO RAMOS		Congón		Nunca	Nunca	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	A veces		Siempre	A veces	Nunca
17	AMPARO CHAVEZ GUADALUPE	30			A veces	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Casi siempre		Siempre	Siempre	Siempre
18	ELMO CHAVEZ GUADALUPE	42	Ocalli		A veces	Siempre	Nunca	A veces	Nunca	Casi siempre	Nunca		Nunca	Nunca	Siempre
19	REISER CHAVEZ GUEVARA	40	Providencia		Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre
20	ILDER BARBOZA CHAVEZ	37			Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre		Siempre	Casi siempre	Siempre
21	CELSO VASQUEZ	62	Ocalli		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre	Casi siempre	Siempre
22	EFREIN BRICEÑO RAMOS	35	Ocumal	2024	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Casi siempre	A veces	Casi siempre
23	ALFONSINA AGUILAR TAFUR	45	San Pedro Providencia		Casi siempre	A veces	Casi siempre	A veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre		Casi siempre	A veces	Casi siempre
24	MERLIN R. AGUILAR SALAZAR	35	Providencia		Casi siempre	A veces	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre
25	Bejamin Zorilla Tello	51	cruz lomas	2019	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre
26	Hilda Puerta Herrera	51	Cruz Lomas		casi nunca	nunca	casi siempre	casi siempre	a veces	casi nunca	Casi nunca		Casi nunca	A veces	a veces
27	Roxana Fernandez Guesar	34	Ocalli		a veces	A veces	Siempre	a veces	a veces	Siempre	casi siempre		Siempre	Siempre	Siempre
28	Binhmister Chalas Villanueva	37	La Playa		Casi siempre	casi nunca	Siempre	a veces	a veces	casi siempre	Siempre		casi siempre	A veces	Nunca
29	Romel Murrugorra Fernandez	33	Providencia		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Siempre	casi nunca	Siempre
30	Jonatan Vasquez Vera	24			a veces	casi nunca	a veces	casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Siempre	nunca	a veces
31	Jhordan Antonio Bustos Arce	23			casi nunca	casi nunca	a veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre	A veces	Casi siempre

	A	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC
2	Nombre y apellidos	DISTRIBUCION	Los procesos que desarrolla la Cooperativa en la entrega del producto final son los más adecuado	Conoce a que mercados internacionales exporta sus productos la Cooperativa	RECURSO HUMANO	La Cooperativa cuenta con los mejores profesionales para alcanzar las metas y objetivos trazados	En la Cooperativa realizan un proceso de selección para elegir los mejores profesionales	Considera que el recurso humano con el que cuenta la Cooperativa es importante para una mejor gestión	Considera que las capacitaciones en logística y comercio exterior son importantes para un mejor desarrollo productivo	Considera que la Cooperativa debe realizar capacitaciones a las áreas importantes a fin de potenciar los procesos logísticos	Reciben capacitaciones de instituciones públicas para brindar una mejor asistencia técnica y financiera	La gerencia general de la Cooperativa motiva o estimula a sus trabajadores y asociados para lograr una mejor productividad	Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta y se siente identificado con la Cooperativa	ANALISIS DE MERCADO	Conoce las políticas, regulaciones, aranceles, restricciones legales y normas de calidad internacional para ingresar a un mercad internacional
3	FVSDV		Casi nunca	Nunca		Casi nunca	Casi nunca	Siempre	Siempre	Nunca	Casi siempre	A veces	Nunca		Casi nunca
4	Karina Vasquez Sánchez		Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre
5	WILDER PUERTA VASQUEZ		Siempre	Casi siempre		Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Casi nunca
6	Anderson Díaz Vega		Nunca	A veces		A veces	A veces	A veces	Casi nunca	Siempre	Casi nunca	Nunca	Casi nunca		Casi nunca
7	RENILSER BARVOZA CORREA		Casi siempre	A veces		Siempre	Casi siempre	A veces	Siempre	Siempre	Casi nunca	Siempre	A veces		Casi nunca
8	Johnny henrri lopez rojas		Siempre	Casi siempre		Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		A veces
9	JUAN CRUZ TORRES		Siempre	A veces		Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	A veces		A veces
10	JUDITH ESTHER VARGAS QUIROZ		A veces	Casi siempre		Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre		Nunca
11	JHAMPIER SANCHEZ LOPEZ		Casi siempre	Casi siempre		Casi siempre	Casi siempre	Siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	A veces		Casi siempr
12	CRUZ ELENA FERNANDEZ RIVERA		Casi siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Siempre
13	WILDER PUERTA VASQUEZ		Casi siempre	Siempre		Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre		Casi siempr
14	DORIS CRUZ TORRES		Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Casi siempr
15	ORLANDO LOPEZ VASQUEZ		Casi siempre	Siempre		Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre
16	EFREIN BRICEÑO RAMOS		Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces		A veces
17	AMPARO CHAVEZ GUADALUPE		Casi siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	A veces		A veces
18	ELMO CHAVEZ GUADALUPE		Nunca	Siempre		Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre		Siempre
19	REISER CHAVEZ GUEVARA		Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre
20	ILDER BARBOZA CHAVEZ		Casi siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre		Casi siempr
21	CELSO VASQUEZ		Casi siempre	Casi siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		Siempre
22	EFREIN BRICEÑO RAMOS		Siempre	Casi siempre		Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		A veces
23	ALFONSINA AGUILAR TAFUR		Casi siempre	Casi siempre		Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre		A veces
24	MERLIN R. AGUILAR SALAZAR		Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre		Casi nunca
25	Bejamin Zorilla Tello		Siempre	Siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	aveces	casi siempre	casi siempre		aveces
26	Hilda Puerta Herrera		casi siempre	casi nunca		Casi nunca	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	aveces	Siempre	aveces		aveces
27	Roxana Fernandez Guesar		Siempre	a veces		Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		casi siempr
28	Binhmister Chalas Villanueva		Siempre	Siempre		casi siempre	Siempre	casi siempre	Siempre	Siempre	casi nunca	A veces	aveces		Casi nunca
29	Romel Murrugorra Fernandez		Siempre	a veces		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		aveces
30	Jonatan Vasquez Vera		a veces	Casi siempre		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		aveces
31	Jhordan Antonio Bustos Arce		Siempre	a veces		Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre		aveces