



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**“CONDICIONES ACTUALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS
EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CAFÉ VERDE DE LA
PROVINCIA DE JAÉN PARA LA EXPORTACIÓN, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

FERNÁNDEZ SUXE, OSCAR JHULINIO

ASESOR:

MGTR. BERTA HINOSTROZA, MIKE PAUL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) OSCAR JHULINIO FERNANDEZ SUXE

Cuyo título es:

CONDICIONES ACTUALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CAFÉ VERDE DE LA PROVINCIA DE JAÉN PARA LA EXPORTACIÓN, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12....(número)
.....CATORCE.....(letras).

Trujillo (o Filial).....07.....de.....DIC del 2018


.....
PRESIDENTE
MARY MICHCA


.....
SECRETARIO
Roberto Suxe


.....
VOCAL
Miguel Ángel Suxe

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

El presente proyecto de investigación es dedicado principalmente a Dios, luego a mis Padres, Hermana y familia; quienes siempre me han estado apoyado en el trayecto de mi vida universitaria y de mi vida cotidiana, brindándome todas las fuerzas y ganas de salir adelante, ayudándome a crecer y aprender de su mano y ser una persona con valores que haga un cambio en la sociedad.

Agradecimiento

A Dios y mis padres por brindarme la fuerza y ganas de seguir luchando por mis sueños y objetivos que estoy realizando y tengo que realizar ya que se requiere de mucha dedicación, esfuerzo y perseverancia para seguir en el camino correcto y lograr todo lo que propongo en la vida.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo FERNÁNDEZ SUXE, OSCAR JHULINIO con DNI N° 71833518, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

De tal modo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, de 7 diciembre del 2018



Oscar Jhulino, Fernández Suxe

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **CONDICIONES ACTUALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CAFÉ VERDE DE LA PROVINCIA DE JAÉN PARA LA EXPORTACIÓN, 2018**; con la finalidad de demostrar cuales son estas y buscar la opción de mejora, para así poder lograr la exportación, teniendo en cuenta así mismo, de los requisitos y normas legales existentes en el mercado.

En el capítulo uno se menciona la realidad problemática, la comercialización de café en el Perú es uno de principales medios de ingreso de muchos pobladores, en la región Cajamarca, existe potencias para su comercialización, aunque existe programas gubernamentales, no se lograr ayudar en gran cantidad a los comerciantes, por otro lado, la provincia de Jaén tiene mucho potencial para que lo comercializadores logren la exportación de café verde, ya que es considerado uno de los mejores del Perú, siendo Jaén llamado la nueva Colombia.

El capítulo dos trata sobre los resultados obtenidos mediante el instrumento de medición SPSS demostrando el nivel de la variable y sus dimensiones, mientras en el capítulo 3 se habla la discusión de nuestra investigación con los antecedentes, en el capítulo tres dando las conclusiones de los resultados, para finalmente en el capítulo cuatro dar recomendaciones de cómo mejorar la variable de estudio.

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales deseo cumplir con los requisitos de aprobación.

FERNANDEZ SUXE OSCAR JHULINIO

RESUMEN

El presente proyecto de investigación titulado “Condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018”, tiene como objetivo principal Demostrar cuáles son las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.

La razón primordial del presente estudio es demostrar y tener la posibilidad de buscar un mejoramiento en las condiciones actuales del financiamiento en que encuentran las empresas, para así lograr la exportación generándoles mayor valor, así como crecimiento regional. Esta investigación utiliza como referentes a las teorías Eli Heckscher y Bertil Ohlin, Jürgen Basedow, por mencionar algunos, de quienes se seleccionaron las teorías como, Negocios internacionales competencia en el mercado global y Evolución del comercio internacional entre otras, Gracias a estos estudios y teorías propuestas por estos autores se pudo recopilar la información necesaria para poder comprender la variable: Condiciones actuales del financiamiento. El enfoque de la investigación es cuantitativo de diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó 27 empresas comercializadoras de café de la provincia de Jaén como unidades muestrales. La técnica usada para la recopilación de datos fue mediante la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario conformado por 32 preguntas. Usado Mediante el sistema de SPSS y la estadística descriptiva. Concluyendo que existe nivel bueno en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café, pero son necesarias mejorarlas, ya que en muchos casos no se cuenta con grandes recursos financieros y tecnológicos, que les permiten lograr la tan ansiada exportación.

Finalmente, se puede plantear crear asociaciones entre los comerciantes y productores de café, para así poder mejorar su nivel económico, estructural, logrando adaptarse rápidamente a la globalización, elevando las expectativas de exportación, buscando una experiencia a favor del objetivo principal del presente proyecto.

Palabras clave: Financiamiento, Exportación, café.

ABSTRACT

The present research project entitled "Current financing conditions for companies that sell green coffee in the province of Jaén for export, 2018", has as its main objective to demonstrate what are the current financing conditions of companies that sell green coffee from the province of Jaen. for export, 2018.

The main reason for this study is to demonstrate and improve the current financing conditions in which companies find, in order to achieve export, generating greater value and regional growth. For the development of this research were used as references to the theories Eli Heckscher and Bertil Ohlin, Jürgen Basedow, to name a few, from which theories were selected as international business competition in the global market and international trade evolution among others, Thanks to the studies and theories proposed by these authors, the necessary information could be gathered to understand the variable: Current financing conditions. The focus of the research is the quantitative design of a non-experimental cross section. We use 27 companies marketing coffee from the province of Jaén as sample units. The technique used for data collection was through the survey, using as an instrument the questionnaire consisting of 32 questions. Used through the SPSS system and descriptive statistics. Concluding that there is a good level in the current financing conditions of coffee trading companies, but they should be improved, since in many cases there are not large financial and technological resources that allow them to achieve the long-awaited export.

Finally, we can consider creating associations between traders and coffee producers, to improve their economic and structural level, adapting quickly to globalization, raising export expectations, seeking an experience in favor of the main objective of this project.

Keywords: financing, exports, coffee.

ÍNDICE

	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad Problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	17
1.3.1 Condiciones actuales del financiamiento	18
1.3.1.1 Dimensiones e Indicadores	19
1.3.2 Café	24
1.3.3 Exportación	24
1.3.4 Internacionalización	25
1.3.5 Comercio	25
1.4 Formulación del problema	25
1.4.1 Problema General	25
1.4.2 Problemas Específicos	26
1.5 Justificación del estudio	26
1.5.1 Social	26
1.5.2 Practico	26
1.6 Objetivos	27
1.6.1 Objetivo General	27
1.6.2 Objetivos Específicos	27
1.7 Alcances y limitaciones	27
1.7.1 Alcances	27
1.7.2 Limitaciones	28

II.	MÉTODO	29
2.1	Diseño de investigación	29
2.2	Enfoque de la investigación	29
2.3	Tipo de la investigación	29
2.4	Nivel de la investigación	29
2.5	VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	30
2.6	Población y muestra	32
2.6.1	Población	32
2.6.2	Muestra	32
2.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, Validez y confiabilidad	33
2.8	Métodos de análisis de datos	35
2.9	Aspectos éticos	35
III.	RESULTADOS	36
3.1	Descripción de datos	36
3.1.1	Variable: Condiciones actuales del financiamiento	36
3.2	Dimensión 01: Servicios financieros	37
3.3	Dimensión 02: Estrategias	38
3.4	Dimensión 03: Proyectos productivos	39
3.5	Dimensión 04: Dinámica empresarial	40
IV.	DISCUSIÓN	42
V.	CONCLUSIÓN	44
VI.	RECOMENDACIONES	46
VII.	REFERENCIAS	48
	ANEXOS	54
	Anexo 1. Instrumento de recolección de datos	54
	Anexo 2. Juicio de expertos	56
	Anexo 3. Confiabilidad	57
	Anexo 4. Matriz de consistencia	69

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En el Perú, el café se ha desarrollado como un producto agrícola de exportación muy importante, ya que poseen antioxidantes, así como para la elaboración de bebidas energéticas, es la segunda bebida más consumida después del té. Es el medio de ingresos de miles de personas en el mundo.

En cuanto al escenario internacional son pocas las Mypes cafetaleras que han logrado adaptarse a los cambios de la globalización y que aún siguen financiando sus activas tras años en el mercado. En una negociación realizada en Londres, se habló de la problemática del sector cafetalero enfocado en áreas de producción, gestión, financiamiento, adaptación a la globalización; donde buscan nuevas alternativas, programas de calidad y mejores procesos. En Latinoamérica 14 ministros de agricultura, se reunieron en Panamá para abordar las dificultades que tienen las Mypes, asimismo, enseñarles cómo realizar una buena gestión administrativa y financiera, marcando un avance para lograr la internacionalización. Existiendo diversos motivos que las impiden, tales como: la optación al cambio generacional, chip digital, recursos financieros, etc. Por otro lado si estas nacen con el desarrollo tecnológico y económico desde su función, pueden adaptarse rápidamente, permitiéndoles obtener un mayor conocimiento en promoción, difusión y mercados. En el año 2016, la cumbre Apec, menciona que el 92% de las empresas que iniciaron sus actividades hace 10 años nacieron PYMES y siguen siendo así, sin lograr desarrollarse.

En el Perú el café se siembra a 1200 msnm logrando un buen rendimiento, para la comercialización de café verde son necesaria tener las Normas técnicas peruanas. En el país más del 80% de Mypes desarrollan sus actividades de manera intuitiva y carecen de elementos obtimos para competir en un mercado globalizado, señala COFIDE. Solo 7% utilizan herramientas digitales en el desarrollo de la producción y gestión empresarial, para la coordinación de las áreas y que cuenten con financiamiento necesario. En 2016 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo lanzó el “Programa de Apoyo a la Internacionalización” (PAI) para PYMES,

con un fondo de S/ 25 millones que impulsara la internacionalización. Las empresas contarían con financiamiento para: estudios de mercado, plan de internacionalización, contratación de expertos en exportación, actividades de promoción comercial, asesoría contable, financiero, así como control de producción que permitirá abrir nuevas oportunidades de expansión.

En la región Cajamarca existen muchas dificultades para los empresarios agrícolas, por la falta de ayuda de las autoridades, ya que no aprovechan los programas estatales, dificultándole el desarrollarse y financiamiento, mejor tecnología y estudios que le permita buscar nuevos mercados, muchos no cuentan con financiamiento propio, ni áreas adecuadas para desarrollar los procesos y controles adecuados para un producto de calidad.

En la provincia de Jaén el café se siembra desde 700 msnm en adelante, los empresarios cafetaleros solo se dedican a la comercialización en el mercado local, dejando de lado la exportación, ya que no cuentan con conocimientos de gestión administrativa y financiera, así como la falta de aprovechamiento de programas estatales y privados para mejorar el control en los procesos de comercialización, así como también no cuentan las normas técnicas que se requiere para la exportación. Normalmente los comercializadores se agrupan en Cooperativas Agropecuarias para acceder a financiamientos permitiéndoles competir en el mercado. Las pequeñas empresas para crecer se enfrentan a múltiples adversidades, como las dificultades de financiamiento por las elevadas tasas de interés en el sector financiero, elevando los costos de los productos y dificultando la competencia justa de los precios con las grandes empresas.

1.2 Trabajos previos

Nacionales

Aguirre, A. (2015). Menciona en su tesis titulada “impacto económico financiero en los cafetaleros de la selva central del Perú por efecto de la influencia de las microfinancieras”. Lima, Perú. Tesis para obtener el grado profesional en contabilidad y finanzas en dirección financiera. Tiene como objetivo reconocer el impacto económico-financiero obtenido en los cafetaleros de la selva central del Perú

y los efectos de la incidencia del micro-financiero. La metodología usada utiliza un diseño aplicativo porque superpone conocimientos, analiza, describe e interpreta. Teniendo como conclusión que las micro financieras, forman parte fundamental del impacto económico financiero, la cual fue positiva en los cafetaleros; gracias al financiamiento y créditos proporcionados a tasas preferenciales que están muy debajo de los créditos concedidos por el sector informal elevando su consolidación.

Cubas, A Y Vivas, C. (2018). En su tesis titulada “El financiamiento de comercio exterior y la influencia en el crecimiento de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas agrícolas del departamento de Lambayeque en el periodo 2010 - 2014”, Lambayeque, Perú. Para optar el grado profesional de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales. Su objetivo es demostrar la influencia del financiamiento de comercio exterior para las exportaciones de las Mypes agroexportadoras lambayecanas en el período 2010-2014. El enfoque en la tesis es cuantitativo. Concluye que el financiamiento de comercio exterior predomina directa y muy significativamente para mejorar las exportaciones de las pymes, demostrado por la significancia bilateral que es menor que 0.05 y por la correlación de Pearson de 0.910.

Quispe, Q. (2017). En su tesis titulada “Análisis financiero y no financiero para una adecuada toma de decisiones gerenciales de la cooperativa agraria cafetalera san juan del oro Ltda., periodos 2014 – 2015”. Puno, Perú. La obtención de título de contador público. Tiene como objetivo evaluar el análisis financiero y no financiero aplicando el sistema Dupont, EVA y sobre todo las perspectivas como apoyo para tomar decisiones en la Cooperativa Agraria Cafetalera “San Juan del Oro Ltda.”. La metodología aplicada en este proyecto de investigación es: el sistema Dupont y el EVA. Concluyo al realizar la evaluación del sistema Dupont se pudo observar que durante el año 2014 y 2015 solo se tuvo un retorno sobre el patrimonio positivo, pero es bajo ya que no supera el 1%. En la evaluación del Valor Económico Agregado se tuvo como resultado la destrucción de valor en ambos periodos de investigación lo cual es algo inaceptable por cantidad inmensa de destrucción de valor, esto permitió ver la importancia de realizar estos dos tipos análisis y que deberían ser aplicados con frecuencia por las empresas.

Egas, Gálvez, García y Granda. (2018). En su tesis “Planeamiento Estratégico para el Café en el Perú”. Lima, Perú. Tesis de licenciado. Tiene como objetivo demostrar e implementar estrategias de mejora que beneficien a las empresas, comercializadoras entre otros. La metodología usada en la descriptiva. Concluye que intereses primordiales del Café en el Perú son: generar alianzas estratégicas de productores y exportadores del Café para mantener el soporte del subsector y elevar la competitividad, mejorar la infraestructura permitiendo mayor acceso a los cultivos en zonas de selva, el desarrollo tecnológico mejora la calidad de los cultivos, incentivar el consumo interno de Café peruano como producto bandera, aprovechando el desarrollo de la gastronomía y atraer yendo nuevos agricultores que prefieren el cultivo de coca.

Javier, S. (2016). En su tesis “Importancia del financiamiento en la agroexportación de las empresas en el marco del TLC PERÚ – EE.UU.”. Lima, Perú. Para obtención de maestría en finanzas y mercados financieros. Tiene como objetivo demostrar cuánta importancia se obtiene con el financiamiento en las actividades de agro exportación de las empresas en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – EE.UU. La metodología utilizada en la investigación es de tipo descriptiva. Concluyo que los datos obtenidos permiten establecer cuál es la solvencia económica lograda por las empresas y como incide en lograr mayor diversidad productiva en las actividades de agro exportación en el TLC, permitiendo establecer el tipo de rentabilidad financiera de las empresas, aprovechando la discrepancia entre los precios de mercado y costes en la producción en el sector agroexportador.

Internacional

Donado, A. (2015) en su tesis titulada "Fuentes de financiamiento utilizadas por los caficultores del municipio de Atescatempa del departamento de Jutiapa". Guatemala. La investigación se realizó para la obtención de licenciatura. Su objetivo es Identificar cuáles son las fuentes de financiamiento utilizadas por los caficultores del municipio de Atescatempa del departamento de Jutiapa. Para realizar la investigación se utilizó el método descriptivo por lo cual se realizaron cuestionarios dirigidos a caficultores, jefes de bancos, jefes de cooperativas e intermediarios de café del municipio de Atescatempa del departamento de Jutiapa. Teniendo como conclusión se pudo

identificar que una de las ventajas de los recursos propios es que no pagan intereses y que no tienen tiempo específico para ser devueltos, pero una de sus mayores desventajas es el riesgo que existe de recuperación ante una pérdida; aportación de socios posee la ventaja que aumenta el capital de la sociedad y posee la desventaja de no llegar a consensos de nuevos proyectos entre socios; proveedores posee la ventaja de no utilizar garantías para recibir el financiamiento pero tiene la desventaja que requiere de un análisis de costo-beneficio para evitar costos ocultos; anticipo de clientes tiene la ventaja que disminuye el riesgo de pérdida de la empresa pero posee la desventaja de riesgo de demandas por incumplimiento de acuerdos; entidades financieras posee la ventaja de los programas de ayuda social por parte de las cooperativas para personas individuales o empresas pero tiene la desventaja de que generan intereses y utilizan garantías.

Escobar, G. (2014) En su tesis “Creación de fuentes de financiamiento en la actividad agrícola del café” Guatemala, para la obtención del título de contador público y auditor. Tiene como objetivo la planeación e integrar sistemáticamente se sus actividades que la empresa desarrolla en un determinado periodo. Su enfoque metodológico es cuantitativo. Teniendo como conclusión que las actividades cafetaleras, pasan por una crisis financiera, porque se necesita volúmenes altos de capital de trabajo para su funcionamiento, financiamiento que los bancos no proporciona, presentan riesgos altos a las empresas que realizan sus actividad con el café, además el hacer un préstamo bancario resulta ser más sencillo, pero muy limitativo, es necesario buscar nuevas forma de financiamiento se hace imperativo, pudiendo ser la emisión de obligaciones o accionamientos algunas de las alternativas. Examinando que el costo de capital de trabajo será más alto, pero proveerá de los fondos necesarios.

Cervantes, S. (2017) En su tesis titulada “El papel de la banca de desarrollo como instrumento de desarrollo rural: Financiamiento para pequeños productores y productores de café”, Ciudad de México, México. Tesis de obtención de licenciado en Economía. Tiene como objetivo describir como financiera nacional de desarrollo, siguiendo el mandato constitucional que se confiere al estado y desde el marco del PND, apoya a aplicación de políticas públicas a partir de una política del

financiamiento orientada a establecer programas de atención específica a sectores que, por sus características, no han acceso a crédito. Utiliza un método para consolidar que la decisión tomada es la mejor alternativa existente para resolver un determinado problema público, de manera descriptiva. En conclusión, se consideró que, si bien la creación de programas de financiamiento y la consecuente implementación de mecanismos de mitigación de riesgo como garantías líquidas, los subsidios para reducción de costos del crédito y el fondo con recursos públicos, entre otros, son un gran paso para lograr la inclusión financiera de la población rural, no generan, por sí solos, las condiciones para el acceso permanente a servicios financieros de los grupos más vulnerables de la población rural.

Romero, Z. (2016). En su tesis titulada “Estudio de la estructura de mercado de la comercialización de café en Honduras”. Zamorano, Honduras. Para la obtención de licenciado en administración de agro negocios. Tiene como objetivo dar a conocer las cualidades del café de Honduras, así como poder lograr un mayor número de comercializadores que lleguen a exportar su producto. La metodología utilizada en este estudio constituye tres etapas, identificación de la información necesaria, recepción de fuentes de información primarias y secundarias y el análisis de la información. Dando como conclusión que la investigación ha identificado que existe sustituibilidad tanto en la demanda como en la oferta. Existe mucho potencial de competencia. Mediante las diferentes calidades y especialidades del grano que permite especializar los segmentos de exportación conforme a las ventajas comparativas de las zonas de influencia para las exportaciones.

Reguerin, C. (2013). en su tesis “titulación de flujos futuros como forma alternativa de financiamiento enfocado al sector cafetalero exportador”. La paz, Bolivia. Para obtención de licenciado. Tiene como objetivo demostrar que la titulación de los flujos futuros es un mecanismo financiero que las organizaciones exportadoras de café orgánico de los yungas del departamento de la paz pueden implementar como una alternativa de financiamiento. La metodología usada es exploratoria que permite desarrollar un análisis deductivo, partiendo de conceptos globales para obtener posteriormente respuestas concretas. Como conclusión se ha demostrado que la titularización de flujos futuros puede convertirse en una interesante alternativa para

que las organizaciones exportadoras de café capten recursos a un menor costo financiero y emplearlos en mejorar la producción, certificación y exportación de un producto de calidad con más competitivas en mercados internacionales.

1.3 Teorías Relacionadas al Tema

El respaldo de las teorías relacionadas a la investigación se fundamenta en el desarrollo de definiciones y conceptos de la variable; condiciones actuales del financiamiento con la intención de lograr un mejor entendimiento.

Teorías

Teoría de la ventaja competitiva

Basedow, J. (2012) a partir de las ideas de Adam Smith: Ventaja competitiva, sostiene que nace primordialmente del valor que una empresa es apto de crear para sus compradores, que exceda el costo de esa empresa por crearlo, se alcanza por cuatro fundamentos que a su vez exigen; incremento de productividad, valor del producto, trabajo y capital (p52).

Teoría de la ventaja comparativa

Basedow, J. (2012) hace alusión a la teoría de Adam Smith: Ventaja Comparativa, menciona que una empresa o grupo de individuos debe enfocarse en aquellos bienes producidos con mejor eficiencia, con un menor costo, simplificación de tiempo en la producción y comprar a otros países lo que se produce con menor eficiencia (p35)

La nueva teoría del comercio internacional

Hill, C. (2011) menciona que la nueva teoría del comercio internacional hace mención a las economías de escala, obteniendo mayor volumen de producción a un menor costo de producción (p169).

Teoría de Heckscher – Ohlin

Hill, C. (2011) Menciona en su libro Negocios internacionales competencia en el mercado global, refiriéndose a la teoría de Eli Heckscher y Bertil Ohlin, señalando que las empresas deberían comercializar con aquellos bienes que aprovechan los factores de producción como mano de obra, materia prima y capital, de tal modo deberían de importar aquellos productos escasos de factores de producción (p167).

1.3.1 Condiciones actuales del financiamiento

Brenes, L. y Bermúdez, L. (2013), mencionan en su libro “condiciones actuales del financiamiento de las pymes costarricenses”, manifiesta que: Las teorías modernas procuran explicar el comportamiento de las empresas con relación a sus estrategias de financiamiento que se hallan en la Teoría de la Jerarquía Financiera, la Teoría del Ciclo de Vida Financiero y la Teoría del Racionamiento del Crédito, basadas esencialmente en las asimetrías de información o desconocimiento de las dinámicas empresariales, dándose entre los oferentes de servicios financieros y las empresas, como entre el gerente y los socios de una empresa.(...) se plantean una percepción de incurrir en altos riesgos al financiar proyectos productivos –especialmente para Mypes y nuevos emprendimientos– generando obstáculos al buscar el financiamiento para el desarrollo de sus actividades.

Por otra parte, según Business Visión (2016) menciona que las condiciones actuales del financiamiento, cuentan con diversas aplicaciones y suelen ser usados por todos los niveles de la corporación y en unidades diferentes de análisis tales como producto, mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocios, etc. Resaltando su fortaleza y mejorando las debilidades internas al compararse de manera objetiva y relativa con la competencia y conocer las oportunidades y amenazas del ambiente.

Morales, P. (2015). Menciona que las condiciones actuales de las empresa por más grande que esta sea, no puede enfrentar por si sola el avance tecnológico que se ha desarrollado en los últimos años, es necesaria la especialización de I+D propio, así como el beneficio de la capacidad de investigación de centros externos y desarrollo efectuados por otras compañías; dando más alternativas a la subcontratación de una parte de la investigación y cooperación entre empresas. La función de enriquecimiento busca tomar la decisión de comprometerse con el desarrollo de nuevas tecnologías, escogiendo la mejor forma de proceder, lo cual proporciona una amplia gama de oportunidades (Pavón y Hidalgo, 1997).

1.3.1.1 Dimensiones e indicadores

A. *Servicios financieros*

Céspedes (2016). Menciona que son propiciados por la industria financiera, donde abarcan un alto rango de organismos que gestionan fondos, incluso las cooperativas de crédito, bancos, compañías de tarjetas de crédito, compañías de seguros, compañías de financiamiento al consumidor, brokers de bolsa, fondos de inversión entre otras. Se busca reducir utilidades y no su renta, un objetivo principal es sincronizar la disponibilidad del ingreso con las necesidades de consumo, aunque tienen sus riesgos. Por esto los servicios financieros constituyen una herramienta importante para suavizar los ciclos en el consumo. Por otro lado, acceder a este tipo de servicios es difícil para los colectivos más vulnerables, que se ven obligados a conjugar flujos de ingreso irregulares con instrumentos financieros escasos o imperfectos.

Indicador 1: Financiamiento

Hernández (2013). El autor define que es un grupo de recursos monetarios financieros para el desarrollo de actividades, con características generalmente donde sumas tomadas del préstamo que complementan los recursos propios. Así como medios financieros que el estado obtiene para cubrir un déficit presupuestario. Es decir que el financiamiento se desarrolla dentro y fuera del país por medio de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazos.

Indicador 2: Inversión

Negretti (2015). Menciona que la inversión es la implicación de fondos en un proyecto, con el propósito para obtener un beneficio en el futuro. También, se considera a la inversión como la inserción de dinero en una operación financiera o proyecto con el fin de generar una rentabilidad futura. El hecho de invertir significa adaptar el ahorro al gasto en bienes de equipo o de capital, o en activos financieros, para obtener una rentabilidad. Es considerada como una la clave del crecimiento, al aportar el factor capital para la creación, amortización de las actividades productivas, para obtener plusvalías con las adquisiciones realizadas (p20).

Indicador 3: Crédito

Ellerger (como se cito en Gonzales, 2017) menciona que es un método aceptable para obtención de efectivo, se usa mediante la promesa de agenciarse de dinero en la fecha

o un plazo que es determinado. El crédito tiene la seguridad plena que cobrará al vencimiento estipulado, dependiendo si lo acordó una vez que efectuó un análisis muy específico (p6).

Ellerger (como se cito en Gonzales, 2017) menciona cuando se analiza un crédito su objetivo es tomar decisiones adecuadas para determinar si hay que darle lo que ha solicitado mediante el crédito. Una gran deficiencia de los ejecutivos que manejan crédito es la falta de criterio y capacidad para un buen análisis del futuro beneficiario del crédito (p7).

Indicador 4: Riesgos

Ávila (2005). Define que son la causa en las posiciones de inversión, financiamiento y cobertura de movimientos en los actores de riesgo en variación de obligaciones financieras por movimientos de tasas de interés, asimismo en los mercados nacionales y globales, así como los cambios en las posiciones activas y pasivas, con resultados de fluctuaciones en las tasas de cambio en bolsa, cambios de precios y volumen de mercancías, utilidad y pérdida neta de las posiciones de cobertura de activos y pasivos.

B. Estrategias

Mendoza, K. (2016). Menciona que son un proceso de adopción de mando que responde a la necesidad de llegar a un punto y el plan de acción que resalta de ese proceso, es decir, un plan de acciones detallado sobre productos, precio, publicidad, promoción, racionamiento, ventas y distribución, etc. Al definir que hace la estrategia, se tendrá que examinar su propósito y describir su funcionamiento (p25).

Nuñoz, Wong & Yacsa, A. (2015) Mencionan que el término estrategia proviene de la palabra griego estratos, “ejército”, y agein, “conducir”, “guiar”. Esta palabra es aplicada para distintos contextos como en el campo empresarial, negocios, ejército, en la educación y capacitación, entre otros. A menudo, las empresas tienen que trabajar con estrategias, métodos, habilidades, procedimientos {...}.

Indicador 1: Publicidad

Para Arrens, Weigold, y Arrens (como se cito en Abascal, 2016)) la publicidad inicio a principios del siglo XX por Albert Lasker, quien definió que la publicidad es el arte de vender en forma impresa con un objetivo primordial. Luego se inventó la radio, la

televisión y el internet, por consiguiente, por ende las definiciones han ido variando. La definición y el concepto son diferentes según la profesión que se tenga. (...)sin embargo, las personas que se dedica a los negocios podrían definirlo como una estrategia de mercadeo con un fin económico. Los consumidores podrían definirlo como una molestia. La publicidad es la comunicación no personal c compuesta y estructurada de información, pagada y persuasiva sobre bienes, servicios e ideas por patrocinadores a través de varios medios. Se afirma que la publicidad es un tipo de comunicación y se transmite de forma impersonal o masiva (p27).

Indicador 2: Racionamiento

Mendizabal, A. Y Lertxundi, A. (2014). Definen que se usaba para el control de alimentos, bebidas en la guerra, pero en lo empresarial se usa para medir la cantidad del nivel de producción, control económico, permitiendo no sufrir por la falta de créditos pudiendo suplirlas. Se estudia las relaciones bancarias y racionamiento de Pymes en crisis financieras, tal como la evolución y variación; el análisis estadístico utiliza el contraste de Igualdad de Medias (...).

Indicador 3: Distribución

Chopra (como se sito en Quispe, 2017) menciona que la distribución es llevar un producto o servicio al cliente o viceversa. Respondiendo a las peticiones del cliente durante o después de la venta. Estos son los transcurros o funciones primordiales que se llevan a cabo para realizar una venta exitosa. Finanzas, contabilidad, tecnología e información, recursos humanos mejorar y facilitan el funcionamiento de la cadena de valor o distribución (p20).

C. Proyectos productivos

Agualongo, E. (2013). Señala que tienen como objetivo, impulsar y mejorar el establecimiento y desarrollo del negocio, elevando el número de empleos, elevando el ciclo de vida y evolución de la empresa, así como tener objetivos. Permittiéndoles conocer las características del sector productivo, para conocer quienes están llamados a desarrollar estos proyectos, como innovación. Son personas y empresas enfocadas a realizar actividades relacionadas con la agricultura, minería y la industria, se basan en diferentes tipos de relaciones de producción y utilizan nuevas tecnologías.

Indicador 1: Desarrollo del negocio

La revista Epunto (2016). Menciona que es una gestión multidisciplinar para el desarrollo de productos y servicios, enfocada a mejorar la comercialización empresarial. Definiendo nuevas oportunidades, creación de necesidades y desarrollo de nuevas estrategia para alianzas, define la forma de evolucionar el negocio para no estancarse, así seguir creciendo. Es muy constante ver confundir el desarrollo de negocio con marketing o con ventas. Pues es importante saber que, aunque debe existir una estrecha relación entre ellas, se trata de áreas totalmente distintas, donde cada una posee sus propias funciones (...).

Indicador 2: Innovación

Olso (como se cito en Castillo y Leal 2010). Menciona que es la incorporación de nuevas o significativas mejoras del producto, es el desarrollo de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo de las prácticas internas de la organización, así como en las relaciones exteriores. Para estos casos, las innovaciones tecnológicas se refieren al producto y al proceso, tomando la innovación para la creación de nuevos productos o servicios, para la mejora de las características, prestaciones y calidad ya existentes. La innovación supone la introducción de nuevos procesos de producción y el cambio de los ya existentes, su objetivo principal es la disminución de costos.

Indicador 3: ciclo de vida

Hernández, N. (2014). Menciona que cualquier organismo u organización, que atraviesa una serie de ciclos de desarrollo, conocidas dentro de la teoría de empresa como: Nacimiento, Crecimiento, Madurez, Declinación, Liquidación. Siendo la fuerza básica importante para comprender el desenvolvimiento y manejo de una empresa. La gente, los bienes o servicios, las empresas, tienen ciclos de vida. Una organización incrementa su riqueza cuando se encuentra en la fase de crecimiento. En algunas oportunidades las organizaciones, como los seres humanos, pasan un ciclo: nace, crece, madura (alcanza estabilidad) y algunas declinan en el proceso. Existen empresas que desaparecen en el primer o segundo año de creación (...).

D. Dinámica empresarial

Levy, A (2016). Significa implantar en una institución el proceso constante de crear valor sostenible y sustentable y recursos humanos competitivos. Tiendo claridad en su

visión organizacional y lograr que esta visión sea comprendida, compartida por todos sus miembros así como. (...) desarrolla nuevas alternativas innovadoras basadas en el posicionamiento de marcas en la productividad de sus recursos y competitivo. (...). Así como sobresalir por la calidad del producto, de sus servicios, de sus procesos y de sus valores gestionando efectivamente el cambio incremental para su visión a futuro.

Mendizabal, A. Y Lertxundi, A. (2014). Definen que la dinámica empresarial se usaba para el control de alimentos, bebidas en las guerras, pero en lo empresarial se usa para medir la cantidad del nivel de producción, control económico, permitiendo no sufrir por la falta de créditos pudiendo suplirlas. Se observa la relación bancaria y el racionamiento de las Pymes cuando existe crisis financieras, como su evolución y variación; para el análisis estadístico se utiliza el contraste de Igualdad de Medias.

Indicador 1: Crear valor

Gronroos & Helle (como menciona en Cherras, Condor, Villegas y Lezano) Mencionan, que la creación de valor aptando una perspectiva de servicio en la industria, en la práctica, por ello significa menciona que: las actividades y procesos del proveedor, son importantes para el negocio de sus clientes, son coordinadas con sus respectivas actividades y procesos, en un flujo agrupado de acciones, tiene el propósito de mejorar los procesos que realizan los clientes, eventualmente mejorando los resultados del negocio. Tener una visión amplia del negocio y no enfocar en el valor como un resultado, sino como órgano de creación de valor (p54).

Indicador 2: Cultura organizacional

Schein (como se cita en Lino, 2017). Menciona que es el desarrollado aprendido en una comunidad durante su proceso de solución de problemas de adaptación externa e integración interna de una organización. Así, funcionando lo suficientemente bien de supuestos pueden ser considerados como válidos, por ende, son necesarios ser enseñados a los nuevos miembros de la empresa como es la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación a los problemas que transcurran (p22).

Indicador 3: Productividad

Marcel (como se menciona en mesa y mesa, 2015). Menciona que la sociedad economía y el crecimiento de una empresa, siendo visible a lo largo de poco más de medio siglo de su existencia ha ido incorporando, con relevancia, a los sujetos

sociales.(...), hoy día es fundamental obtener nuevos aspectos como la equidad de géneros, la satisfacción de las necesidades básicas de las personas, el respeto a las minorías étnicas, entre otras (p21).

1.3.2 Café

A. Definición

Orton (como se citó en Yen, 2016) menciona en Crónicas modernas para el cultivo del café,

“El origen del café se considera sus orígenes en las tierras altas de Etiopía y Sudán (África), localizada a más de 1000 metros sobre el nivel del mar. La distribución del café en el continente americano donde se establece desde México hasta Bolivia, ocupando valles, cordilleras. La planta del café arábigo está formada por un tallo central en cuyo extremo presenta una parte meristemática en continuo crecimiento, lo que da origen a la formación de nudos y entrenudos. Los factores principales que inciden el comportamiento de los cafetos son temperatura, humedad, iluminación, ventilación y suelo”. (Orton, 1983)

1.3.3 Exportación

A. Definición

Para los autores Griffin & Evert (2005) menciona que la exportación es un producto que es creado dentro de un país de origen para luego ser enviado al extranjero para su comercialización (p96).

Por otro lado, Daniels, Radebaugh & Sullivan (2004) mencionan que la exportación como mercancías que son envidas fuera del territorio nacional donde fue producido. Asimismo, mencionan son una transacción económica internacional que se realiza de un país hacia otro (p.9).

1.3.4 Internacionalización

A. Definición

Filion, Cisneros y Mejía (como se citó en Herrera, 2016) mencionan en su libro Administración de las PYMES, adoptan como definición de la internacionalización como el desarrollo mediante la cual las partes incrementan la toma de consecuencias sobre la influencias directas e indirectas de las transacciones internacionales en su futuro, estableciendo y gestionando transacciones con otros países.

Ortega y Espinoza (2015). Mencionan que es la indagación para nuevos mercados distintos al nacional sobre el que se operan. Se centra en exportar, importar

invertir en el extranjero, implementar la producción en un país distinto al nuestro {...}, (p.22).

1.3.5 Comercio

A. Definición

Fuentes, F. (2015). Define como el canje de bienes económicos efectuados entre dos o más partes, de tal manera, “dando origen a nuevas salidas de mercancía de un país, entradas de productos provenientes de otros países”. La teoría económica encuentra sentido al comercio internacional a través del principio de las “ventajas comparativas”, que es, que cada país debe producir en lo que es más competitivo y a su vez importar lo que otros países producen más eficientemente competente.

Ricardo (Como se cito en Quineche 2017). Menciona que es beneficioso solamente cuando hay una ventaja comparativa, con condiciones más débil que la ventaja absoluta. La ventaja absoluta es un caso especial del principio general de la ventaja comparativa, se planea la utilización de las ventajas comparativas de un país en relación al resto del mundo.

1.4 Formulación del Problema

1.4.1 Problema general

¿Cuáles son las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018?

1.4.2 Problema específico

1. ¿De qué manera los servicios financieros se aplican en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018?
2. ¿Qué estrategias se utilizan para mejorar las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde en la provincia de Jaén para la exportación, 2018?
3. ¿Cómo los proyectos productivos contribuyen a las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018?

4. ¿De qué manera la dinámica empresarial mejora las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018?

1.5 Justificación del Estudio

1.5.1 Social

La investigación da a conocer cuáles son las Condiciones actuales del financiamiento de las empresas productores de café verde para lograr la exportación de muchas empresas tanto del rubro cafetalero como de muchas otras. Ayudando a tener mayor información a las nuevas investigaciones, que permita ampliar conocimientos sobre soluciones de problemas y dificultades que las empresas puedan tener en el transcurso de su vida empresarial, ayudándolos a adaptarse a los cambios constantes en el mundo empresarial.

1.5.2 Practico

La investigación es de tipo practico porque existe la necesidad de mejorar el nivel para determinación de información precisa y concisa de las Condiciones actuales del financiamiento de los comercializadores de café verde para la exportación, sacando los beneficios que llevan a la empresa mejorar los tiempos de producción y oportunidades de salir a nuevos mercados y a disminuir los costos de producción y los tiempos de llegada. Demostrando que contribuye a todo tipo de empresas, los resultados podrán ser aplicables a otros fenómenos o ayudaría a explicar o entenderlos.

1.6 Objetivo

1.6.1 Objetivo general

Demostrar cuáles son las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.

1.6.2 Objetivo específicos

1. Describir de qué manera los servicios financieros se aplican en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.

2. Identificar qué estrategias se utilizan para mejorar las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.
3. Identificar cómo los proyectos productivos contribuyen en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.
4. Determinar de qué manera la dinámica empresarial mejora las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.

1.7 Alcances y limitaciones

1.7.1 Alcances

El presente estudio realizado desea conocer cuáles son las “Condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde para la exportación, Jaén 2018”, al analizar el diagnóstico podemos precisar cómo aplicar el valor obtenido y compartirlos con las Mypes cafetaleras logrando una mejoría dentro de su entorno tanto social como económico, dando posibilidades y oportunidades de búsqueda al mercado internacional.

- **Ámbito geográfico:** Región Cajamarca, Provincia de Jaén.
- **Delimitación temporal:** Periodo 2018
- **Unidad de análisis:** Empresas comercializadoras café

1.7.2 Limitaciones

Las limitaciones encontradas pueden ser determinadas por la falta de datos sobre las Condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde para la exportación, como también existen pocas investigaciones del tema o aplicación del mismo en nuestro país como en la región Cajamarca. Como también el poco acceso que se tiene a los productores de café, estos no permiten que se le brinde asesoría y no dan la información sobre sus empresas, porque tienen desconfianza a ser engañados.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

La investigación es realizada con un diseño no experimental de corte transversal porque observa al objeto de estudio tal como se encuentre al momento de la búsqueda de información.

Los autores, Hernández, Fernández & Baptista (2014) mencionan como una investigación no experimental es el estudio y la observación de problemas que se encuentran en la realidad sobre las variables, no tener que alterar o manipularlas para luego ser analizados (p152).

2.2 Enfoque de la investigación

La investigación realizada seguirá un enfoque cuantitativo ya que se utiliza una variable medible, y recolección de datos, que se fundamentan con la medición, donde explica una posible respuesta y señala los resultados.

Hernández, R. (2014) manifiesta que el enfoque cuantitativo es un proceso donde se procede a recoger datos numéricos para la demostración y la demostración de las teorías relacionadas al tema de investigación (p4).

2.3 Tipo de investigación

La investigación será de tipo de estudio aplicada, porque aplicará conocimientos teóricos a determinadas situaciones concreta, dando a conocer el cómo hacer, como actuar y para modificarla según se desea.

Según Hernández, Fernández y Baptista, es importante “concentrar la atención en las posibilidades fácticas de llevar a la práctica las teorías y envía sus esfuerzos para mejorar los problemas y las necesidades planteadas por las personas en sociedad en un corto plazo” (p.80).

2.4 Nivel de investigación

La presente investigación tiene un nivel de estudio descriptivo, porque utilizará un método de análisis, logrando el objeto del estudio señalando las características.

Según Hernández, Fernández y Baptista. (2014) “los estudios descriptivos buscan demostrar propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis de estudio [...]” (p80).

2.5 Variables y Operacionalización

Variable

En la investigación se demuestran las características o cualidades de estudio, donde los datos sufren variaciones dentro de una escala, recorrido o intervalo.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican las variables son propiedades que varían y estas variaciones son capaces de medirse o ser observadas (p105).

Operacionalización de la variable

Es el transcurso en el que la variable desarrolla los conceptos que deberán ser medibles y observables, en esta ocasión con dimensiones, indicadores e Ítems.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan la separación de la variable en sub términos que pueden hacerse verificables y medibles, transitando la variable en dimensiones a indicadores y por último en ítems según su aplicación que se dese llegar(p211).

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de la variable: Condiciones actuales del financiamiento

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICION	NIVELES O RANGO	
<p>Brenes, L. & Bermúdez, L. (2013), mencionan que las “condiciones actuales del financiamiento de las pymes costarricenses”, manifiestan que las teorías modernas tratan explicar el comportamiento de las organizaciones con relación a sus estrategias de financiamiento se encuentran la Teoría de la Jerarquía Financiera, la Teoría del Ciclo de Vida Financiero y la Teoría del Racionamiento del Crédito, basadas principalmente en las asimetrías de información o desconocimiento de las dinámicas empresariales, que se da tanto entre los oferentes de servicios financieros y las empresas, como entre el gerente y los accionistas o inversores de una empresa. (...) por consiguiente , plantean que la percepción de incurrir en altos riesgos al financiar proyectos productivos – especialmente en el caso de las empresas más pequeñas y nuevo emprendimiento– genera dificultades a la mi pyme al buscar el financiamiento que necesitan para el desarrollo de sus negocios.</p>	<p>Para poder medir las condiciones actuales de las empresas de productoras de café de la provincia de Jaén, se tomará en cuenta el estado en que estas se encuentran y como realizan sus actividades, que será medido a través de un estudio descriptivo utilizando tablas y gráficos para poder medir la Tendencia que se encuentran.</p>	Financiamiento	1,2,3		Muy deficiente 0-10	
		Inversión	4,5		Deficiente 11-20	
		Crédito	6,7		Regular 21-30	
		Riesgos	8,9,10		Bueno 31-40	
		Publicidad	11,12		Muy bueno 41-50	
		Racionamiento	13,14		Muy deficiente 0-6	
		Distribución	15,16	Siempre (5)	Deficiente 7-12	Muy deficiente 0-32
		Desarrollo del negocio	17,18,19	Casi siempre (4)	Regular 13-18	Deficiente 33-64
		Innovación	20,21	A veces (3)	Bueno 19-24	Regular 65-96
		Ciclo de vida	22,23	Casi nunca (2)	Muy bueno 25-30	Bueno 97-128
		Crear valor	24,25,26,27	Nunca (1)	Muy deficiente 0-7	Muy bueno 129-160
		Cultura organizacional	28,29		Deficiente 8-14	
		Productividad	30,31,32		Regular 15-21	

Fuente: Elaboración propia

2.6 Población y Muestra

2.6.1 Población

En la presente investigación la población considerada, está respaldada por SUNAT dando a conocer las empresas comercializadoras de café de la Provincia de Jaén, la población para esta investigación está constituida por 58 empresas comercializadores de café.

Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que “la población también llamado universo es su totalidad donde los acontecimientos serán analizados, donde la población deberá poseerá características similares o en común” (p174).

2.6.2 Muestra

La muestra se realizó a 27 empresas comercializadoras de café, que se encuestó a dueños y encargos, así como personal de las áreas más relevantes, los cuales cuentan con mayor conocimiento de la misma. Buscando la mejor opción para que las empresas logren exportar mejorando las condiciones actuales del financiamiento en que se encuentran.

Fórmula de cálculo de la muestra

n=?

N=58

Z= 90%

P= 50%

Q=50%

D=5 %

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

$$n=38.9992/0.8149=23.09=23 \text{ Empresas}$$

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014). La muestra es como un grupo finito o infinito de elementos con características similares para los cuales se ampliarán las conclusiones de la investigación. Quedando delimitada por el problema y por los objetivos del estudio (p81).

Tabla 2

Empresas cafetaleras de la provincia de Jaén.

Outspan Perú S.A.C
Exportadora Romex S. A
Louis Dreyfus Perú S. A
Cafetalera Amazónica S.A.C
SelvaCacao SAC
OVM SA
Otras Empresas (52)

Fuente: SUNAT

De acuerdo a la tabla 2, se presenta las empresas productoras de café más importante, como las pequeñas, los datos fueron obtenidos de SUNAT tomando toda la provincia de Jaén.

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

La investigación, usó la encuesta como método para recopilar datos, que proporciona la información concisa para determinar las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén, para determinar si cuentan con lo necesario para lograr la exportación.

Rodríguez y Peñuelas, (2008). Mencionan que las técnicas, son los medios que se emplean para la recopilación de información, donde las que más se destacan son la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas (p9).

Instrumento

En la presente investigación, el instrumento utilizado para la recopilación de datos fue el cuestionario, esta permitió analizar y dar a conocer las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café para lograr la exportación. Por esto, el instrumento está constituido por preguntas de la variable de la investigación.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) los instrumentos utilizan dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de

respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas (p127).

Validez

La herramienta utilizada para esta investigación, fue sometida a un juicio de expertos, lo cual la validez de la investigación dependía de ellos.

Tabla 3

Validación de expertos

Docentes	Valoración
Mg. Romaní Franco, Vivian	Aplicable
Lc. Guerra Bendezú Carlos	Aplicable
Mg. Maldonado, Percy	Aplicable
Dr. Frías Guevara, Roberth	Aplicable

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Mencionan a la validez como el grado de medición para el instrumento, dado estrictamente a las variables planteadas

Confiabilidad

El cuestionario aplicado fue de tipo Likert, buscando la fiabilidad del instrumento, mediante el método del Alfa de Crombach, por lo cual el cuestionario solo se utilizó para poder conocer cuáles son las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén.

Para la obtención del grado para la confiabilidad se desarrolló un trabajo piloto con 27 empresas comercializadoras de café, a quienes se les aplicó un cuestionario compuesto por 32 preguntas, con un nivel de confiabilidad del 95%; luego de dicha calificación se realizó un proceso mediante el coeficiente del Alfa de Crombach para verificación de su confiabilidad.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	32

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
	Válido	27	100,0
Casos	Excluido	0	,0
	Total	27	100,0

2.8 Métodos de Análisis de Datos

La investigación utilizo como método para el análisis de datos, la estadística descriptiva, utilizando frecuencia en el SPSS para así poder procesar los resultados obtenidos por medio del instrumento, con el fin de analizar la variable del estudio con sus dimensiones.

Leal, A. (2013). Menciona que el SPSS permite recodificar y manejar las variables y registros según las necesidades que la persona necesita, para así, en alguna oportunidad precisamos expresar alguna variable de una forma diferente, sin que exista ningún problema. La ventaja primordial y la razón de su tremendo reconocimiento radican en su capacidad que presenta el SPSS para trabajar con bases de datos de mayor tamaño (...).

2.9 Aspectos éticos

Los datos recogidos en la presente investigación fueron desarrollados en base a las normas del manual APA en su 6ta edición, dándose fe de que todas las fuentes citadas en esta investigación están de acuerdo a estas normas respaldando la confiabilidad de la investigación.

Los datos obtenidos en campo mediante la encuesta desarrollada no sufrido manipulación ni fue adulterada en ningún sentido, es así que la encuesta fue puesta a prueba bajo anonimato a los 27 partícipes sin comprometer sus identidades, con la finalidad de encaminar de forma correcta la investigación con su respectiva autorización por los mismos.

III. RESULTADOS

3.1. Descripción de Datos

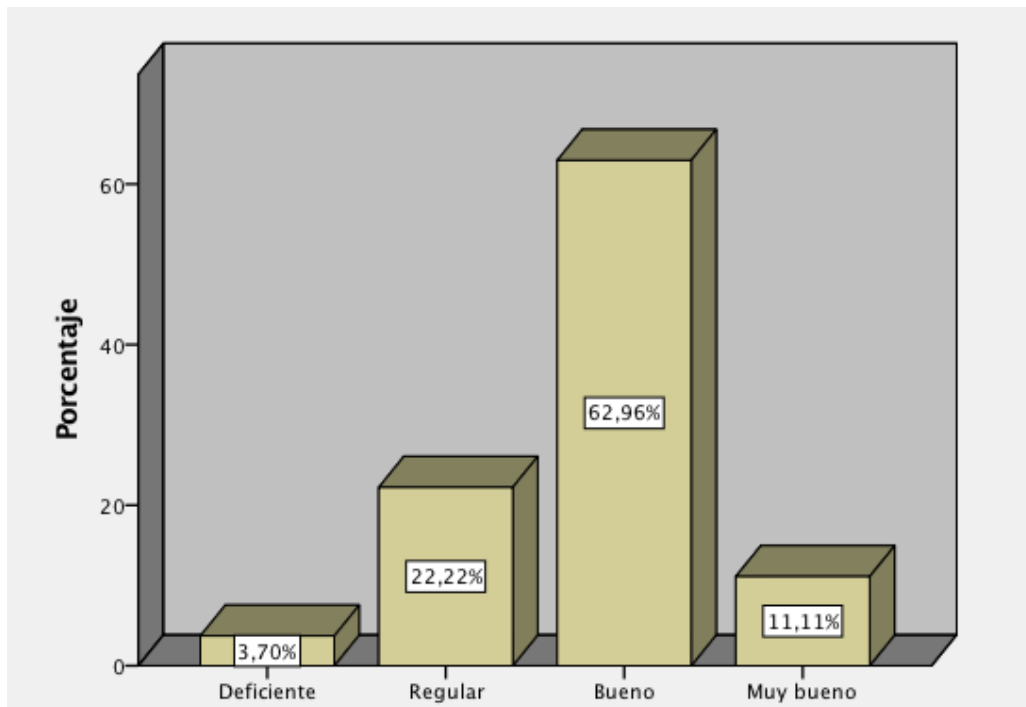
3.1.1 Variable: Condiciones actuales del financiamiento

Tabla 6

Frecuencias de las Condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén, 2018.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3,7	3,7	3,7
	Regular	6	22,2	22,2	25,9
	Bueno	17	63,0	63,0	88,9
	Muy bueno	3	11,1	11,1	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Gráfico 1-Frecuencias de las Condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén, 2018.



Interpretación: En la tabla número 6 y grafica 1, se observa que de las 27 empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén que han sido encuestadas, señalan una sola persona que las condiciones actuales del financiamiento es deficiente que representa el 3,7%, 6 indicaron que es regular que representa el 22,2%, mientras que el 17 personas señalan bueno las condiciones actuales del financiamiento que

representa el 63%, solamente 3 personas mencionaron que las condiciones actuales del financiamiento son muy buenas que representa el 11,1%, podríamos concluir que las condiciones actuales del financiamiento son aceptables ya que sumando bueno y muy bueno llega al 74,1%, siendo de manera significativa alta.

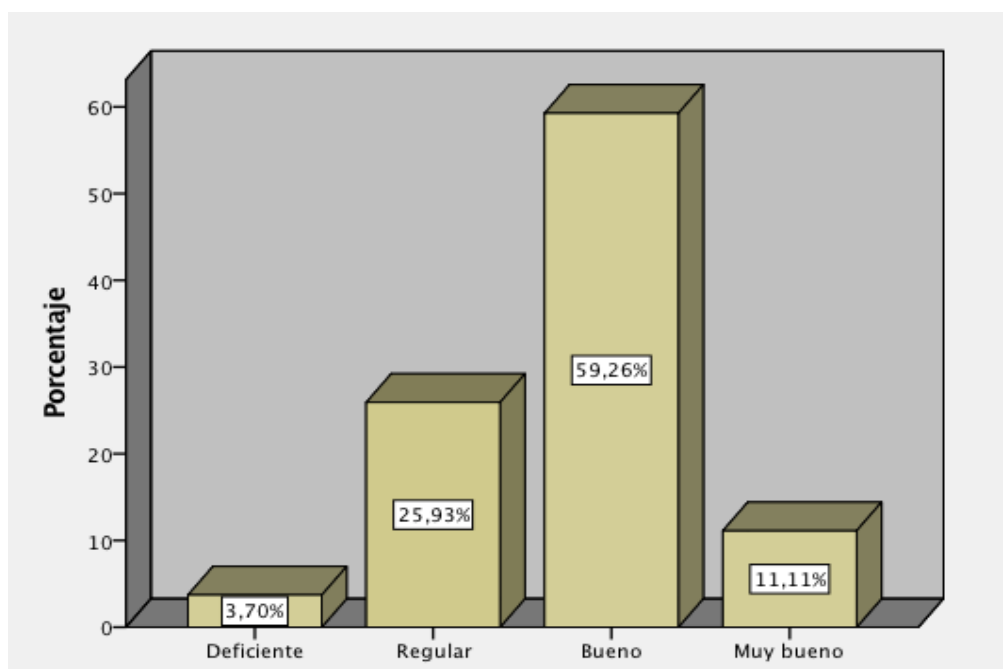
Dimensión1: Servicios financieros

Tabla 7

Servicios financieros de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén,2018.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3,7	3,7	3,7
	Regular	7	25,9	25,9	29,6
	Bueno	16	59,3	59,3	88,9
	Muy bueno	3	11,1	11,1	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Gráfico 2 - Servicios financieros de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén,2018.



Interpretación: En la tabla número 7 y grafica 2, se observa que de las 27 empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén que han sido encuestadas en la dimensión servicios financieros se comprueba que no existe muy deficiente, solo

señala una persona que existe deficiencia, que equivale al 3,7%, 7 personas indicaron que el servicio financiero es regular que equivale al 25,9%, mientras que 16 personas indican que es bueno con el 59,3%, solamente 3 personas indican que los servicios financieros son muy buenos que representa el 11,1%, podríamos concluir que los servicios financieros son aceptables ya que sumando bueno y muy bueno llega al 70,4%, siendo de manera significativa alta.

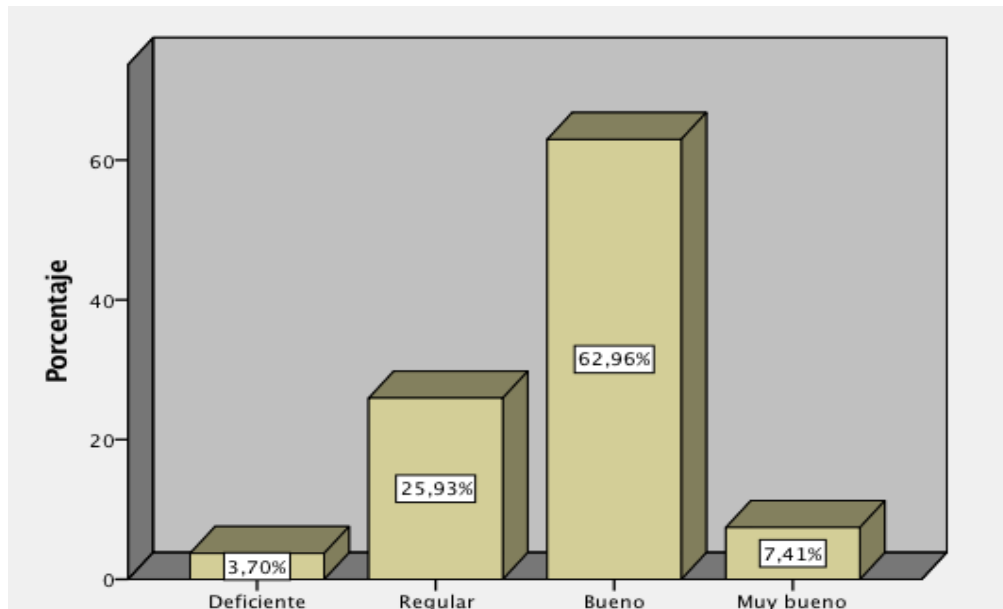
Dimensión 2: Estrategias

Tabla 8

Estrategias de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3,7	3,7	3,7
	Regular	7	25,9	25,9	29,6
	Bueno	17	63,0	63,0	92,6
	Muy bueno	2	7,4	7,4	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Gráfico3- Estrategias de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén, 2018



Interpretación: En la tabla número 8 y grafica 3, se observa que de las 27 empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén que han sido encuestadas en la dimensión estrategias se comprueba que no existe muy deficiencia, se señala que

una persona indico deficiencia que representa el 3,7%, mientras que 7 personas indicaron que las estrategias son regular que equivale al 25,9%, 17 personas indicaron que fue bueno representado el 63%, solamente 2 personas indican que las estrategias son muy buenas que equivale al 7,4%, podríamos concluir que las estrategias son aceptables ya que sumado bueno y muy bueno llega al 70,4%, siendo de manera significativa alta.

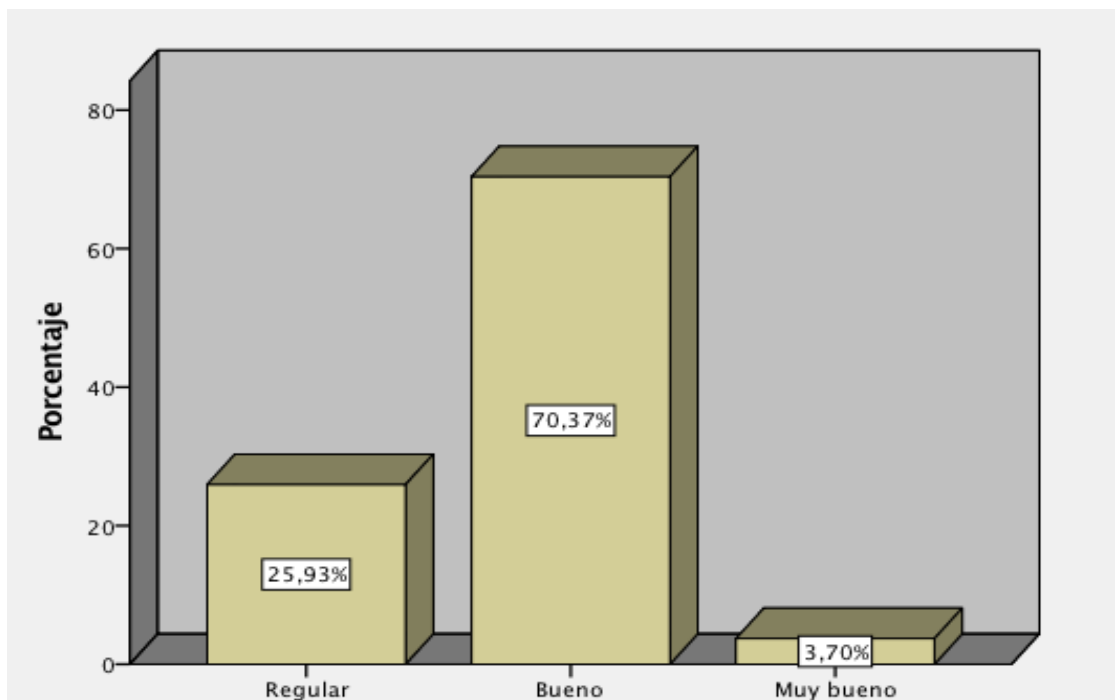
Dimensión 3: Proyectos productivos

Tabla 9

Proyectos productivos de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de jaen,2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	7	25,9	25,9	25,9
	Bueno	19	70,4	70,4	96,3
	Muy bueno	1	3,7	3,7	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Grafica 4 - Proyectos productivos de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de jaen,2018



Interpretación: En la tabla número 9 y grafica 4, se observa que de las 27 empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén que han sido encuestadas en la dimensión proyectos productivos se comprueba que no existe muy deficiencia y

deficiente, mientras que 7 personas señalaron que los proyectos productivos son regular que equivale al 25,9%, 19 personas señalaron que los proyectos productivos son buenos con el 70,4%, solamente una persona indico que los proyectos productivos son muy buenos que representa el 3,7%, podríamos concluir que los proyectos productivos son aceptables ya que sumando bueno y muy bueno llega al 74,1% siendo de manera significativa alta.

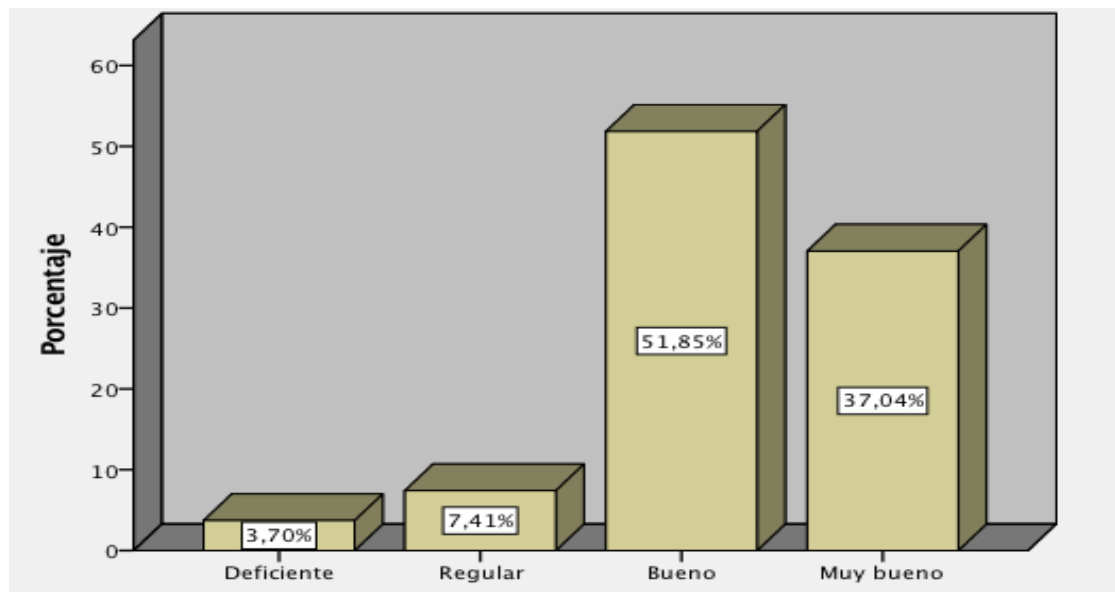
Dimensión 4: Dinámica empresarial

Tabla 10

Dinámica empresarial de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de jaen,2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3,7	3,7	3,7
	Regular	2	7,4	7,4	11,1
	Bueno	14	51,9	51,9	63,0
	Muy bueno	10	37,0	37,0	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Grafica 5 - Dinámica empresarial de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de jaen,2018



Interpretación: En la tabla número 10 y grafica 5, se observa que de las 27 empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén que han sido encuestadas en la dimensión dinámica empresarial se comprueba que no existe muy deficiente, solo se señaló que una persona existe deficiencia que equivale al 3,7%, 2 personas indican

que los dinámica empresarial es regular que equivale al 7,4%, mientras que 14 personas indicaron que la dinámica empresarial es buenas que representa el 51,9%, solamente 10 personas indicaron que la dinámica empresarial es muy buena que equivale al 37%, podríamos concluir que la dinámica empresarial es aceptable ya que sumado bueno y muy bueno equivale al 88,9%, siendo de manera significativa que es alta.

IV. DISCUSIÓN

Donado (2015) en su tesis se identificó la ventaja de los recursos propios y el no pago de intereses para el financiamiento utilizado por los caficultores del municipio de Atescatempa del departamento de Jutiapa, pero menciona las desventajas al no poder desarrollar nuevos proyectos, teniendo desventaja de un análisis de costo-beneficio, lo cual corrobora los resultados de esta investigación, debido a que son buenas las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018, pero estas son aprovechadas en su plenitud en la parte de la exportación, ya que esto incidiría en obtener mejores precios en sus productos.

En esta investigación se demuestra la aplicación de los servicios financieros utilizados en el rango bueno, para las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén, pero estas necesitan una mayor función o mejoramiento de condiciones, para elevar el volumen de financiamiento y recursos en esta zona supliendo las deficiencias y carencias de capital, lo cual corrobora Cervantes (2017) en su proyecto de investigación considera la creación de programas de financiamiento, para lograr la inclusión financiera de la población, que no generan por si solos, ya que las condiciones para el acceso permanente a los servicios financieros no les son permitidos.

Egas, Gálvez, García y Granda. (2018) en su tesis concluyen que las estrategias usadas por productores, exportadores del café es tener una sostenibilidad, desarrollo tecnológico de calidad incrementando la estabilidad de la empresa, lo cual corrobora con la presente investigación ya que las estrategias se usadas para mejorar las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde en la provincia de Jaén para la exportación, 2018, permitiendo contar con una sostenibilidad, presencia tecnológica enfocado en la calidad, reflejado en el incremento de la empresa, permitiéndole mayor capital de trabajo y rentabilidad.

En la investigación permite identificar cómo los proyectos productivos pueden contribuir en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018, ya que esta puede lograr valor constante y permanente, lo cual no permite vacíos o corte de producción, en actividades fuera de sus rubros, que le permiten subsistir, la cual es corroborada con Escobar (2014) que

concluye que la crisis financiera representa un gran riesgo para las empresas cafetaleras, es por eso que busca nuevas fuentes de financiamiento para poder proveer de fondos para el funcionamiento de la misma.

Javier (2016) en su tesis concluye que de los datos obtenidos le permitió establecer solvencia económica alcanzada por las empresas, todo esto gracias a la diversidad productiva, que les permitió establecer la rentabilidad financiera, que incide para el aprovechamiento de los diferentes mercados y costo de producción, lo cual corrobora los resultados de la investigación, que la dinámica empresarial contribuyen al mejoramiento de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café, que les permiten estar más estable económicamente y con mayor productividad, por consiguiente una rentabilidad optima, generándole en el tiempo un mayor valor a la empresa.

V. CONCLUSIONES

La percepción de los comerciantes de café es relativamente buena con respecto a las condiciones actuales del financiamiento, ya que se considera que es muy importante para el desarrollo de sus actividades, dando la posibilidad de contar con los mecanismos que les permita poder exportar, dando a su producto poder contar con las medidas de calidad exigidas por el mercado, así como por los organismos reguladores, que son requeridas a la hora de una exportación. Así mismo recalcar que el financiamiento es fundamental para que una empresa logre mejorar y mantenerse en el mercado globalizado y tener mejor conocimiento permitiéndoles expandirse a nuevos mercados potenciales.

Según el objetivo específico N°1; se concluyó que existe significancia con respecto a la dimensión ya que los servicios financieros se aplican en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018; con una escala de bueno del 59,3%, que le permite poder financiar sus actividades, pero es necesario la realización de nuevos programas de financiamiento si se desea exportar, demostrada en la tabla número 7 y grafica 2.

Según el objetivo específico N°2; se concluyó que existe significancia con respecto a la dimensión ya que se identificó que las estrategias se utilizan para mejorar las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018; con una escala de bueno del 63%, donde se muestra que se está a la vanguardia de la tecnología, técnicas y procesos para mejorar su producto, demostradas en la tabla 8 y grafica 3.

Según el objetivo específico N°3; se concluyó que existe significancia con respecto a la dimensión ya que se identificó como los proyectos productivos contribuyen en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018; con una escala de bueno del 70,4%, permitiéndoles generar mayor valor financiero a la empresa, para así estar preparados en casos de crisis, demostrado en la tabla 9 y grafica 4.

según el objetivo específico N°4; se concluyó que existe significancia con respecto a la dimensión, para determinar de qué manera la dinámica empresarial mejora las condiciones

actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018; con una escala buena del 51,9%, por esto les proporciona a las empresas una mayor sostenibilidad ya que las áreas están en constante comunicación disminuyendo riesgos en los procesos, demostrado en la tabla 10 y grafica 5.

Con la realización de la investigación y el recojo de la información, se llega a concluir que las empresas comercializadoras de café contarían con el financiamiento necesario para realizar sus actividades, sin embargo no cuentan con planes de adecuados de desarrollo económico, esto no les permite lograr exportar sus productos, siendo necesario recibir ayuda profesional, para mejorar el desarrollo de la empresa, así como también crear asociaciones comerciales, para lograr mejores resultados, elevando su crecimiento económico y no estar en desventaja frente a competidores nacionales e extranjeros, estando a la vanguardia de nuevas tecnologías del mundo actual.

Con respecto al Objetivo General, demostrar cuales son las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, se demostró con el 63%, las empresas están en un rango bueno, demostrando que las empresas cafetaleras pueden realizar sus actividades en el mercado local, pero lo que se busca es contar con mayor volumen de financiamiento, para de esta manera lograr exportar el producto, por esto se concluyó que se debe buscar la ayuda de programas estatales que les permita mejorar su nivel económico, así como también alianzas estratégicas ya que de esta manera se puede lograr un financiamiento internacional, logrando mejorar la estructura organizacional, que les permitirá contar con mayor capacidad de afrontar riesgos y poder cumplir con los normas nacionales e internacionales, para que el producto logre ser exportado.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda seguir realizando este tipo de proyectos de investigación, con el propósito de buscar más alternativas de mejora a los problemas con respecto a las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde para lograr la exportación, así como también beneficiando a los sectores agrícolas. Por esto es necesario desarrollar e implementar estrategias comerciales, al mismo tiempo realizando planes y búsqueda de nuevas formas de financiamiento que les permita la busque de mercados internacionales.

Es necesario estudiar más a profundidad las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde, en sus 4 dimensiones, la cual fue expuesta en la presente investigación, puesto que estas determinaran cuales necesita un mayor fortalecimiento mediante la ayuda profesional, privada o estatal.

Se recomienda promover una cultura organizacional en las empresas, llevado de la mano de una asesoría constante o periódica que les permita a los comercializadores de café, contar con informes constante del funcionamiento de la empresa, así como el mejoramiento y adopción a nuevas tecnológicos, adaptándose a las normas y leyes del comercio internacional y nacional. La falta de información genera que los comercializadores no logren competir con empresas de mayor tamaño, por esto es de vital importancia estar en constante investigación y desarrollo, para que el producto este más presentable si se busca exportarlo, el error más común de las empresas que no logran desarrollarse en el transcurso del tiempo es porque viven estancadas en sus ideas tradicionales, cuando se deberían modificar o mejorar el producto, dándole un valor agregado permitiéndole ser más comercial en el mercado

Se recomienda construir alianzas estratégicas con productores, proveedores y otros comercializadores, para contar con mayor financiamiento, trabajando con personas comprometida con visión de futuro a largo plazo, permitiendo tener mayor valor y solides a la empresa. Las alianzas permiten ser más competitivos, tener mayor solvencia económica, enfrentar precios de los competidores, permitiéndoles tener a los comercializadores de café de la provincia de Jaén, planes de contingencia en caso de problemas financieros, así como crear proyectos que eleven el valor y sostenibilidad de la empresa, así logrando la exportación.

Otra manera de mejorar el financiamiento y reducir riesgos es mediante los agrupamientos empresariales “clúster”, que permite generar economías de escala en las actividades en equipo, cadenas productivas más exitosas, esta es una de los mejores métodos de salir en busca de nuevos mercados ya que pueden agruparse muchas empresas de distintos rubros, elevando los ingresos y facilitando el financiamiento para el desarrollo de sus actividades.

Generar que los estudiantes de nivel superior realicen investigaciones orientadas a promover la mejor utilización de los productos naturales, generando mayor valor agregado para que de esta manera se busque exportar el producto, permitiendo tener un análisis más profundo y completo que beneficiara a la empresa.

Recomendar a las autoridades encargadas de las áreas de proyectos de investigación, incentivar a los estudiantes mediante charlas informáticas, sobre las diferentes problemáticas actuales, para que de esta manera se haga estudios más profundos, con mayor rigidez en la información, buscando la ejecución de planes para mejorar y solucionar los problemas existentes, para dar conclusiones y recomendaciones claras y concisas.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, J. (2005). *Medición y control de riesgos financieros en empresas del sector real* (tesis de licenciado). Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis01.pdf>
- Agualongo, E. (2013). *Proyecto estratégico de desarrollo productivo como construcción significativa del conocimiento, desarrollo de habilidades para el trabajo y la formación de hábitos y actitudes para la vida comunitaria y social en la unidad educativa “tránsito amaguaña” de la comunidad de cachisagua, período 2012 – 2013*. (tesis de Magister). Recuperado de: <http://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/312/3/Tesis%20%20Elisa%20%20Agualongo.pdf>
- Abascal, M. (2016). “Guatemala de la asunción, marzo de 2016 "análisis de contenido sexista en la publicidad televisiva en tres productos: cosméticos, fármacos y lácteos”. (tesis de titulación). Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/01/Abascal-Carolina.pdf>
- Aguirre, A. (2015). “impacto económico financiero en los cafetaleros de la selva central del Perú por efecto de la influencia de las microfinancieras”. (tesis de titulación). Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1911/1/aguirre_agj.pdf
- Bussines visión: *Diagnóstico de situación actual de la empresa*. Recuperado de <http://www.businessvisionchile.com/Servicios/diagnostico-de-situacion-actual-de-la-empresa>
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. (3ª ed.). Lima, Perú: San Marcos.
- Churata, M. (2016). *Factores de exportación del café, de la provincia caranavi, departamento de la paz (2003-2014)*. Recuperado de: <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6556/T-2145.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cherres, Córdor, Villegas y Lezama (2017)-. “El Valor Compartido en las Empresas del Sector Telecomunicaciones en el Perú”. (tesis de titulación). Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9069/CHERRRES_CO NDOR_VALOR_TELECOMUNICACIONES.pdf?sequence=3
- Céspedes, R. (2016). “*Acceso y uso de los servicios financieros en el desarrollo de la economía financiera de Bolivia: 1998-2014*”. (Tesis de licenciado). Recuperado de: <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/8532/T-2204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cervantes, S. (2017). El papel de la banca de desarrollo como instrumento de desarrollo rural: Financiamiento para pequeños productores y productores de café”. (Tesis de titulación). Recuperado de: http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/19QSGIUNJ61PXYNVDMMYREB46YELC313TJ6KLITFPR3RYJEKQ7-31855?func=full-set-set&set_number=002323&set_entry=000015&format=999
- Cubas Y Vivas. (2018). “El financiamiento de comercio exterior y la influencia en el crecimiento de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas agroexportadoras del departamento de Lambayeque en el periodo 2010 - 2014”. (tesis de titulación). Recuperado de: <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/2207/BC-TES-TMP-1082.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Delgado, A y Ñunes, P. (2017). *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la facultad de ciencias empresariales de la universidad señor de sipán, Pimentel* (tesis de licenciado). Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/4156/1/Delgado%20Caramutti%20-%20Nu%C3%B1ez%20Vera%20Pierina%20Mirella.pdf>
- Donado, A. (2015). "Fuentes de financiamiento utilizadas por los caficultores del municipio de Atescatempa del departamento de Jutiapa". (Tesis de licenciado). Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Donado-Axel.pdf>
- Javier, S. (2016). “Importancia del financiamiento en la agroexportación de las empresas en el marco del TLC PERÚ – EE.UU.”. (Tesis de maestría). Recuperado de:

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1192/MAESTR%C3%8DA%20EN%20FINANZAS%20Y%20MERCADOS%20FINANCIEROS%20JAVIER%20STEIN%20PAZ%20JUAN%20CARLOS.pdf?sequence=1>

Escobar, G. (2014). Creación de fuentes de financiamiento en la actividad agrícola del café”. (Tesis de titulación). Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_2742.pdf

Egas, Gálvez, García y Granda. (2018). “Planeamiento Estratégico para el Café en el Perú”. (Tesis de licenciado). Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/11637/EGAS_GALVEZ_PLANEAMIENTO_CAFE.pdf?sequence=1

Flores, G. (2014). “*Modelo empresarial Clústers en negocios internacionales del sector exportador MYPES de confecciones textiles de Gamarra, Lima 2005 – 2012*”. (tesis de doctorado). Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/3865/1/Flores_cg.pdf

Fernández, L. Y López. (2016). *Incidencia del financiamiento en el incremento de activos fijos de la empresa de transporte interprovincial expreso marañón s.a.c., Chiclayo – 2015* (tesis de licenciado). Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3510/7/TESIS%20FINAL-FERNANDEZ-LOPEZimprimir.pdf>

Guevara, M. (2014). “*Plan de negocio para mejorar la producción y Comercialización de café orgánico de la asociación de Productores agropecuarios del distrito de pisuquia, Provincia de luya, región amazonas- 2013*”(tesis de titulación): Recuperado de: file:///C:/Users/usuario/Downloads/FIA_143.pdf

Guerra, O. (febrero, 2018). Exporta Pyme. Recuperado de: <http://www.pqs.pe/exporta-pyme/pymes-peruanas-internacionalizacion>

Gonzales, V. (2017). lima Análisis en el Otorgamiento de los Créditos Comerciales en la Empresa Industrial Litografía Manix S.A.C., 2015-2016. (tesis de titulación). Recuperado de: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/90/archivo-tesis%206.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Hernández, F. (1994). *Manual de la Museología. Evolución Histórica del concepto de Museo*. España, Madrid: Departamento de Prehistoria - Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/44436288_Manual_de_museologia_Francisca_Hernandez_Hernandez
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª ed.). México D.F.: Mc Graw Hill Education.
- Huaruco, L. (octubre, 2014). Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/20-mypes-acceden-capacitacion-cofide-76649>
- Hernández, N. (2014). “*Comparativo de diversos modelos del ciclo de vida organizacional*” (tesis de titulación). Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/21858/Comparativo%20de%20Diversos%20Modelos%20del%20Ciclo%20de%20Vida%20Organizacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jiménez. (2013). En su tesis “*Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kañaris-Ferreñafe*”. Recuperado de: file:///C:/Users/7/Downloads/TL_Flores_Jimenez_LuisDelfin.pdf
- La república (septiembre, 2009). Recuperado de: <https://larepublica.pe/archivo/422274-cajamarca-registra-importante-crecimiento-de-micro-y-pequenas-empresas>
- Levy, A. (2016). Revista Levy. Recuperado de: <http://www.levy-dinamicaempresarial.com/dinamica/>
- Lino, D. (2015).” *Cultura organizacional y satisfacción laboral del personal administrativo del Hospital Regional Huacho – 2015*”. (tesis de titulación). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6434/Lino_DLM.pdf?sequence=1
- Moreno, A. (2015). *El proceso de internacionalización: entre la realidad y la visión tradicional*. (tesis de maestría). Recuperado de: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2339/Moreno%20Lopez%20Alejandra.%20El%20proceso%20de%20internacionalizaci%C3%B3n%20entre%20la%20realidad%20y%20la%20visi%C3%B3n%20tradicional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Martínez, M. (2016). "*Estrategias y determinantes en la internacionalización de PYMES en el contexto del Mercosur, Caso Uruguay*" (tesis de titulación). Recuperado de: <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1955/Tesis.pdf?sequence=1>
- Meza y Meza (2015). "Factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles - confecciones de la región Junín periodo 2014". (tesis de titulación). Recuperado de: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1527/MEZA%20MEZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E y Villagómez, A. (4° Ed.). (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.* (Humberto Ñaupas Paitán, Elías Mejía Mejía, Eliana Novoa Ramírez y Alberto Villagómez Paucar).
- Perú21 (febrero, 2018). Recuperado de: <https://peru21.pe/peru/cafe-peruano-jaen-nueva-colombia-materia-produccion-calidad-senala-gremio-395581?foto=4>
- Quispe, R. (2017). "Cadena de Suministros y la calidad de Servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C Periodo 2015 al 2016 Nuevo Chimbote". (tesis de titulación). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10212/quispe_ry.pdf?sequence=1
- Quispe, Q. (2017). "Análisis financiero y no financiero para una adecuada toma de decisiones gerenciales de la cooperativa agraria cafetalera san juan del oro ltda., periodos 2014 – 2015". (tesis de titulación). Recuperado de: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4661/Quispe_Quispe_Rocio_Candy.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Romero, J. y Sibrian, F. (2016). *Estudio de la estructura de mercado de la comercialización del café en Honduras* (tesis titulación). Recuperado de: <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/5874/1/AGN-2016-T043.pdf>
- Romero y Elias (2017). "Producción y exportación de la piña peruana 2008-2015". (tesis de titulación). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1944/Romero_IAE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reguerin, C. (2013). titulación de flujos futuros como forma alternativa de financiamiento enfocado al sector cafetalero exportador". (Tesis de titulación). Recuperado de:

<http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/5509/PG-IDR-006.pdf?sequence=3>

- Saboya, F. (2016). “*Caracterización del Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro veterinarias del distrito de Calleria, 2016*” (tesis de título). Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1190/FINANCIAMIENTO_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_SABOYA_ANDRADE_FRANCISCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sierralta, S. (2013). “Teoría evolutiva del comercio internacional”. Lima, Perú. Universidad ESAN.
- Javier, S. (2016). “Importancia del financiamiento en la agroexportación de las empresas en el marco del TLC PERÚ – EE.UU.”. (Tesis de maestría). Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1192/maestr%c3%8da%20en%20finanzas%20y%20mercados%20financieros%20javier%20stein%20paz%20juan%20carlos.pdf?sequence=1>
- Taquire, S. (2015). Análisis de la viabilidad económica-financiera y capacidad de generación de valor en el sector asociativo de café sostenible en el Perú”. (Tesis de titulación). Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/617373>
- Valderrama, S. (2° Ed.). (2013). *Pasos para elaborar Proyectos de Investigación Científica cuantitativa, cualitativa y mixta*. Lima, Perú: San Marcos. (Santiago Valderrama Mendoza).
- Yen, R. (2016) “*Proyecto de inversión y puesta en marcha para una empresa procesadora y comercializadora de café orgánico en bolsitas filtrantes Arequipa 2016*”. (tesis de titulación). Recuperado de: http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/14907/1/YEN_MOSCOSO_ROM_PR O.pdf
- Zelaya, J. (2016). En su tesis “*Estudio de la estructura de mercado de la comercialización de café en Honduras*”. Recuperado de. file:///C:/Users/7/Downloads/honduras.pdf

ANEXOS

Anexo 1 Instrumento

ESCALA PARA MEDIR LA PERCEPCIÓN HACIA LAS CONDICIONES ACTUALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CAFÉ VERDE DE LA PROVINCIA Jaén

La presente encuesta, tiene como finalidad recolectar datos acerca de las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018. Se le agradece de antemano cada minuto de su tiempo por responder las siguientes preguntas marcando con un aspa (x) de manera anónima y respondiendo solo una alternativa lo más sincero posible.

SEXO:	EDAD:	NIVEL EDUCATIVO:	ESTADO CIVIL:
Masculino <input type="checkbox"/>	18 – 29 <input type="checkbox"/>	Primaria <input type="checkbox"/>	Soltero(a) <input type="checkbox"/>
Femenino <input type="checkbox"/>	30 – 59 <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Conviviente <input type="checkbox"/>
	60 – a más <input type="checkbox"/>	Superior Técnico <input type="checkbox"/>	Casado(a) <input type="checkbox"/>
		Superior Universitario <input type="checkbox"/>	Viudo(a) <input type="checkbox"/>
			Divorciado(a) <input type="checkbox"/>
			Separado(a) <input type="checkbox"/>

- | | |
|--------------|-----|
| Siempre | (5) |
| Casi siempre | (4) |
| A veces | (3) |
| Casi nunca | (2) |
| Nunca | (1) |

CUESTIONARIO						
Variable: Condiciones actuales del financiamiento						
Dimensiones	Indicadores	Escala				
Servicios Financieros	Financiamiento	5	4	3	2	1
	1. ¿La empresa que usted dirige cuenta con fondos propios para desarrollar sus actividades?					
	2. ¿Se cuenta con financiamiento para poder cubrir déficit empresarial?					
	3. ¿La empresa que usted administra realiza adelantos o desembolsos de dinero a sus proveedores?					
	Inversión					
	4. ¿La empresa que usted dirige cuenta con capital para la búsqueda de nuevos mercados?					
	5. ¿La empresa que usted dirige realiza inversiones para nuevas líneas de sus productos?					
	Crédito					
	6. ¿La empresa que usted dirige cuenta con línea de créditos bancarios aprobados para el desarrollo de sus actividades?					
	7. ¿La empresa que usted dirige cuenta con un aval bancario o un crédito de comercio exterior para salir del país?					
Estrategias	Riesgos					
	8. ¿La empresa que usted dirige cuenta con planes de control de riesgos?					
	9. ¿En la empresa que usted dirige se ejecutan planes de prevención de riesgos que trae la globalización?					
	10. ¿Los activos de la empresa que usted dirige son un medio para afrontar riesgos económicos?					
	Publicidad					
11. ¿La empresa que usted dirige realiza campañas de marketing para su producto?						
12. ¿Se ejecutan planes de información sobre la cartera de productos de la empresa?						
	Racionamiento					

	13. ¿Considera usted que la empresa que dirige ejecuta planes adecuados para organizar los recursos?								
	14. ¿La empresa que usted dirige almacenan sus productos para vender en época de subida de precios?								
	Distribución								
	15. ¿La empresa que usted dirige distribuye los productos directamente?								
	16. ¿La empresa que usted dirige suministra selectivamente su producto a un determinado cliente?								
Proyectos Productivos	Desarrollo del negocio								
	17. ¿La empresa que usted dirige realiza planes de negocios estructurados?								
	18. ¿Desarrolla la empresa planes de comercialización para su producto?								
	19. ¿Se implementan herramientas digitales en la empresa para que faciliten el desarrollo de sus actividades?								
	Innovación								
	20. ¿La empresa que usted dirige adopta las nuevas tecnologías de la globalización e innovación?								
	21. ¿Se implementan sistemas de comunicación entre las áreas de la empresa?								
	ciclo de vida								
	22. ¿La gestión empresarial se enfoca en prolongar la existencia de la empresa que usted dirige?								
23. ¿La experiencia de la empresa que usted dirige le permite tener mayor conocimiento del mercado?									
Dinámica Empresarial	Crear valor								
	24. ¿Se Realizan actividades que generen valor a la empresa?								
	25. ¿Se desarrolla programas de fidelización de cliente, que facilite la sostenibilidad de la ventaja competitiva de la empresa?								
	26. ¿Los colaboradores tienen iniciativa propia en cuanto a sus labores?								
	27. ¿La empresa que usted dirige realiza programas formativos para que los colaboradores desempeñen eficientemente sus actividades?								
	Cultura organizacional								
	28. ¿Para usted como administrador de la empresa, la cultura organizacional permite tener mejor visión del futuro?								
	29. ¿El intercambio de información entre las áreas contribuye al crecimiento de la empresa?								
	Productividad								
	30. ¿Se optimiza eficientemente los procesos productivos de la empresa?								
31. ¿La empresa realiza actividades de búsqueda de nuevos mercados?									
32. ¿La empresa que usted dirige identifica las diferentes escenas que generan riqueza?									

Anexo 2: validación de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Criterios	Indicadores	Inaceptable					Minimamente aceptable					Aceptable	
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	100
CLARIDAD	Financiamiento												
	Inversión						✓						
OBJETIVIDAD	Crédito												✓
	Riesgos												✓
ACTUALIDAD	Publicidad												✓
	Racionamiento												✓
ORGANIZACIÓN	Distribución												✓
	Desarrollo del negocio												✓
SUFICIENCIA	Innovación												✓
	Ciclo de vida												✓
INTENCIONALIDAD	Crear valor												✓
	Cultura organizacional												✓
COHERENCIA	Productividad												✓
													✓
METODOLOGIA													✓
													✓
PERTINENCIA													✓
													✓

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____ **Aplicable** **Aplicable después de corregir** **No aplicable**

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. Mgtr./Lic. Rubeth Frías Guevara** DNI: **08312356**

Especialidad del validador: ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión
Lima, De Octubre de 2018

.....
Firma del Experto Informante

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: *Fraja Solorzano Roberto*
- I.2. Especialidad del Validador: *Dr. Administración y Contabilidad*
- I.3. Cargo e Institución donde labora: *DOC. UCV*
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:
- I.5. Autor del instrumento: *Oscar Julián Fernández Suze*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						<i>85</i>

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85

Los Olivos, 23 de 11 del 2018.

.....
 Firma de experto informante

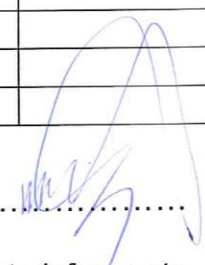
DNI: _____

Teléfono: 595372605

PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Condiciones actuales del financiamiento

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	//		
Ítem 6	//		
Ítem 7	//		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	//		
Ítem 13	//		
Ítem 14	/		
Ítem 15	//		
Ítem 16	//		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	//		
Ítem 23	//		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		
Ítem 28	/		
Ítem 29	/		
Ítem 30	//		
Ítem 31	//		
Ítem 32			

.....


Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 939376605

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Criterios	Indicadores	Inaceptable							Minimamente aceptable				Aceptable		
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	100		
CLARIDAD	Financiamiento														
	Inversión						✓								
OBJETIVIDAD	Crédito														
	Riesgos														
ACTUALIDAD	Publicidad														
	Racionamiento														
ORGANIZACIÓN	Distribución														
	Desarrollo del negocio														
SUFICIENCIA	Innovación														
	Ciclo de vida														
INTENCIONALIDAD	Crear valor														
	Cultura organizacional														
COHERENCIA	Productividad														
METODOLOGIA															
PERTINENCIA															

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Mgtr./Lic.: Peru J. Maldonado Casar DNI: 4138093

Especialidad del validador: Magister en Comercio Internacional y Aduanas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 10 De Octubre de 2018

.....
 Firma del Experto Informante

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Maldiva Cuervo Percy D
- I.2. Especialidad del Validador: Magister Comercio Internacional y Aduanas
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - Investigación
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:
- I.5. Autor del instrumento: Fernandez Suñe, Oscar Jhulinio

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					/
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					/
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					/
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					/
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					/
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					/
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					/
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					/
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					/
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					/
PROMEDIO DE VALORACIÓN						/

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
Msy Suñe

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Los Olivos, 17 de Noviembre del 2018.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 41380193

Teléfono: 986403288

PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:
Variable 1: Condiciones actuales del financiamiento

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		
Ítem 28	/		
Ítem 29	/		
Ítem 30	/		
Ítem 31	/		
Ítem 32	/		

.....
 Firma de experto informante
 DNI: 41380193
 Teléfono: 986403288

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Criterios	Indicadores	Inaceptable							Minimamente aceptable			Aceptable		
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	100	
CLARIDAD	Financiamiento													
	Inversión						✓							
OBJETIVIDAD	Crédito												✓	
	Riesgos												✓	
ORGANIZACIÓN	Publicidad												✓	
	Racionamiento												✓	
INTENCIONALIDAD	Distribución												✓	
	Desarrollo del negocio												✓	
COHERENCIA	Innovación												✓	
	Ciclo de vida												✓	
METODOLOGIA	Crear valor												✓	
	Cultura organizacional												✓	
PERTINENCIA	Productividad												✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Se hay suficiencia*

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mgtr./Lic.: *ROMANI FRANCO VIGIAN* DNI: *88144929*

Especialidad del validador: *Lic. Administración*

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 - ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
 - ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, De Octubre de 2018

[Firma]
.....
Firma del Experto Informante

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: *Romani Franco Vivian Isabel*
 I.2. Especialidad del Validador: *Administrador*
 I.3. Cargo e Institución donde labora: *Docente Universidad César Vallejo*
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: *Cuestionario*
 I.5. Autor del instrumento: *Fernandez Suxe Oscar Juliano*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					<i>80%</i>	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 23 de Noviembre del 2018.

[Firma]

 Firma de experto informante

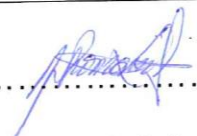
DNI: 08144929

Teléfono: 940242577

PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Condiciones actuales del financiamiento

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		
Ítem 28	/		
Ítem 29	/		
Ítem 30	/		
Ítem 31	/		
Ítem 32	/		

.....


Firma de experto informante

DNI: 08144924

Teléfono: 940242577

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Criterios	Indicadores	Inaceptable							Minimamente aceptable				Aceptable		
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	100		
CLARIDAD	Financiamiento														
	Inversión						✓								
OBJETIVIDAD	Crédito														
ACTUALIDAD	Riesgos														
ORGANIZACIÓN	Publicidad														
SUFICIENCIA	Racionamiento														
	Distribución														
INTENCIONALIDAD	Desarrollo del negocio														
	Innovación														
COHERENCIA	Ciclo de vida														
	Crear valor														
METODOLOGIA	Cultura organizacional														
	Productividad														
PERTINENCIA															

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [A]

Aplicable después de corregir [J]

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgtr./ Lic.: Carlos A. Guerra B. DNI: 99726163

Especialidad del validador: dic. en Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, De Octubre de 2018



 Firma del Experto Informante

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: *Guerra Beadezu Carla A*
 I.2. Especialidad del Validador: *Lic en Administración*
 I.3. Cargo e Institución donde labora: *Doc. en la Univ. Cesar Vallejo.*
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:
 I.5. Autor del instrumento: *Fernandez Suxe Oscar Juliano*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Los Olivos, 23 de 11 del 2018.

[Firma]

 Firma de experto informante

DNI: 09726163

Teléfono: 98233755

PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Condiciones actuales del financiamiento

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		
Ítem 28	/		
Ítem 29	/		
Ítem 30	/		
Ítem 31	/		
Ítem 32	/		

.....


Firma de experto informante

DNI: 09726163

Teléfono: 982 332755

Anexo 3: Confiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

Casos	N		%	
	Válido	Excluido ^a		
	27	0	100,0	,0
Total	27		100,0	

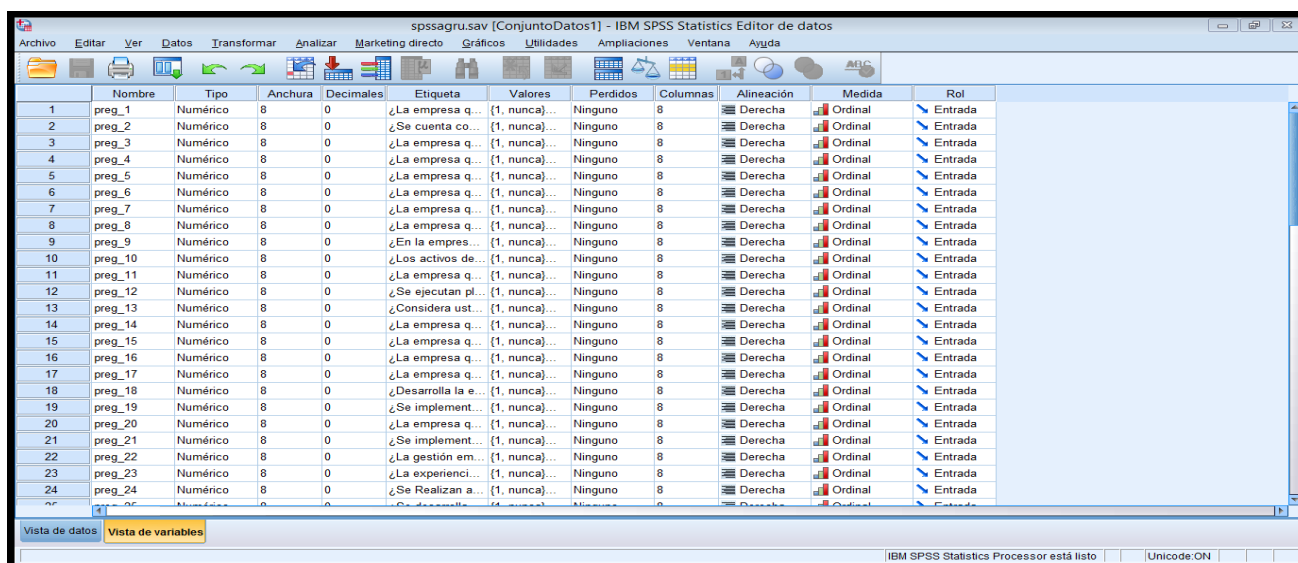
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	32

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿La empresa que usted dirige cuenta con fondos propios para desarrollar sus actividades?	103,41	280,712	,770	,947
¿Se cuenta con financiamiento para poder cubrir déficit empresarial?	103,56	285,487	,607	,949
¿La empresa que usted administra realiza adelantos o desembolsos de dinero a sus proveedores?	103,70	279,217	,739	,947
¿La empresa que usted dirige cuenta con capital para la búsqueda de nuevos mercados?	103,41	281,174	,657	,948
¿La empresa que usted dirige realiza inversiones para nuevas líneas de sus productos?	103,89	287,256	,628	,949
¿La empresa que usted dirige cuenta con línea de créditos bancarios aprobados para el desarrollo de sus actividades?	103,93	285,225	,683	,948





Anexo 4: Matriz de consistencia

Título: “condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018”

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE Y INDICADORES			ESCALA MEDICIÓN	MÉTODO		
¿Cuáles son las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación 2018?	Demostrar cuáles son las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.	Variable: Condiciones actuales del financiamiento			O R D I N A L	Diseño: No experimental-Transversal Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicativo Nivel: descriptivo Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Dimensiones	Indicadores	Ítems				
¿De qué manera los servicios financieros se aplican en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018?	Describir de qué manera los servicios financieros incide en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.	Servicios financieros	Financiamiento	1,2,3				
¿Qué estrategias utilizan para mejorar las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde en la provincia de Jaén para la exportación, 2018?	Identificar qué estrategias se utilizan para mejorar las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde en la provincia de Jaén para la exportación, 2018.		Estrategias	Inversión			4,5	
¿Cómo los proyectos productivos contribuyen a las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018?	Identificar cómo los proyectos productivos contribuyen en las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018			Proyectos productivos			Productividad	6,7
¿De qué manera la dinámica empresarial mejora las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018?	Determinar de qué manera la dinámica empresarial mejora las condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.						Dinámica empresarial	Riesgos
			Publicidad					11,12
			Racionamiento	13,14				
			Distribución	15,16				
			Desarrollo del negocio	17,18,19				
			Innovación	20,21				
			Ciclo de vida	22,23				
			Crear valor	24,25,26				
			Cultura organizacional	27				
			Productividad	28,29				
				30,31,32				



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, BERTA HINOSTROZA, MIKE PAUL , docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada "CONDICIONES ACTUALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CAFÉ VERDE DE LA PROVINCIA DE JAÉN PARA LA EXPORTACIÓN, 2018", del (de la) estudiante FERNÁNDEZ SUXE, OSCAR JHULINIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de ~~4.5~~^{2.5}% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, ^{28 de Nov.} de 2018


Firma
APELLIDOS Y NOMBRES DEL DOCENTE
DNI: 09561796

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

"CONDICIONES ACTUALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CAFÉ VERDE DE LA PROVINCIA DE JAÉN PARA LA EXPORTACIÓN, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

FERNÁNDEZ SUXE, OSCAR JHULINO

ASESOR:

MGTR. BERTA HINOSTROZA, MIKE PAUL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2018



Resumen de coincidencias

25 %

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	9 %
2	repositorio.uladech.ed... Fuente de Internet	3 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
4	recursosbiblio.url.edu.gt Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
6	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
7	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1 %
8	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1 %
9	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	docplayer.es Fuente de Internet	1 %
11	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
12	repositorio.unica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
14	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
“César Acuña Peralta”

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Fernández Suxe Oscar Jhulinio

D.N.I. : 71833518

Domicilio : Psj 122B Q1 Lt3 AA.HH Algodonal- los Olivos

Teléfono : Fijo : Móvil : 925234211

E-mail : oscar_fs19@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[X] Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Negocios Internacionales

Carrera : Negocios Internacionales

Título : Licenciado en Negocios Internacionales

[] Tesis de Post Grado

[] Maestría

[] Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Fernández Suxe Oscar Jhulinio

Título de la tesis:

Condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : [Signature]

Fecha : 26 /11/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Fernandez Suxe Oscar Jhulinio

INFORME TÍTULADO:

Condiciones actuales del financiamiento de las empresas comercializadoras de café verde de la provincia de Jaén para la exportación, 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado En Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 07/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 14



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN