

ZEGEL IPAE
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS



CAFÉ CAMPOJÓ – EL CAFÉ QUE NOS UNE

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en
Administración de Negocios presentado por:

CAMPOJÓ MAS, Leider	SU47652965
ARTEAGA GONZALES, Ana Karen	SU1200464
VÁSQUEZ CASTAÑEDA, Eva María	SU1200470

LIMA, 2021

RESUMEN

El presente proyecto de innovación tiene por propósito mejorar los ingresos de los caficultores de la provincia de Luya mediante la implementación de una tienda e-commerce; el proyecto se enmarca en la línea de investigación e innovación de Responsabilidad Social y atiende a las necesidades del sector agroindustrial.

El café es uno de los principales productos comercializados en el mundo, el cual ocupa un segundo lugar desde del petróleo, es la tercera bebida más consumida después del agua y el té.

El café es el principal producto de exportación en el Perú, según la cámara de café y Cacao el en 2020 se exportó 3,544,832.9 como materia prima (café verde) con precios regulados por mercados internacionales.

La mayoría de peruanos no tienen la cultura cafetera el 75% de consume café soluble, sin embargo, los patrones están cambiando y en el tiempo ha ido incrementando ligeramente hacia el consumo de café molido entre los consumidores jóvenes.

El poco consumo de Café en el Perú ha sido perjudicial durante mucho tiempo para los productores al no tener acceso al mercado, reciben pagos bajos por la venta del café y perjudicando a los consumidores amantes de esta bebida que no tienen libre acceso a los buenos cafés producidos en el Perú.

Nuestra propuesta busca aportar con el pago de precio justo a los pequeños caficultores de la provincia de Luya distrito de providencia a su vez comercial este producto en la provincia de Lima Metropolitana con la presentación innovadora y conectar con el público a través de la tecnología mediante una tienda Ecommerce donde el consumidor podrá elegir el café y accesorio de su preferencia, esté recibirá en la comodidad de su hogar y a un precio menor de lo que lo podría conseguir en una tienda física. Por otro lado, el productor recibirá mejores ingresos por la venta de la materia prima, valorando la calidad del grano y no guiándose por lo que se diga en el mercado, beneficiando de esta manera a ambas partes.