



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“ASOCIATIVIDAD Y CADENA PRODUCTIVA DE CAFÉ EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES UNIÓN Y FE LA COIPA – CAJAMARCA, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Segundo Carlos Rodriguez Sanchez
Jennifer Patricia Villar Hernandez

Asesor:

Mg. Dany Jimmy Requejo Granados

Cajamarca - Perú

2021

DEDICATORIA

Esta Investigación está dedicado a nuestra familia, que con sus consejos, dedicación y esfuerzo estuvieron a nuestro lado brindándonos apoyo incondicional en cada paso y nuevos retos, y por estar motivándonos a ser mejores personas cada día, a los docentes y asesores universitarios por sus lecciones permanentes y exigencia constante para formarnos como buenos profesionales, y a nuestros amigos y compañeros que contribuyeron con el desarrollo de nuestras metas y objetivos.

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios por guiarnos por el camino en el que estamos ahora, a él le debemos todo lo que tenemos y todo lo que somos hasta el momento, después a nuestros padres por guiarnos, por su apoyo constante y por dedicar tiempo a nuestra formación, a los profesores por brindarnos su ayuda y conocimientos en el desarrollo de la investigación.

A la Universidad Privada del Norte, por ser la institución que nos abrió las puertas para continuar con nuestros estudios, formándonos con valores y principios, y brindarnos la posibilidad de adquirir conocimientos y las competencias necesarias para ejercer nuestra profesión con eficiencia.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. MÉTODO.....	61
CAPÍTULO III. RESULTADOS	68
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	82
REFERENCIAS	107
ANEXOS	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Directivos de la cooperativa	75
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cadena de previsión de café de socios productores a cooperativa	73
Figura 2: procesos de transformación.....	76
Figura 3: proceso de transformación de café en plantas.....	78

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo conocer si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020. El método utilizado tuvo un diseño descriptivo cualitativo, no experimental de diseño transversal, teniendo como población a 337 socios – productores y al personal del área administrativo de la Cooperativa, pero se tomó como muestra mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia y de acuerdo a las variables de estudio al área administrativo, empleando como instrumento de recolección de datos una entrevista por conveniencia a través de 22 preguntas de acuerdo a las dimensiones e indicadores de cada variable. El resultado obtenido demostró que la asociatividad de productores ha permitido mejoras en la cadena productiva de la Cooperativa, puesto que han logrado mejorar sus diversos procesos (provisión, transformación y comercialización) mediante estrategias y un buen trabajo en equipo. Como conclusión la asociatividad si permite el buen desarrollo de la cadena productiva, pues no solo beneficia a los socios productores, sino también a la Cooperativa en sus diferentes procesos, logrando ofrecer un producto de alta calidad hacia el mercado exterior.

Palabras clave: Asociatividad, estrategias y competitividad, cadenas productivas.

ABSTRACT

The objective of this study was to determine whether the lack of associativity prevented the formation of a coffee production chain in the multiple services cooperative Unión y Fe La Coipa, San Ignacio - Cajamarca in 2020. The method used had a qualitative descriptive design, non-experimental of transversal design, having as population 337 partners - producers and the personnel of the administrative area of the Cooperative, but it was taken as a sample through a non-probabilistic sampling by convenience and according to the variables of study to the administrative area, using as an instrument of data collection an interview by convenience through 22 questions according to the dimensions and indicators of each variable. The results obtained showed that the associativity of producers has allowed improvements in the productive chain of the Cooperative, since they have been able to improve their different processes (supply, transformation and commercialization) through strategies and good teamwork. In conclusion, associativity does allow for the good development of the production chain, since it not only benefits the producer members, but also the Cooperative in its different processes, managing to offer a high-quality product to the foreign market.

Keywords: Associativity, strategies and competitiveness, production chains.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

1.1.1. Problema de investigación

En los últimos años, en diferentes países del mundo, el comercio ha ayudado a la humanidad a desarrollarse de forma productiva en distintos ámbitos como, tecnológico, cultural y social. Países como Inglaterra, Estados Unidos, Japón y los NIE'S (Taiwán, Corea del Sur, Singapur y Hong Kong) en el Asia y Brasil en Latinoamérica fueron desarrollando diversas actividades, permitiendo que sus estados tengan un mercado consistente y crecimiento continuo, reflejándose de esta manera crecimiento económico y desarrollo social.

Sin embargo, al mismo tiempo grandes empresas se iban consolidando en el mercado mundial y nacional, teniendo mucho control sobre un sector específico, y sabemos que una empresa consolidada aplica el concepto de economías de escala, que les permite por su tamaño (grandes) tener muchas ventajas sobre las pequeñas empresas y mucho más sobre los pequeños productores al tener unos costos más bajos por el gran volumen de producción que poseen.

Los pequeños productores están atrapados en un círculo vicioso: la falta de ingresos, educación y recursos se traducen en la explotación de sus campos a una fracción de su capacidad potencial. Esto significa que no pueden realizar las inversiones necesarias que ayudarían a aumentar su productividad, especialmente cuando a menudo deben elegir entre mantener a sus familias o invertir en el campo (ConoSur, 2021).

Las contribuciones de los pequeños agricultores al suministro de alimentos varían enormemente entre países. En China, por ejemplo, representan una elevada

proporción (el 80 %), mientras que en el Brasil y Nigeria se registran porcentajes bajos, de un solo dígito. El análisis destaca la importancia de contar con datos mejorados y armonizados para que los encargados de formular las políticas obtengan una visión más desglosada y precisa de las actividades agrícolas.

Y para ello surge la asociatividad como estrategia para reducir riesgos y tiempo, aumentar la producción y comercio, así como fortalecer las cadenas productivas con la finalidad de que los resultados alcancen a los involucrados. Según la FAO (S/F) la asociatividad permite a los productores incrementar el poder de negociación, reducir costos, incorporar tecnología, facilita el acceso al mercado, y el procesamiento y agregación de valor a los productos.

Asimismo, Ferrando (2015) identificó, a través de su encuesta a 100 agricultores, que los factores que favorecen la Asociatividad de los pequeños productores agrícolas son: Costumbre de trabajo comunal (75%), acceso a mercados (72%), captación de recursos financieros (71%), Riesgos compartidos (63%), reducción de costos (66%), la incorporación de tecnología (61%), Optimización de la calidad (66%), Poder de Negociación (64%) y beneficios económicos (68%).

Los países en vías de desarrollo inicialmente comercializaban materias primas (productos tradicionales) lo cual dejaba una recaudación baja, pero con el tiempo estos países empezaron a transformar las materias primas y comercializar productos no tradicionales (productos con valor agregado), los cuales tienen un costo mucho mayor a comparación de la venta de materias primas, por ende, mayor utilidad para todos los miembros (Fernández y Narváez, p. 295).

Países a nivel del mundo se encuentran aprovechando la asociatividad como estrategia de internacionalización para el crecimiento de la agroexportación y sus efectos en el empleo, así como la apertura de nuevos mercados a fin de intensificar sus

economías. Por estas razones las prácticas de asociatividad son múltiples y exitosas.

Las cooperativas cuentan con casi mil millones de socios globalmente.

En Canadá 4 de cada 10 personas son socias de al menos una cooperativa. En EE. UU, las cooperativas agropecuarias tienen el 28% de participación en el procesamiento y la comercialización de la producción agrícola. En España, las cooperativas agroalimentarias facturan el 65% de la Producción Agraria y el 30% de las ventas de la industria alimentaria (PENX Plan Estratégico Nacional Exportador, p. 25-27).

El Perú no es ajeno a ello, la asociatividad permite que el pequeño y mediano comercio pueda competir mediante la colaboración de sujetos que buscan un objetivo común, por lo cual, se ha desarrollado la asociatividad como estrategia, por sus resultados altamente positivos sobre todo para quienes la conforman ya que ambos son beneficiados, lo que se busca es desarrollo, sostenibilidad, competitividad y productividad.

Actualmente, los del sector pequeños productores agrícola tienen baja producción, por lo tanto, una baja rentabilidad, es una situación que determina que los mismos sean menos competitivos en el mercado, pudiendo provocar que en el futuro tengan una agricultura de subsistencia, lo que se verá reflejado en bajos ingresos económicos, impidiendo de esa forma el desarrollo local (Quillahuaman y Carazas, 2018).

En un inicio en Perú, asociarse no ha sido tan fácil, ni tampoco algo común pues hubo experiencias negativas en el pasado, la participación en ésta es un proceso voluntario, y solo para quienes conformen un modelo asociativo este puede representar

un mecanismo de cooperación y acción conjunta, sin embargo, la asociatividad a lo largo del tiempo ha ido evolucionando de manera prioritaria en el sector agrario, puesto que brinda beneficios económicos estables con efectos positivos.

Un claro ejemplo de éxito es la asociatividad que hubo en el año 1966 entre pequeños productores de café de la región Junín - Perú que lograron conformar de esta manera la Cooperativa Agraria Cafetalera La Florida. En la actualidad cuenta con 1200 socios productores cafetaleros, de los cuales aproximadamente el 80% son varones y el 20% mujeres. Alrededor del 95% de la producción de La Florida se exporta a mercados de la Unión Europea, Japón, Estados Unidos, Canadá y Corea. Tienen su Ampelio Ferrando Perea Anales Científicos Vol. 76 No 1, pp. 177-185 183 propia área financiera llamado Crediflorida, que apoya directamente el financiamiento y sostenimiento de los productores. Además, ha desarrollado programas productivos de diversificación productiva, asistencia técnica y agroindustrial. También posee un Centro de Educación llamado: Centro Educativo Ocupacional para Agricultura Sostenible- CEOAS, donde se imparten temas relacionados con salud, tecnología agrícola, género, gestión y convivencia familiar.

La asociatividad ayuda a aumentar la competitividad de cadenas productivas lo que se considera un beneficio para las empresas. Las cadenas productivas son el conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final (Vegas J, p. 6).

Muchas de ellas poseen poco poder de negociación y en su mayoría son dependientes por parte de las grandes empresas, lo que se busca es disminuir intermediarios a lo largo de la cadena productiva mediante la estrategia de asociatividad.

De esta manera, estas organizaciones pueden combinar las ventajas de su flexibilidad y tamaño con las ventajas competitivas de las empresas grandes, logrando economías de escala, de alcance y de aprendizaje (Bermeo. J & Bermeo. E, P. 96)

Según Arce, (2006, citado en Flores, 2013) menciona que el sector asociativo se distingue por formarse a través de un mutuo acuerdo entre un grupo de individuos con intereses semejantes y un mismo objetivo a realizar, formando así una asociativa en particular. Este enfoque estaría de acuerdo con el planteado por el MINAGRI, el cual menciona que: En general, la asociatividad puede entenderse como el proceso de agrupamiento voluntario de individuos –varones y mujeres organizaciones o empresas que trabajan en forma coordinada y concertada para alcanzar sus metas. A través de la asociatividad se busca el uso más efectivo de los factores de producción, que lo que se alcanza de manera individual, y de mejores ingresos derivados de la comercialización asociativa.

De acuerdo con Mincetur (2017), la asociatividad se compone en base a acuerdos y consensos entre todas las partes interesadas, según ese principio se identifican dos modalidades básicas (horizontal y vertical). Además, señala que el Congreso de la República del Perú, en el año 2012, mediante un proyecto de ley con la finalidad de promover la asociatividad agraria, reconoció otros tipos de asociatividad: cadenas productivas, clúster, consorcios, asociaciones de productores, cooperativas y joint venture. La asociatividad ha sido la estrategia más eficaz aplicada por las empresas de menor tamaño, para afrontar tales cambios y sobrevivir en una competencia desigual.

Conforme a lo señalado, cabe resaltar a un departamento a nivel del Perú, a Cajamarca que posee ventajas comparativas muy representativas, reconocida por los principales productos tales como el queso, aguaymanto, café, granos andinos, miel de

abeja y artesanía, de los cuales se destaca al café por ser un grano producido y muy comercializado por su excelente calidad. Se tiene en cuenta que en Cajamarca se produce el mejor café del país y del mundo, cumpliendo un rol de gran importancia, las cooperativas han logrado sobresalir a pesar de ser pequeños productores, muchos de ellos con falta de conocimiento, los mismos han hecho parte a su estrategia de negocio a la asociatividad.

Conocer los procesos fundamentales del cultivo del café hará que el caficultor logre aumentar la producción, calidad del café. Cajamarca tiene el mejor café en el Perú, además 150 cafeteros de Jaén y San Ignacio constituyen un complejo agroindustrial; no obstante, aún tiene problemas de productividad y en la comercialización directa del café. Sin embargo, cabe resaltar la asociatividad que mantienen los productores de la zona, así también como el rol de las empresas y el rol de estado en el desarrollo y fomento de las cadenas productivas.

Para el presente, se tiene en cuenta a la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe, la Coipa. Fue creada y fundada el 19/05/2014, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como unas cooperativas, SAIS, CAPS, ubicada en una zona donde se produce la mayor cantidad de café a nivel del país, como es la provincia de San Ignacio con dirección en el Caserío Barro Negro Lote. 026, quien se dedica principalmente al cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta).

1.1.2. Antecedentes

Guacollante, C. y Taipe, J. (2017), presentó en su trabajo de investigación titulado: “Influencia de la conformación de sistemas asociativos de la provincia de esmeraldas para la exportación de cacao durante los años 2013-2016”. Tesis para obtener licenciatura de la carrera de ingeniería en comercio exterior y negociación internacional de la Universidad de las fuerzas armadas, realizada en Sangolquí, Ecuador. La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia e importancia los factores económicos y comerciales que tienen las Asociaciones Cacaoteras para la exitosa exportación de cacao. El diseño de la investigación fue mixto, se usó investigación cualitativa por los soportes bibliográficos y teóricos del estudio e investigación cuantitativa para para el análisis de datos de exportaciones. La población del estudio fueron las asociaciones cacaoteras de la provincia de Esmeralda que se encuentren realizando procesos de exportación, ya sea del grano de cacao en sí y/o derivados del mismo ya procesados (representantes de las asociaciones). El resultado obtenido de esta investigación en el análisis cualitativo se debe confirmar que los datos proporcionados por los entrevistados respecto a los países de destino de sus exportaciones, coincide con el análisis cuantitativo obtenido por los autores, donde se indica que entre los países destino de todas las Asociaciones para el 2013 fueron Países Bajos, EE. UU., Alemania e Italia. El análisis cuantitativo de los precios de exportación de las asociaciones, respecto a los precios de las exportaciones de empresas, puede establecerse como una mayor aceptación por parte de los mercados internacionales hacia la producción proveniente del sector de la

economía popular y solidaria, siendo los precios que las asociaciones logran, mayores que los precios de las empresas dedicadas a la misma actividad. Tuvo como conclusión que a través del análisis cuantitativo y de tendencia para el año 2017, existe una participación en el mercado, de las Asociaciones en promedio del 15%, sobre la cantidad total de cacao producido en la provincia de Esmeraldas y que entre los principales beneficios que los socios productores encuentran al formar parte de una Asociación en la provincia de Esmeraldas, se encuentran la seguridad de compra, el precio justo, asistencia técnica de los cultivos y las capacitaciones brindadas, respecto a lo mencionado por los entrevistados, se puede concluir que hay un rango de 80% a 90% de cumplimiento de los objetivos trazados por las Asociaciones respecto a su planificación estratégica, muchos de estos, cumplidos gracias a las operaciones comerciales exitosas relacionadas con los precios y cantidades exportadas por las asociaciones.

Ramirez, A. (2017), presentó en su trabajo de investigación titulado: “Acceso de asociaciones de pequeños productores a los mercados agropecuarios. Estudio de casos en el departamento del Meta (Colombia)”. Tesis para obtener el grado de Magister en Ciencias Agrarias de la universidad Nacional de Colombia, realizada en Bogotá D.C. Colombia. La investigación tuvo como objetivo establecer cómo es el acceso de las asociaciones de pequeños productores a los mercados agropecuarios, a partir de tres estudios de caso en el departamento del Meta. El diseño de la investigación fue cualitativa exploratoria, descriptiva y explicativa, no experimental abordada a partir del método de estudio de caso. La población del estudio fue la asociación de productores de Puente Abadía – APPA Municipio Villavicencio,

asociación campesina de Planas – Asocampos Municipio Puerto Gaitán y Asociación de agro empresarios del Ariari – Agroempari Municipio Lejanías. El resultado obtenido de esta investigación condujo a que la asociación APPA brinda a sus asociados servicios de capacitación y asistencia técnica, estos servicios son impartidos por algunos de sus miembros, pero además gestionan algunas capacitaciones y asistencia con externos, como con la GIZ, la Universidad de los Llanos, la Universidad Uniminuto. También hacen préstamos de dinero y apoyo en logística para la comercialización y el mercadeo de productos, este último se gestiona con la alcaldía y con la asociación de mercados campesinos del Meta, Para los productores de APPA la principal motivación para vincularse a la asociación, fue acceder al mercado, consideran que, a través de la asociación, se pueden vincular a nuevos mercados y pueden comercializar mejor sus productos. Además, los productores ven de manera positiva la asociatividad y los logros que a nivel de acceso al mercado se han conseguido a través de ella. Tuvo como conclusión que las asociaciones de pequeños productores acceden al mercado a través de las organizaciones que conforman, y que tienen mayor nivel de acceso, cuando desde su creación tuvieron como objetivo vincularse al mercado, la reducción de la intermediación por medio de la comercialización directa entre productores y consumidores les ayuda a las asociaciones a generar estrategias de fijación de precios.

Zuñiga, A. (2015), presentó en su trabajo de investigación titulado: “Desarrollo de la cadena productiva del cacao y su incidencia en los ingresos en la asociación tsatsayaku del cantón Carlos Julio Arosemena tola, provincia de napo”. Tesis para obtener licenciatura de la carrera de economista de la

Universidad Técnica de Ambato, realizada en Ambato, Ecuador. La investigación tuvo como objetivo estudiar la incidencia de la cadena productiva del cacao en los ingresos económicos de la Asociación “Tsatsayaku”, del cantón Carlos Julio Arosemena Tola para el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados. El diseño de la investigación fue cualitativa exploratoria y descriptiva. La población del estudio fue los cacaocultores de la Asociación “Tsatsayacku” del Cantón Carlos Julio Arosemena Tola, Provincia de Napo como población de estudio y la muestra todos los cacaocultores de la Asociación. El resultado obtenido de esta investigación condujo a que Dentro de la cadena productiva de cacao tenemos cuatro etapas: siembra, cosecha secado y comercialización. Los procesos que se utilizan en cada etapa de la cadena son rudimentarios y empíricos, resultado de la escasa asistencia técnica, lo que, genera ineficiencia y le resta valor al producto. La improductividad y adicionado lo elemental del estado de los procesos provoca que existan varias barreras para comercializar el cacao, siendo las mayores dificultades: bajos precios, bajo volumen de producción, problemas de calidad y el elevado coste, que supone, el traslado del producto hacia el lugar de venta. En virtud de lo anteriormente analizado, los miembros de la Asociación “Tsatsayaku” requieren de un Centro de Acopio que se ajuste a sus necesidades y que principalmente equilibre económicamente su esfuerzo. Tuvo como **conclusión** que los socios poseen un deficiente conocimiento acerca de nuevas técnicas y procesos para el cultivo y la cosecha del cacao, lo que provoca que la producción en temporada baja disminuya. Se ha detectado cinco eslabones que componen la cadena productiva de cacao, el segundo y tercer eslabón son los cuellos de botella, debido a que el desempeño

del primero incide en el resultado del otro. Es necesaria la implementación de una apropiada cadena productiva de cacao por cuanto la actual, no logra incrementar de una manera adecuada los ingresos de los productores agrícolas de la asociación y para esto Los agricultores están dispuestos a realizar los cambios que se proponga para mejorar sus ingresos.

Álvarez, Saravia & TayWo Chong (2017) en su Tesis “La Importancia de la Asociatividad en los Negocios Inclusivos: Propuesta para el Desarrollo de las Relaciones entre Café Compadre y los Productores Cafetaleros de Satipo, Junín” para obtener el grado de título profesional de Licenciado en Gestión en la Pontificia Universidad Católica del Perú, buscó elaborar una propuesta para el desarrollo de la relación de asociatividad con los cafetaleros de Satipo, en el marco del negocio inclusivo de Café Compadre, haciendo referencia a la importancia de las asociaciones para una población vulnerable, donde las organizaciones optan por unirse para acceder a recursos que puedan mejorar la cadena productiva. Asimismo, establecen que la permanencia es una característica en las asociaciones para una visión a largo plazo y superar posibles problemas que puedan surgir en el camino, la metodología que se aplicó fue de enfoque cualitativo con una investigación del tipo “estudio del caso” de alcance descriptivo. Para la investigación se realizó un censo a 10 familias cafetaleras de Satipo, aplicando varias herramientas de recolección de información, entre ellas la observación no participante a las actividades que denotan la relación entre los productores y Café Compadre, entrevistas a profundidad semiestructuradas a los productores, un taller participativo con los productores cafetaleros y un Focus Group con el equipo de Café Compadre. Como resultado, se logró elaborar la propuesta mediante insumos

como la matriz de urgencia e importancia para el desarrollo de la relación de asociatividad realizada en el Focus Group, donde el equipo de café Compadre en consenso, dieron un orden a las variables donde se obtuvo como resultado que la urgencia había respondido a los hallazgos, específicamente al a) Nivel de las 74 variables, b) Percepción de importancia de los productores, c) Información recogida durante las entrevistas personales y d) Observación durante el trabajo de campo. Además, en función a los objetivos de la investigación se realizó una matriz de niveles para analizar el modo en cómo se relaciona la empresa con los caficultores donde obtuvieron como resultado que existe solo una variable en nivel alto (Incorporar elementos de la cultura de los productores en la cultura organizacional), tres variables en nivel medio (Trabajo en equipo, tecnología y proximidad física) y cuatro variables en nivel bajo (Confianza, compromiso, promover la investigación de las familias de los actores y retroalimentar constantemente los objetivos en común). De esta manera se concluye que, en primer lugar, en el caso específico de Café Compadre, las distintas acciones planteadas por la organización le dan un rol preponderante en la relación con la población vulnerable. Sin embargo, el escenario en el largo plazo debe caracterizarse por tener a ambos actores empoderados para de esta manera lograr el objetivo de los NI y tener una relación más equitativa. En segundo lugar, es sumamente importante gestionar de manera correcta y oportuna las relaciones entre la organización y la población vulnerable, ya que las limitantes y el contexto de difícil accesibilidad en los que viven estas les otorga influencia dentro del negocio, ya que sin ellos sería impensable generar y desarrollar el negocio inclusivo como tal. En tercer lugar, resulta importante vincular una de las características

de las relaciones asociativas con la propuesta de valor de los negocios inclusivos. Por otra parte, se llegó a la conclusión de que es importante revalorar la importancia de la mirada conjunta de la asociatividad y los negocios inclusivos, pues este planteamiento permitió indagar sobre las relaciones de Café Compadre a través de ocho variables que permitieron desagregar y conocer a fondo el modo en el que estos se relacionan con los caficultores. Finalmente, es importante entender la complejidad sobre la que se desarrollan los negocios inclusivos y cómo dirigirlos y administrarlos de manera correcta es un reto aún mayor. Para este caso, se ha podido observar que Compadre no solo necesita resolver los problemas y retos del día a día de todo negocio, sino que debe enfocarse en gestionar las complejas relaciones que mantiene con la población con la que conforma un equipo.

Torres (2016) en su tesis “Análisis de la cadena productiva del café y estrategias de mejora en la provincia de San Ignacio”, para obtener el grado de título profesional de Ingeniera Economista en la Universidad Señor de Sipán en la ciudad de Pimentel – Perú, nos hace referencia que tiene como objetivo analizar la cadena productiva del café para establecer estrategias de mejoras en la Provincia de San Ignacio. Para ello, la presente tesis aplicó el método de diseño descriptivo – explicativo y de enfoque mixto. Además, la población estuvo conformada por 350 socios de la Cooperativa de Servicios Múltiples APROCASSI de la provincia de San Ignacio que forman parte de cadenas productivas, donde la muestra fue elegida de manera aleatoria, por lo que solo se trabajó con 183 socios de la Cooperativa. Se aplicó la metodología Rasa (Rapid Agri-Sector Análisis) combinando los parámetros del análisis del sector convencional y del análisis RRA (Rapid Rural Appraisals), además, se

utilizaron los métodos de: la observación, el análisis, la síntesis, la abstracción, el inductivo y el deductivo. Para la recolección de datos se utilizó la Técnica Bibliográfica que permitió recoger la información existente sobre el tema, mediante fichas de resumen para ordenar y clasificar el material recopilado, y por último como instrumento se utilizó la técnica de la encuesta (Cuestionario) dirigido a los productores de café de la Cooperativa. Por lo que se obtuvo como resultado que el análisis de la cadena productiva del café evidencia diversos estados de desarrollo de la gestión de los productores, manifiesto en sus capacidades y limitaciones para negociar en el mercado (con sus compradores, proveedores, organismos públicos y privados, y otros actores), para aprovechar las oportunidades existentes y acondicionarse a sus exigencias, y para establecer alianzas con terceros (gobierno local e instituciones del Estado). Se concluye, en primer lugar, que el café de San Ignacio tiene ventajas comparativas y competitivas que evidencian un alto potencial para mejorar el posicionamiento del café peruano en el mercado convencional internacional y competir en el mercado de cafés especiales. En segundo lugar, el análisis de la cadena productiva del café evidencia diversos estados de desarrollo de la gestión de los productores, manifiesto en sus capacidades y limitaciones para negociar en el mercado (con sus compradores, proveedores, organismos públicos y privados, y otros actores), para aprovechar las oportunidades existentes y acondicionarse a sus exigencias, y para establecer alianzas con terceros (gobierno local e instituciones del Estado). En tercer lugar, los problemas identificados y priorizados por los productores en los diversos eslabones de la cadena reafirman que, bajo un mismo contexto, la capacidad de gestión de las organizaciones de productores

constituye un factor clave que diferencia las formas de inserción en el mercado. Y, por último, se concluye que en el eslabón de la producción los productores centran su atención en las necesidades de financiamiento para la producción como un medio para mejorar la calidad del producto nivel de finca (productores con alta capacidad de gestión). Además, en el eslabón del beneficio húmedo las preocupaciones son la necesidad de fondos para invertir en el mejoramiento y capacidad de la planta de beneficio de la organización, para incrementar la homogeneidad de los lotes de cafés.

Algalobo y Pusse (2017) en su tesis “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito olmos” para obtener el título profesional de Licenciados en Comercio y Negocios Internacionales en la Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo en la ciudad de Lambayeque – Perú, plantearon como objetivo determinar si la Asociatividad es la estrategia que permitirá lograr la exportación de limón sutil del distrito de Olmos (estrategia y desarrollo de las exportaciones). La tesis se realizó bajo un enfoque cualitativo de tipo descriptivo y propositivo, y aplicó el método de diseño Mixto basado en datos cualitativos y cuantitativos en base a la observación y a la opinión técnica y especializada; así como el análisis de datos históricos sobre la producción y comercialización del limón sutil a nivel nacional y mundial. La población está determinada por 250 productores de Limón del distrito de Olmos de la Región de Lambayeque, donde se aplicó uso del muestreo simple estratificado para población de tipo finita logrando tomar como muestra a 149 productores. En la investigación se aplicaron encuestas y entrevistas de profundidad, además utilizaron base de datos, observación no participante y técnicas de procesamiento y análisis de datos

utilizando el programa estadístico SPSS versión 22, y Microsoft Excel versión 2013 donde se obtuvo como resultado que los productores de limón sutil del distrito de Olmos ven a la desconfianza, el individualismo, la irresponsabilidad y falta de cooperación como los principales obstáculos para la creación de una asociación. Además, que gran parte de ellos se dedican a la producción de este cultivo por más de 10 años lo que les permite tener un mejor manejo del cultivo, asimismo se ha logrado identificar la existencia de un bajo nivel organizacional, el cual no les permite seguir avanzando como organización en la búsqueda de mejores oportunidades, teniendo un bajo nivel de negociación lo que repercute en sus ingresos. Esto se evidencia en los altibajos en el precio del limón sutil lo que ha desestabilizado al mercado local y aminorado significativamente las ganancias de los productores de limón sutil del distrito de Olmos, ello es consecuencia que los acopiadores y exportadores aprovechaban el poco nivel organizativo de los productores para fijar precios convenientes para ellos. Se llegó a la conclusión que, en primer lugar, en el distrito de Olmos, existen un promedio 800 hectáreas dedicadas a la producción de limón sutil, en donde alrededor de 250 productores se dedican a esta actividad. Además el 91% de los productores poseen de 0 a 5 hectáreas, lo que demuestra la baja producción que aportan al mercado del limón de forma individual, el 67% tiene una experiencia de más de 10 años en este cultivo, lo que demuestra un alto grado de especialización en el manejo del limón, por otra parte el distrito de Olmos cuenta con los factores edáficos (suelos, agua, clima) adecuados para la producción de limón sutil ; así mismo se determinó también que el escaso apoyo del estado en temas de capacitación repercuten en el desarrollo de esta actividad productiva. En segundo lugar, que

otros factores que repercuten en la rentabilidad de este cultivo, están relacionados con el tema de comercialización, donde el 75% de productores vende el limón a un acopiador, además lo realiza de forma individual por lo que carece de un alto nivel de negociación quedando expuesto a las condiciones de venta determinadas por el acopiador. En tercer lugar, el tema de financiamiento, donde el 71% de productores tienen préstamos de terceros, es decir de familiares o personas cercanas, lo que como es sabido estos tienen una tasa de interés muy alta; además el 47% de productores mencionan que para ellos es muy difícil acceder a un crédito porque no cuentan con los requisitos establecidos por las diferentes entidades financieras y/o bancarias. En cuarto lugar, según los especialistas entrevistados, mencionan que los principales cuellos de botellas en la producción de limón sutil se encuentra, en la toma de decisiones, tiempo de maduración de la fruta y la logística; este último es el más determinante en la exportación de limón sutil, ya que permite reducir costos, mejorar la calidad del producto y por último reduce tiempos, esto permitirá el ingreso a cualquier mercado con estrictas medidas fitosanitarias como EE.UU, Unión Europea, entre otros. Y, por último, el modelo cooperativista es el que ofrece mayores beneficios a los productores de limón sutil del distrito de Olmos, puesto que las utilidades de esta van a los asociados y permite tener mayor control sobre los asociados, a su vez se concluye que se le dará énfasis a la cadena productiva puesto que esto ayudará a identificar y eliminar cuellos de botella.

Quillanhuamán y Carazas (2018), en su tesis “La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015” para obtener el grado de Maestro en Administración pública en la Universidad Católica Sedes Sapientiae en la ciudad de Lima – Perú, nos hace referencia que tuvo como objetivo demostrar que la Asociatividad de los pequeños productores contribuye a la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo. La tesis es de enfoque cuantitativo y aplicó el método de diseño no experimental, transversal y correlacional porque permitirá encontrar la relación existente entre las variables de interés en una misma muestra de los productores agrícolas. Este trabajo de investigación tiene como población a los Pequeños Productores de Hortalizas del distrito de San Jerónimo, Provincia y departamento del Cusco. Y toman como muestra aproximadamente a 73 pequeños productores. La técnica empleada fue el muestreo probabilístico y el muestreo que se utilizó fue de aleatorio simple. En la tesis, la recolección de datos fue mediante fichas bibliográficas, textuales y de resumen. Y en cuanto a la técnica de campo, se aplicaron encuestas estructuradas para el análisis del comportamiento pasado y actual de las variables de la asociación de los pequeños productores de hortalizas. El proceso de la información que se obtuvo mediante los instrumentos mencionados se realizó a través del programa Microsoft Excel, SPSS, donde los datos recolectados serán tabulados, para luego ser presentados en gráficas para una mejor comprensión y visualización de los resultados. Los resultados obtenidos de la investigación señalan que existen

deficiencias y restricciones del sector, tales como: falta de información, capacitación, asistencia técnica y administrativa, escasa capacidad empresarial, difícil acceso a los recursos económicos, altos costos de inversión, bajos niveles de negociación con proveedores y clientes. En conclusión, las acciones de integración son determinantes para mejorar la oferta o capacidad que tienen las cadenas productivas de hortalizas en el distrito de San Jerónimo. Además, la capacitación en el uso y aprovechamiento de los recursos contribuyen en mejorar la productividad de la cadena productiva. Así mismo, la capacitación en mejora de los atributos del producto se relaciona directamente con la mejora en la calidad de los productos de la cadena productiva de hortalizas en el distrito de San Jerónimo. Y, por último, el proceso de asociación mejora los niveles de ingresos de las unidades productoras, contribuyendo indirectamente a sus niveles de competitividad en el mercado.

Guevara y Vera (2016), en su tesis “Asociatividad de los productores de arándano de la Cuenca Mashcón – Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle, año 2017” para obtener el grado de título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Privada del Norte sede Cajamarca – Perú, tuvo como objetivo determinar los beneficios de la asociatividad en los productores de arándano en la cuenca Mashcón del distrito de Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle en el año 2017. La metodología que se aplicó fue de diseño descriptivo no experimental. Además, la población estuvo conformada por los 40 productores de arándano de la cuenca Mashcon del distrito de los Baños del Inca, donde la

muestra fue realizada mediante un muestreo no probabilístico tomando en cuenta a los 40 productores, la técnica empleada fue una encuesta y una entrevista, donde en la encuesta aplicada se obtuvieron como resultados que la participación en la producción de arándano según el género en su mayoría es masculina la cual se dedica a las actividades de agricultura y la participación femenina se centra en la selección de la producción, además, que el rango de edad que prima en la asociación de productores de arándano se encuentra entre los 36 a 40 años, estos productores se encuentran en una capacidad de poder comprender y mejorar sus procesos de producción a través de capacitaciones brindadas por las instituciones del estado ONG, por otro lado, según la muestra recogida en los productores de arándano estos señalan que su grado de instrucción de es superior al primario y muchos de estos productores no han recibido ningún tipo de educación, siendo esta variable de estudio una limitando al iniciar un proceso de capacitaciones. También, del total de la muestra el 62% a destinado 2 hectáreas para la producción de arándano, el 25% del total de la muestra a destino 1 hectáreas y el 13% solo destino ½ hectáreas, según los datos obtenidos en la recolección de la muestra los productores se encuentran dispuestos a incrementar el número de hectáreas de producción según el crecimiento de la producción. Así mismo, el 100% de la muestra señala que la producción de arándano presenta una cosecha anual, el rendimiento de la producción se incrementa anualmente. Además, el 88% del total de la muestra tomada a los productores de arándano señalan que utilizan semilla mejorada tipo BILOXI. La cual presenta un mejor rendimiento frente a la semilla tradicional que es utilizada por el 12 % del total de la muestra, por otra parte, el 75% del total de la muestra señala que la producción de arándano

es tecnificada, y el 25% señala que es una producción artesanal la que no permite obtener un mejor rendimiento de la semilla. Así mismo, el 100% de la muestra recolectada señala que el tipo de abono utilizado es un abono orgánico a base de humus de lombriz. Por otro lado, el 100% de la muestra señala que el tipo de riego utilizado en la producción de arándano es riego por goteo y que el 63% del total de la muestra considera que el Principal riesgo de la producción son las plagas que afectan el cultivo de arándano, sin embargo, el 37 % de los productores señalan que el principal riesgo que afecta su producción son los cambios climáticos. Así mismo, que el 100% de la muestra indican que el principal cliente que presentan es una empresa agroexportadora y el 53% de la muestra considera que el incremento de la producción ha sido en 30% en los últimos años, sombrero el 47% de los productores, considera que el incremento de la producción es superior a 40%. Además, que el 100% del total de la muestra señala que la venta de su producto solo se realiza al mercado nacional. Por otra parte, el 100% de la muestra señala que el financiamiento utilizado para la producción de arando es por recursos propios, esto es como resultado al escaso acceso que presentan a otras fuentes de financiamiento, al mismo tiempo, el 60% de la muestra señalan que la asociación cuenta con alianzas con instituciones del estado y 40% que las alianzas establecidas son con otras asociaciones productoras. Por otro lado, el 100% de la muestra señala que la asociación de productores de arándano no cuenta con procesos logísticos establecidos. Así mismo, el 100% de la muestra señala que no recibe capacitación por parte de la asociación, lo que limita mejorar su proceso de producción, poder realizar una estrategia en reducción de costos y en la búsqueda de nuevos mercados. Además, el 100% de la

muestra coincide que no hay una mejora en su proceso productivo ya que no reciben capacitación alguna. También, las principales mejoras que presentan los productores al pertenecer a un modelo asociativo son la reducción de costos y el uso de semillas mejoras proporcionadas por las instituciones del estado. Por otra parte, el 100% de la muestra coincide que la única infraestructura con la que cuenta la asociación es el centro de selección, para poder cumplir con los requisitos de compra de la empresa acopiadora, sobre temas de tamaño, calidad, etc. Y, por último, el 100% de la muestra señala que la principal tecnología agrícola con la que cuenta es para la producción de arándano los cuales son los arados tecnificados y tractores que facilitan el proceso de siembra. De la misma manera en la entrevista aplicada al coordinador del proyecto de Berries se obtuvo como resultados que los bancos para realizar préstamos agrícolas evalúan diversos aspectos puesto que lo consideran riesgos, por otro lado, menciona que contar con tierras pequeñas incrementa costos. Así mismo, menciona que la asociatividad permite que el pequeño productor acceda a posibilidades de nuevos productos, aumente la producción y pueda entrar a concursos. Además, recalca que es esencial realizar una investigación de mercados para poder posicionar un producto. Así mismo, menciona que la asociatividad es un punto esencial para realizar alianzas, pues el pequeño y mediano productor necesita asociarse para tener mayores ventajas y de esa manera ser competitivos. El entrevistado considera que capacitarse en buenas prácticas agrícolas es indispensable para exportar. También, hizo mención que la tecnología agrícola tiene que ser alta puesto que se tiene que instalar varias cosas y así tener mejores resultados en los procesos de producción. Y, por último, menciona que los tipos de productos

con valor agregado pueden ser productos deshidratados, así como pastillas de arándano por propiedades nutreacético y congelados. Se llegó a la conclusión, en primer lugar, que los beneficios del desarrollo e implementación de la asociatividad en los productores de arándano en la cuenca Mashcón distrito de Baños del Inca para la exportación de Infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle en el año 2017, son el aumento de la producción (Comercialización) y la reducción de costos (Financieros), al mejorar el proceso de siembra y cosecha; estos beneficios se obtiene por la capacitación desarrollada por la Agencia Agraria Cajamarca – MINAGRI, en coordinación con Sierra Exportadora. En segundo lugar, El perfil del productor arándano de la Cuenca Mashcón – Baños del Inca, predomina la participación masculina, dichos productores presentan un nivel de instrucción primario. Siendo el principal mercado donde se comercializa la producción de arándano el mercado local a través del acopio del producto y la compra en chacra por parte de la empresa agro industrial. Y, en tercer lugar, La viabilidad de plan de negocios de exportación de infusión aromática es positiva.

Perez (2018) en su tesis “Características de asociatividad de los productores de frambuesa en la provincia de San Marcos – Cajamarca para su exportación a Nueva York – EE. UU,2018” para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Privada del Norte sede Cajamarca – Perú, tuvo como objetivo determinar las características de asociatividad en los productores de frambuesa de la provincia de San Marcos- Cajamarca para su exportación a Nueva York – EE. UU, 2018. La presente investigación utilizó un diseño descriptivo, no experimental de diseño transversal. Además, la población estuvo conformada

por 20 productores de la comunidad de Rancho Grande de la provincia de San Marcos – Cajamarca, donde de acuerdo a los criterios de exclusión y a un muestreo por conveniencia se tomó como muestra a todos los productores. Las técnicas empleadas para la recolección de datos fue la aplicación de una encuesta dirigida a los productores donde se obtuvo como resultados que un total de 20 encuestados el 70% corresponde a 14 personas del género masculino y el 30% corresponde a 6 personas del género femenino, además, entre la población encuestada se encontró que el 40% tenía entre 48 y 53 años, seguidos por un 20% en el rango de 42 a 47 años, con un 15% en el rango de 30 a 35 años, el 15% en el rango de 36 a 41 años, el 5% en el rango de 18 a 29 años y el 5% restante siendo mayor a 54 años; por otro lado, entre la población encuestada se encontró que el 55% tiene estudios de secundaria, seguidos por un 20% que tiene estudios de primaria, con un 15% que tiene estudios superiores y el 10% restante que tiene solo inicial. También, sobre los tipos de proyectos asociativos que desarrollan el 40% de las personas encuestadas indicó que desarrollan proyectos de cultivo de maíz, seguido del 35% que indicó que desarrollan proyectos en la producción de papa, y el 25% restante de las personas encuestadas indicó que desarrollan proyectos de cárnicos. Por otra parte, el 55% de los asociados considera que el principal resigo que comparten al integrar la asociación de productores es los riesgos climáticos debido a que estos son incontrolables o impredecibles y afecta de manera significativa a su producción, el 30% consideran que son las plagas o enfermedades que afectan al fruto y el 15% los riesgos de pérdidas económicas. Así mismo, la participación en capacitaciones en el manejo de cultivo de Frambuesa el 50% de los encuestados respondió que lo capacitó el

Gobierno Regional o Municipal, seguido del 30% que indicó que lo capacitaron Ong's, y el 20% restante. Por otro lado, los temas de preferencia para recibir capacitaciones, el 55% respondió que le gustaría recibir capacitaciones sobre producción, seguido del 30% que le gustaría recibir capacitaciones sobre Asociatividad, y el 15% restante sobre técnicas de riego. Además, el número de capacitaciones a las que ha asistido el 70% indicó que no ha asistido a ninguna, seguido del 15% que indicó ha asistido de 3 a 4 capacitaciones, el 10% indicó que ha asistido de 2 a 3 capacitaciones, y el 5% restante indicó que ha asistido de 1 a 2 capacitaciones. Así mismo, el 90% de las personas encuestadas indicó que no tenía conocimiento acerca de las características de asociatividad, seguido del 10% que indicó que si sabía o conocía. Por otra parte, sobre el conocimiento de actividades económicas en asociaciones el 70% de los encuestados indicó que no conoce, seguido del 30% de los encuestados que indicó que si tiene conocimiento sobre las actividades económicas en asociaciones. También, el tipo de producción que desarrolla, el 80% de los encuestados indicó que utiliza la producción artesanal o familiar, seguido del 20% de los encuestados que indica que utiliza la producción tecnológica. Así mismo, mencionan que se utilizan diferentes tipos de riego, abono, y que el tipo de frambuesa que más se produce es la morada y el restante la frambuesa negra. Por otro lado, sobre el conocimiento de los beneficios de una asociación el 70% de las personas encuestadas indicó que sí, seguido del 30% que indicó que no tenía conocimiento de los beneficios de una asociación. Así mismo, los principales beneficios de pertenecer a una asociación son: el 39% señala que su producción incremento, el 33% considera que su principal beneficio fue la reducción de sus costos, el 17% incrementado

su poder de negociación y el 11% acceso a las tecnologías productivas. Como conclusión, de acuerdo a los resultados de la investigación, en primer lugar, lo más apropiado para los productores de frambuesa es la formación de una cooperativa. Un punto a favor de los productores es la muestra de interés de ser partícipes de un tipo de asociación. En segundo lugar, los productores siempre han trabajado de manera individual por lo que desconocen los beneficios de la asociatividad. Con la asociatividad tendrán la oportunidad de desarrollarse y poder brindar un producto de calidad y costos bajos dando como resultado final beneficios para ellos y sus clientes. Con la asociatividad los productores pueden reducir sus costos, compartir riesgos, acceder a créditos y todos los beneficios que tiene la asociatividad. Los productores de frambuesa en la provincia de San marcos – Cajamarca no son asociados por lo tanto no tienen los beneficios de recibir una amplia capacitación de producción de frambuesa o un financiamiento, y esto como consecuencia no les permite mejorar la producción y ser competitivos en el mercado. En tercer lugar, Los productores no asociados no tienen conocimiento de ningún tipo de valor agregado, por lo que necesitan ser capacitados y así poder formar parte de una asociatividad. Y, por último, para lograr que la asociatividad se convierta en un mecanismo de desarrollo sustentable, es importante que se involucre en el proceso a los agentes económicos locales, como son el Estado, la cámara de comercio y las universidades.

Ballona y Tantaleán (2018) en su tesis “Cadena productiva de la rosa en el distrito de Namora, región Cajamarca para su comercialización a Miami – Florida en el 2018”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internaciones en la Universidad Privada del Norte

sede Cajamarca – Perú, tuvo como objetivo describir la cadena productiva de la rosa en el distrito de Namora, región Cajamarca para su comercialización a Miami – Florida en el 2018. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal: descriptivo. Además, se identificaron dos poblaciones: productores de rosas en el Distrito de Namora en el año 2018 y especialistas en producción de rosas en Namora en el año 2018, donde se tomó como muestra por conveniencia a 50 productores de rosas. La técnica empleada para la recolección de datos se aplicó una encuesta a los floricultores del distrito de Namora, con la finalidad de alcanzar datos relevantes sobre producción y comercialización de rosas, donde se obtuvo como resultados que Según los datos obtenidos por los especialistas entrevistados el proceso de producción de la rosa se inicia con la preparación del suelo e instalación del invernadero para luego realizar la preparación de las cunas previamente realizar la inserción de las estacas o semillas, el siguiente proceso es la instalación del sistema de riego para luego realizar la fertilización y fumigación de las plantas, durante el proceso de crecimiento de las plantas se pone las mallas en los botones de la rosa para su mejor cuidado hasta estas sean cosechadas y empacadas para la comercialización. Además, el 100% de la población seleccionada usa al menos un tipo de sistema tecnificado, esto basado en el riego, de esta manera, con el uso adecuado de este sistema, se ahorra tiempo y un gasto innecesario en mano de obra directa. El uso de riego tecnificado por goteo, que comúnmente se denomina, es utilizado por casi todos los productores de flores en general ya que genera un riego continuo y equilibrado. Por otro lado, en promedio, los productores de rosas sacan al mercado 353.60 bonches mensuales, conteniendo entre 24 a 25 rosas cada uno.

El volumen de producción también depende mucho del espacio con el que se cuenta cada productor y de las estacas plantadas por invernadero. Esto nos indica que el volumen de producción no es exacto ya que también depende de la temporada que haya mayor demanda de la rosa. También, El estudio demuestra que, en promedio, un productor de rosas cuenta con 1300 m² para hacer un invernadero. De la población seleccionada, en su gran mayoría, un 60% de productores cuenta invernaderos de entre 500 m² y 1000 m², esto por la aparición de nuevos pequeños productores de rosas en la zona. Esto nos indica que en Namora, la producción de rosas va en crecimiento, pero aún no se logra tener un espacio considerable para su producción a escala. Otro dato importante que se logró conseguir es que, son muy pocas las empresas que cuentan con un terreno de dimensiones considerables para la producción de rosas, solo el 4% de los productores cuentan con terrenos de entre 3506 m² y 4006 m², lo cual dificulta la producción de gran escala y la futura salida a mercados internacionales. Por otra parte, el estudio reveló que, en promedio, un floricultor gasta en MOD 926.00 nuevos soles, pero esto varía dependiendo al tamaño del invernadero y a las labores por las cuales se contrata a personal. En su gran mayoría, un 52% de productores gasta entre S/. 772.00 y S/. 1143.00 nuevos soles en pago de MOD, generalmente se contrata hasta un máximo de 2 personas, dependiendo de la temporada de cosecha y del tamaño del invernadero. El estudio también revela que un gran 30% de la población encuestada tiene un gasto de entre S/. 400.00 y S/. 771.00 nuevos soles, lo que demuestra que el sueldo de un trabajador de invernadero no alcanza el sueldo mínimo. Además, los expertos entrevistados, consideraron que las personas que intervienen en el proceso productivo de las rosas, son generalmente de 3

a 4 personas, para el proceso de preparación de suelos, fumigación y cuidado, cosecha y empaque. Por otro lado, según los expertos entrevistados los insumos que se involucran en el sistema de producción de la rosa se basan en una buena fertilización que va acompañado de diversos insumos como calcio y otras vitaminas para el desarrollo y crecimiento de la planta, los insumos es una fase muy importante para la producción ya que depende de este proceso para obtener un producto de calidad. Así mismo, el 100% de la población entrevistada, cuenta con maquinaria para el uso de la producción de rosas, especialmente para el proceso de riego. También, el estudio reveló que casi en su mayoría, un 92% de la población encuestada destina su producción hacia empresas. Mientras que, por otro lado, el 8% de la población, determinó que su producción es vendida en el mercado local. De esto podemos inferir en lo siguiente, los productores de rosas de la localidad, destinan gran parte de su producción a vendedores del interior del país, especialmente en la capital. Así mismo, en promedio, un productor de rosas de Namora, tiene una producción mensual de 8504 rosas, lo cual, en comparación con otras provincias productoras en el Perú y en el mundo, es bajo. En su gran mayoría, los datos arrojaron que un 66% de la población seleccionada, tiene una venta mensual de rosas de entre 3360 y 7268 unidades. Solo el 2% de los productores cuentan con ventas que superan las 26800 unidades mensuales. Por otro lado, los productores en Namora venden cada rosa a 0.97 céntimos, donde pueden llegar a costar un 35% más. El precio también puede bajar, al vender la mercadería de segunda en el mercado local. El precio de venta de la rosa en el mercado local es de 35 soles por Bonche (paquete) lo cual estos son distribuidos a los diferentes mercados. Además, las rosas en su mayoría se

comercializan en su estado natural. También, el estudio reveló que el 82% de los encuestados solo tuvo una capacitación hasta la fecha, esto se debe a la falta de especialistas de rosas en Cajamarca. Mientras que el 10 % de la población, determino que hasta la fecha recibieron 2 a más capacitaciones, de especialistas extranjeros. Así mismo, se demuestra que el 96% de las capacitaciones que se dieron hasta la fecha fueron de empresas privadas ecuatorianas, por otro lado, el 4% de la población dijo que las capacitaciones fueron de empresas públicas cajamarquinas en una ronda de negociaciones que realizo el DIRCETUR y por parte del Ministerio de Agricultura Y Riego junto a Yanacocha. Además, el estudio revelo que el 68% de los encuestados necesitan capacitaciones de tratado de plagas. Por otro lado, el 32% necesitan capacitaciones del estudio adecuado de componentes y tratado de suelo que permita el desarrollo de este tipo de producción. También, las instituciones públicas en nuestra región de Cajamarca no brindan capacitaciones a los productores de rosas, debido a la falta de especialistas en el tema. Por otra parte, las capacitaciones deben ser mínimo una al mes ya que hay nuevos productores cada cierto tiempo. Así mismo, según los especialistas las entidades públicas no tienen el conocimiento de los documentos o certificaciones que se necesita para la producción y comercialización de las rosas. Cabe recalcar que si existen empresas nacionales que acopian rosas para la exportación. Además, el estudio revelo que 82% de los encuestados vende su producción con el tipo de corte (rosa grande). Mientras que el 18% de los encuestados vende parte de su producción al mercado local con el corte (multiflores) menor a 60 cm. Así mismo, los requisitos para la exportación según los especialistas es tener una certificación que es un producto sano que

este registrado como empresa y que sobre todo cumpla con los requisitos de calidad ya que existen mercados exigentes y competitivos de la rosa. Por otra parte, se determinó que 100% de los encuestados creen que la producción de rosas cajamarquinas no basta para cubrir la demanda de un mercado internacional. Por otro lado, no cuentan con capacitaciones de empaque, empaquetado, tiempo y presupuesto ya que la rosa es un producto delicado y con poco tiempo de vida. Así mismo, el volumen de exportación a nivel nacional de la rosa es considerablemente insignificante a comparación de otros países vecinos. Se llegó a la conclusión, en primer lugar, que el proceso de producción de la rosa en el distrito de Namora, región Cajamarca se inicia con una preparación de suelo, instalación del invernadero, preparación de las cunas para la inserción de las estacas o semillas, instalación del sistema de riego, fertilización y fumigación. Para los cuales, todos los productores usan al menos un tipo de sistema tecnificado, mayormente basado en el riego. En segundo lugar, en cuanto a la cadena productiva de las rosas tiene una estructura provechosa ya que los proveedores son extranjeros y venden sus insumos para el cultivo, además se caracteriza también porque existe en la localidad un tipo suelo y clima adecuado para el cultivo de esta flor, la cual le proporciona una producción de calidad para su comercialización dentro y fuera de la ciudad. Así mismo la cadena productiva presenta dificultad en el cuanto a las capacitaciones de los productores en temas como plagas y suelos que son necesarios para una mejor producción, además los invernaderos de la localidad de Namora, no cuentan con la producción suficiente para cubrir un mercado internacional. En tercer lugar, en cuanto a la internacionalización del producto, los requisitos necesarios para el ingreso a este son los mismos

aplicables para la exportación de plantas y producción agraria. SENASA, quien es el encargado de proporcionar los requisitos fitosanitarios y zoonosanitarios establecidos por las autoridades nacionales de Sanidad Agraria en los países de destino. Y, por último, la producción de rosas en nuestra región nos permite desarrollar un plan de Negocio que es rentable y favorable tanto como para el sector Floricultor como a entidades o empresas que inviertan en la producción de rosas, teniendo en consideración realizar un estudio de mercados que nos permita conocer la aceptación y viabilidad del negocio reflejado en un estudio financiero.

1.1.3. Marco teórico

1.1.3.1. Variable Asociatividad

Definición según autores

Existen varias definiciones del concepto de asociatividad, sin embargo, se tomaron en cuenta teorías y conceptos que fundamentan la investigación:

Se entiende a la asociatividad como un mecanismo de cooperación, y, en el sector mencionado, como una respuesta para superar los problemas de crecimiento de los pequeños productores. No obstante, pese a los beneficios que conlleva la asociatividad, hay una problemática “generada por la falta de una involucración de los actores, que en el presente caso son los productores, gobiernos locales y otras Instituciones” (Quillahuaman & Carasas, 2018, p.1).

En el Ecuador la asociatividad constituye un pilar fundamental en las organizaciones sociales, por cuanto involucran principios de cooperación y compromiso, objetivos comunes, integración para ganar competitividad, transparencia administrativa, teniendo presente los distintos factores de

rentabilidad, competitividad y productividad en cada una de las actividades desarrolladas mancomunadamente (Borja, Alarcón y Quispe, 2017).

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI, 2014) la asociatividad es un proceso de agrupamiento voluntario de individuos, empresas u organizaciones, que buscan trabajar de manera coordinada para poder alcanzar sus metas. A través de la asociatividad se busca el uso efectivo de los factores de producción y mejores ingresos derivados de la comercialización asociativa.

Barrera, Espejel, Herrera y Cuevas (2016) define a la asociatividad como un proceso de agrupamiento voluntario entre individuos u organizaciones que buscan trabajar juntos y de manera coordinada con el propósito de alcanzar metas y objetivos en común

Para el Ministerio de Comercio Exterior (MINCETUR, 2016) la asociatividad es una forma de organización que permite lograr mayor productividad y tener menores costos. Se caracteriza por el trabajo articulado, unión de personas, objetivos comunes y colaboración voluntaria.

González, Núñez, Basantes, Basantes y Bonilla (2016) mencionan que la asociatividad Es una facultad social de los individuos, que lo usan como medio para poder unirse, sumar esfuerzos y poder compartir ideas, para poder enfrentar y dar respuesta a distintos problemas.

Según IICA (2017) señala que la asociatividad implica incorporación voluntaria y libre unión. Tiene como objetivo mejorar la competitividad de los asociados en los mercados, con el propósito de poder mejorar sus operaciones, contribuir el desarrollo de las comunidades e incrementar el bienestar familiar de los integrantes.

Cortés y Bonilla (2015) manifiestan que la asociatividad es una modalidad de cooperación que actualmente se está desarrollando en muchos países, teniendo gran acogida en el medio en el que se desempeña, debido a la efectividad e importancia que tiene para quienes la desarrollan, es por eso por lo que es considerada como una herramienta apropiada para incrementar la competitividad. La asociación de un grupo de productores atomizados generaría beneficios en torno al sistema productivo, lo que redundaría en una mayor eficiencia en la producción y en el fortalecimiento de la dinámica empresarial.

Maeso (2015) indica que, asociatividad es comprometer mediante la identificación de objetivos y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esfuerzos individuales dispersos, en propósitos de mejoramiento de los niveles de desempeño empresarial, que facilite la sostenibilidad y crecimiento de las empresas en aras de la competitividad de los negocios, que les permita enfrentar en mejores condiciones la competencia globalizada.

Dimensiones de la variable asociatividad

Cooperación y compromiso

Se puede entender a la cooperación como un mecanismo en el que agentes de un mismo grupo o de diferentes grupos comparten objetivos para lograr el mismo fin, por lo que renuncian a cierto grado de autonomía para contribuir a los intereses de la comunidad. Existe un cierto grado de altruismo en el comportamiento cooperativo, sin embargo, proporciona cierta utilidad o beneficio para el agente.

El compromiso hace referencia, en su definición más general, a la obligación contraída por alguien (RAE, 2017). De acuerdo con lo mencionado, las partes han decidido implementar las tareas y metas que han decidido realizar a través de acuerdos formales o informales, y deben permanecer cumplidos mientras dure la relación y / o metas establecidas. De esta forma, el compromiso en la relación entre la Cooperativa y el productor se define por el cumplimiento de una serie de acciones por parte de cada participante con la finalidad de lograr los objetivos establecidos.

Objetivos comunes

Según Rosales (1997) señala que los objetivos comunes pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de un volumen de materia prima, o generar una relación más estable en el tiempo como puede ser la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías que son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes.

Además, se puede definir como hacia dónde apuntan nuestras acciones, basándose principalmente en trabajar en conjunto, logrando que coincidan con los objetivos que todos quieren alcanzar.

Integración para ganar competitividad

La integración consiste en mantener juntas las partes de un todo. Es decir, que todos los miembros del grupo conozcan el trabajo para de esa manera establecer e identificar las relaciones necesarias que permitan desempeñar y lograr los objetivos establecidos. Es por ello, que es importante la integración para ganar competitividad, puesto que al asociarse entre varios el trabajo se vuelve más eficiente y por lo tanto se obtienen mejores resultados.

Transparencia administrativa

Se refiere a deberes muy concretos relacionados con la claridad, la lealtad y la ética, que deben primar en todas las actividades de la administración pública.

Características de la asociatividad

(La Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, 2015) indica que la principal característica de la asociatividad es que su incorporación es voluntaria y que las empresas mantienen su autonomía tanto de decisiones como de lo legal. Las empresas se asocian para lograr un objetivo común, para lo cual es primordial que los socios tengan principios y cualidades complementarias, de tal manera de que el grupo sea homogéneo y todas den su aporte en la misma medida y puedan ganar algo del grupo.

Existen otras características de la asociatividad según Mincetur (2013), entre ellas tenemos:

Es principalmente un mecanismo de cooperación, aunque puede ocurrir que las empresas asociadas compitan entre sí. Por ejemplo, en una feria de productos similares, los asociados compiten entre sí, pero el hecho de cooperar en la comercialización conjunta les permite darse a conocer, disminuir costos y alcanzar mayor volumen de venta, entre otras ventajas.

Requiere de un cierto grado de organización, es decir, distribuir y coordinar tareas y funciones necesarias para el logro de objetivos comunes

Tiene cierto grado de permanencia. Esto supone una visión de largo plazo de la relación conjunta, que trascienda los problemas coyunturales que puedan dar origen a la estrategia asociativa y se mantenga en el tiempo.

Supone una decisión voluntaria al momento de asociarse. Existe libertad para ingresar o retirarse de la estrategia según los mecanismos que acuerden sus miembros.

Se orienta al logro de objetivos comunes fijados por los asociados. Éstos pueden aprovechar ventajas o resolver problemas conjuntos y conservar el control sobre su negocio, es decir, mantener su autonomía.

Tipos de asociatividad

Mincetur (2017), hace mención de los siguientes:

La asociatividad se compone en base a acuerdos y consensos entre todas las partes interesadas, según ese principio se identifican dos modalidades básicas:

Horizontal

Objetivo: Aumentar la capacidad de negociación

Finalidad: Genera una economía de escala que permita abastecer la demanda y los costos.

Vertical

Objetivo: Desarrollar las actividades productivas y comerciales

Finalidad: Integra empresas que operan en industrias separadas, las integra verticalmente.

Además, Mincetur (2017) señala que el Congreso de la República del Perú, en el año 2012, mediante un proyecto de ley con la finalidad de promover la asociatividad agraria, reconoció más tipos de asociatividad:

Cadenas productivas

Integrantes: Por agricultores y empresas que se unen en etapas específicas

Objetivo: Fomentar la producción, transformación, comercialización y distribución, enfocado en uno o más productos.

Clúster

Integrantes: Por agricultores y/o empresas ubicadas en un espacio geográfico en común, relacionado por una actividad productiva especial.

Objetivo: Mejora las relaciones socioeconómicas de los miembros, y combina competencia y colaboración con instituciones locales en algunos procesos.

Entre otros tipos de asociatividad se encuentran:

Consorcio

La asociatividad consorcio, se caracteriza porque sus integrantes no pierden su individualidad, viéndose obligados a precisar un objetivo común, esta asociación tiene como finalidad agrupar las ofertas de productos o servicios nacionales y las demandas provenientes del exterior, busca aumentar su capacidad financiera y técnica. El consorcio permite incrementar la productividad, disminuir los costos, acceder a nuevas tecnologías, y responder a las acciones de los competidores.

Asociaciones de productores

La asociación de productores tiene el manejo de los productores agrarios de un sector en respectivo, las labores se desarrollan de forma grupal, frente al mercado. La asociación está conformada por productores agrícolas que buscan adaptarse a la demanda del mercado, la producción y ofertas de otros integrantes, busca que los integrantes cumplan con normas de calidad, producción, comercialización, así como diseñar los programas de este.

Cooperativas

Las cooperativas son autónomas, está agrupada por personas de manera voluntaria para alcanzar necesidades económicas, además de sociales y culturales, esta asociación es controlada de manera democrática, todos sus asociados tienen el mismo derecho para contribuir en la toma de decisiones y dirección de esta. Está integrada personas naturales, jurídicas, y cooperativas que decidan asociarse entre sí. La cooperativa agraria tiene por finalidad disminuir costos y tener una mejor integración en el mercado.

Las cooperativas, según PRODUCE (2016), sirven como un medio para que los productores obtengan un beneficio mayor para la satisfacción de sus necesidades. El IICA (2017) señala que las cooperativas son asociaciones autónomas de personas que se reúnen de forma voluntaria, pero también son organizaciones sin fines de lucro que procuran la ayuda mutua y el esfuerzo propio de todos sus miembros.

Joint Venture

Este modelo de asociación estratégica temporal de personas que comparten el mismo objetivo, permite a todas las partes por igual, obtener una mayor competitividad con menores riesgos, facilitando la entrada a nuevos mercados, acceso a mejor tecnología, conseguir capital de trabajo, reforzar la mano de obra, con el propósito de mejorar su capacidad productiva de bienes o servicios.

Ventajas y desventajas de la asociatividad

Ventajas

Incremento de la producción y productividad.

Mayor poder de negociación.

Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.

Se comparte riesgos y costos.

Reducción de costos.

Mejora de la calidad y diseño.

Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).

Mejora la gestión del conocimiento técnico – productivo y comercial.

Desventajas

Muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o crédito, puesto que no tiene una firma colateral.

Los pequeños agricultores que ofrecen una limitada cantidad de productos, por lo regular no reciben un buen precio por sus productos en el mercado local.

La compra de insumos resulta más cara, puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuento por la compra de semillas, fertilizantes y otros insumos, y si se lo ofrecen, éste será mínimo.

Por lo regular, las agencias ofrecen capacitación y entrenamiento a grupos, no a individuos.

1.1.3.2. Variable Cadenas Productivas

Definición según autores

Las cadenas productivas son un conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, 2013).

Cuando estos agentes económicos están articulados en términos de tecnología, financiamiento y/o capital bajo condiciones de cooperación y equidad, entonces nos encontramos frente a una Cadena Productiva

Competitiva capaz de responder rápidamente a los cambios que ocurran en el mercado internacional, transfiriendo información desde el consumidor último eslabón de la cadena hasta el mismo predio del productor agropecuario (MINCETUR, 2013).

Anaya, B. menciona que las cadenas productivas constituyen la base sobre la cual se van complejizando el resto de las definiciones. Es quizás el concepto más difundido y puede definirse como la interrelación de actores independientes que intervienen en una misma actividad desde el abasto de los insumos, la producción, la distribución y la comercialización, para llevar el producto al consumidor final (Anaya, 2015).

Sin embargo, Campero en 2015 reafirma lo que mencionó el MINCETUR años antes. Una cadena productiva es el conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales, hasta su comercialización en los mercados internos y externos, incluyendo proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica y organismos de financiamiento (Campero, 2015).

Mariscal, Marceleño y Nájera en el 2019 en su artículo mencionan que la cadena productiva consta de cinco eslabones (producción, transformación, industrialización, comercialización y agentes) y sus principales restricciones es la desorganización de los productores, poca vinculación de las instituciones y los productores, faltan políticas que integren la cadena, plagas y enfermedades, productores viejos, insuficiente capacitación y poca innovación tecnológica. Es importante impulsar el desarrollo de la cadena

mediante establecimiento de alianzas con instituciones de gobierno y sector privado que promuevan las inversiones para producir café de alta calidad y competitivo en el mercado internacional (Mariscal, Marceleño y Nájera, 2019).

Dimensiones de la variable cadenas productivas

Provisión

La provisión es la acción y efecto de proveer y la Real Academia Española, (2020), define proveer como preparar, reunir lo necesario para un fin, también menciona que proveer es suministrar o facilitar lo necesario o conveniente para un fin, puede ser tramitando, resolviendo o dando salida a un negocio.

A la vez, la Real Academia Española, (2020), define provisión como prevención de mantenimientos, caudales u otras cosas que se ponen en alguna parte para cuando hagan falta, conjunto de cosas, especialmente alimentos, que se guardan o reservan para un fin para disposición conducente al logro de algo.

Transformación

La Real Academia Española, (2021), Define transformación como la Acción y efecto de transformar. Así mismo la Real Academia Española, (2021), menciona que la transformar es hacer cambiar de forma a alguien o algo.

En efecto, en este caso la transformación es parte del proceso de actividades económicas de una cadena productiva. Según Campero, E, (2015), Una cadena productiva es el conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales, hasta su comercialización en los mercados internos y

externos, incluyendo proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica y organismos de financiamiento.

Comercialización

La comercialización es la acción de comercializar y la Real Academia Española, (2020), menciona que comercializar es dar a un producto, condiciones y vías de distribución para su venta, o en palabras cortas es Poner a la venta un producto.

Para Rivadeneira, (2012), citado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA, (2018), la comercialización es el “conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor, a través de un mercado determinado. Es un mecanismo de coordinación para las transferencias e intercambios que realizan los diferentes agentes que participan en una cadena productiva.

La Organización Internacional del trabajo, (2016), menciona que La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia.

Características de la cadena productiva

Los actores aportan sus conocimientos, puntos de vista y experiencias. En general, la aplicación posterior de las recomendaciones y conclusiones del diálogo es responsabilidad de los iniciadores (Naciones Unidas – CEPAL, 2016).

Los actores comparten la responsabilidad y colaboran activamente para poner en práctica soluciones o acciones. Cuanto mayor sea el énfasis de la implementación, mayor será la disposición a cooperar y asumir la responsabilidad de alcanzar logros (Naciones Unidas – CEPAL, 2016).

Tipos de Cadenas Productivas

Anaya, (2015). Nos ofrece definiciones útiles para la comprensión de los diferentes tipos de cadenas. Dentro de estas, se definen las cadenas productivas, las cadenas agroindustriales, las cadenas de valor y las cadenas globales de valor.

Las cadenas productivas constituyen la base sobre la cual se van complejizando el resto de las definiciones. Es quizás el concepto más difundido y puede definirse como la interrelación de actores independientes que intervienen en una misma actividad desde el abasto de los insumos, la producción, la distribución y la comercialización, para llevar el producto al consumidor final. Este enfoque se relaciona con la oferta (Anaya, 2015).

La cadena agroindustrial se distingue de la anterior porque involucra actores vinculados con las labores agrícolas y aquellos que pertenecen a la rama industrial. Una cadena agroindustrial es aquella que agrega valor por medio de la transformación –o bien el procesamiento– de insumos agropecuarios, especialmente, mediante la manufactura (Anaya, 2015).

El concepto de cadena de valor constituye una herramienta más acabada. Su surgimiento se remonta al comienzo de la década del ochenta del siglo pasado, y a su construcción mucho aportaron los estudios realizados por Michael Porter (Anaya, 2015).

Ventajas de la cadena productiva

Para Campero, (2015). Las principales ventajas de integración en una cadena productiva son las siguientes:

- 1) El fortalecimiento de las instituciones participantes en los acuerdos.
- 2) Mayor rentabilidad en la producción obteniendo mejores precios y reduciendo los costos.
- 3) Disminución del riesgo.
- 4) Facilidad en el acceso a los insumos.
- 5) Acceso a fuentes de financiamiento, créditos y economías de escala.
- 6) Acceso a información de mercados.
- 7) Mayor acceso a tecnología de punta.
- 8) Mejor aprovechamiento de la mano de obra familiar.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, (2015). Afirma lo que campero menciona respecto a las ventajas de una cadena productiva.

Principales ventajas de la integración en una cadena productiva

- 1) El fortalecimiento de las instituciones participantes en los acuerdos.
- 2) Mayor rentabilidad en la producción obteniendo mejores precios y reduciendo los costos.
- 3) Disminución del riesgo.
- 4) Facilidad en el acceso a los insumos.
- 5) Acceso a fuentes de financiamiento, créditos y economías de escala.
- 6) Acceso a información de mercados.
- 7) Mayor acceso a tecnologías de punta.
- 8) Mejor aprovechamiento de la mano de obra familiar.

El Ministerio de Economía y Finanzas – MEF. (2020). Menciona que las ventajas de trabajar con cadenas productivas son que éstas facilitan la información sobre la cadena, permite la identificación de los puntos críticos que dificultan el desarrollo de la cadena, “cuellos de botella”, y la ubicación de alternativas de solución más efectivas, y facilita la búsqueda e identificación de alianzas y sinergias entre los diferentes actores productivos con intereses comunes y uso eficiente de los recursos disponibles.

1.1.3.3. Descripción de la Cooperativa de Servicios Múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio.

En un inicio fue una asociación de cafetaleros denominado “Coicafé”, el cual se fue a la quiebra con más de 350 socios. Donde, el sr. Lorenzo Cruz García actual gerente de la Cooperativa, siendo estibador con buenas ideas decidió crear la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe, empezando desde lo más bajo de la mano con socios de “Coicafé” que se unieron en el tiempo y que poco a poco con esfuerzo y dedicación en el año 2016 fueron creciendo y cumpliendo todos los estándares.

La Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa identificada con el número de RUC: 20570810236, fue creada y fundada el 19/05/2014, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como unas cooperativas, SAIS, CAPS, ubicada en una zona donde se produce la mayor cantidad de café a nivel del país, como es la provincia de San Ignacio en el distrito La Coipa con dirección en el Caserío Barro Negro Lote. 026, quien se dedica principalmente al cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta). Se fundó con la

finalidad de ayudar a los pequeños agricultores del distrito de La Coipa – San Ignacio para de esta manera lograr encontrar mercados sostenibles para su café y tener una mejor calidad de vida. El nombre proviene de una combinación de palabras que los fundadores consideraron muy importantes puesto que comunican la idea principal de la cooperativa. En particular, “Unión y Fe” debido a que demuestran su seguridad y están convencidos que asociarse y ser perseverantes son esenciales para conseguir una vida más sosegada para los socios productores de café y su entorno.

La Cooperativa inició con 50 pequeños agricultores, la mayoría de los cuales cultivaban en menos de 4 hectáreas de tierra en San Ignacio, Cajamarca. En la actualidad la cooperativa trabaja con 337 socios productores, apoyándolos con programas de financiamiento, asistencia técnica en referencia a las buenas prácticas de cultivo del producto y para asegurar los volúmenes y la calidad de la materia prima requerida, junto con otros programas sociales. Además, cada uno de ellos tienen independencia, derecho o voto para tomar una decisión. Un punto primordial para la cooperativa es la calidad del producto debido a las exigencias y requerimientos del mercado actual de cafés excepcionales.

La Cooperativa además se encarga principalmente a la exportación de café a países como Estados Unidos, Canadá y Sudáfrica.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de transformación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Conocer si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de transformación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación Teórica

Esta investigación se realizó porque los autores Borja, Alarcón y Quispe, (2017) señalan que la asociatividad constituye un pilar fundamental en las organizaciones sociales, por cuanto involucran principios de cooperación y compromiso, objetivos comunes, integración para ganar competitividad, transparencia administrativa, teniendo presente los distintos factores de rentabilidad, competitividad y productividad en cada una de las actividades desarrolladas mancomunadamente, es por ello que nos interesa realizar esta investigación debido a que hoy en día el mundo actual está totalmente globalizado, la negociación y el comercio internacional permite que todos tengamos un producto que puede producir cualquier país del mundo, pero

para nosotros poder acceder a ellos necesitamos que el precio sea cómodo y accesible; y por lo general dichos precios más asequibles los tienen las grandes empresas que comercializan a nivel mundial, lo cual les ha permitido consolidarse teniendo mucho control sobre un sector específico, y sabemos que una empresa consolidada aplica el concepto de economías de escala, que les permite por su tamaño (grandes) tener muchas ventajas sobre las pequeñas empresas y mucho más sobre los pequeños productores al tener unos costos más bajos por el gran volumen de producción que poseen. Los pequeños productores no pueden competir con dichas empresas, por lo que para ello se busca demostrar que la asociatividad (Cooperativas, asociaciones, etc.) permite una mejora significativa en la cadena productiva, logrando así mayores beneficios para los pequeños productores, incluso a través de ellos poder comercializar en el mercado internacional.

1.4.2. Justificación Valorativa

La investigación realizada es importante puesto que permite dar a conocer al sector agrario, cuáles podrían ser los beneficios de la asociatividad, las oportunidades de mejora que podrían obtener como pequeños productores y la mejor condición de vida que podrían llevar. Es por ello, que se sugiere investigar en los demás sectores productivos (agricultura, ganadería, pesca) para encontrar una conducta en común respecto al tema.

1.4.3. Justificación Académica

Se decidió realizar esta investigación debido a que nosotros viviendo en la ciudad de Cajamarca, y siendo un lugar con muchos recursos naturales y tierra de grandes productores agrícolas entre ellos (arroz, cebada, maíz, trigo, papa, entre otros), siendo el más destacado el café, uno de los mejores del mundo y el mejor del país. Es por ello, que queremos demostrar que la asociatividad es un punto clave para

los pequeños productores que desean tener un producto de calidad y crecer en el mercado tanto nacional como internacional, puesto que tendrían una mejor gestión de sus recursos, así como mayor facilidad para acceder a tecnologías, información y financiamientos. Así mismo, que es oportuna para las cooperativas, puesto que obtendrían resultados más eficientes en sus cadenas productivas.

1.5. Limitaciones

1.5.1. Limitaciones Internas:

La principal limitante para realizar esta investigación fueron los recursos económicos para poder viajar a la provincia de San Ignacio y aplicar el instrumento, sin embargo, se optó por la modalidad remota, lo cual no fue lo suficiente, pero de todas maneras se logró recolectar información y por lo tanto llevar a cabo la investigación.

1.5.2. Limitaciones Externas:

Una de las principales limitaciones que nos dificultó desarrollar la investigación fue la pandemia, puesto que existía estado de emergencia y no se podía movilizar para realizar de manera adecuada la recolección de información requerida en el momento.

CAPÍTULO II. MÉTODO

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Diseño

Hernández y Fernández. (2003), “refieren que el término “diseño” es el plan o estrategia concebida para obtener la información deseada. Por esta razón, el diseño de investigación se crea como estrategias en las cuales se pretende adquirir respuestas a las interrogantes y comprobar la hipótesis de la investigación, con el fin de alcanzar los objetivos del estudio”.

La investigación presenta una metodología descriptiva puesto que el presente estudio busca analizar la asociatividad y cadena productiva de café de la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, sin centrarse en las explicaciones por las que se da dicha situación. Refiere Bernal (2006), en la investigación descriptiva, se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos prototipos, guías, etcétera, pero no se dan explicaciones o razones del porqué de las situaciones, hechos, fenómenos, etcétera; la investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; se soporta en técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental.

La investigación es cualitativa debido a que recoge información del área administrativo, basada en entrevistas, para luego proceder a su interpretación. Vera (2015) expresa que la investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción

holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular.

La investigación es no experimental, dado que los hechos serán examinados en su fase natural, sin manipular decisivamente las variables. De la misma manera estará basado en la observación de los fenómenos en su contexto natural y de esa forma serán analizados para la investigación. Según Hernández, Fernández y Baptista (2006) refiere que “La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”

Esta investigación presenta un diseño transversal porque se recoge e interpreta información en un tiempo determinado. Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004).

2.2.Población y muestra

2.2.1. Población

La población son grupo de personas, seres vivos, objetos, casos, situaciones, etc. sobre los cuales el investigador está interesado en estudiar para comprobar una hipótesis planteada al respecto de ellos. Este conjunto posee una o más características, propiedades, atributos que deben ser precisadas en el tiempo y el espacio para que tenga un carácter inequívoco (CEPEUNT, 1974 citado en Glosario de investigación, 2014).

La cooperativa cuenta con 337 socios – productores y con personal administrativo, pero en la investigación debido a que solo hay un área específica relacionado con nuestras variables, se trabajará con el área administrativo de la Cooperativa de servicios múltiples unión y fe La Coipa de la provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca, año 2020.

Criterios de inclusión

1. Personal administrativo de la Cooperativa que hayan laborado con una antigüedad de 8 años.

Criterios de exclusión

1. Personal administrativo no enfocada en el área.
2. Personal administrativo nuevo en el campo laboral.
3. Socios productores de café que se produce en La Coipa.

2.2.2. Muestra

La muestra es un pequeña porción representativa y adecuada del universo que es obtenida por el investigador para hacer sus observaciones (CEPEUNT, 1974 citado en Glosario de investigación, 2014).

Según Quezada (2019) se elige las unidades muestrales mediante métodos no aleatorios, es decir, solo teniendo presente que las características sean similares a las de la población objetivo.

Mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia se ha considerado como muestra a 2 colaboradores del área administrativo: el gerente Lorenzo Cruz García y el administrador Juan Rogelio Castillo Zurita de la Cooperativa de Servicios

Múltiples Unión y Fe – La Coipa, de la provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca, año 2020.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnicas

En opinión de Rodríguez Peñuelas, (2008:10) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

Para el recojo de información en la investigación la técnica que se empleó fue una entrevista al área administrativo de la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa. Se empleó la guía de entrevista de manera presencial, y se grabó la reunión, para de esta manera lograr tener la información precisa y detallada de las respuestas manifestadas por cada uno de ellos. Además, las preguntas y las respuestas obtenidas por el gerente y los socios productores fueron transcritas en un documento de Microsoft Office.

2.3.2. Instrumentos

Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan que, un instrumento de medición es el recurso que utiliza el investigados para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. Algunos de los instrumentos para recabar información son, el cuestionario, la guía entrevista, las pruebas objetivas, los test y las escalas de actitudes.

El instrumento que se utilizó en la investigación fue la guía de entrevista con 22 preguntas por variable realizadas al área administrativo de la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, para de esta manera recoger información

indispensable e importante logrando obtener los resultados esperados, cumpliendo con nuestros objetivos planteados.

2.3.3. Validez y confiabilidad del contenido.

Hernández. (2003, P. 243), indica que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados. Es necesario recalcar que en la presente investigación se empleó los métodos adecuados para la recolección de información, pues los criterios empleados responden a cada pregunta de investigación. Con la finalidad de determinar la validez y confiabilidad de información, el instrumento fue evaluado y validado por 3 docentes de la Universidad Privada del Norte: Oscar Jonathan Vilela Seminario; Paulo Eduardo Soriano Torres y James Gamarra Banda; analizando y revisando el contenido del instrumento con la finalidad de responder a los problemas de la investigación y a los objetivos para después aprobar la funcionalidad de éste (Anexo N° 4). El formato de validación está basado en el contenido: Entrevista.

2.3.4. Análisis de datos

En la investigación, los datos obtenidos de la entrevista fueron transcritos a un documento de Microsoft Word para una mejor revisión e interpretación de cada respuesta, así mismo, los resultados fueron organizados mediante gráficos, con la finalidad de obtener un análisis más estructurado.

2.4. Procedimiento de recolección de datos.

Para la recolección de datos, se realizó en tres etapas. La primera etapa fue la validación del instrumento (Guía de entrevista), donde se elaboraron preguntas de

acuerdo a cada dimensión e indicador, para de esa manera lograr obtener información precisa para cada variable.

La segunda etapa fue coordinar una fecha con el gerente de la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca, para realizar la entrevista al área administrativo y de ese modo poder tomar en cuenta las opiniones acerca del objetivo que persigue la presente, logrando un análisis de acuerdo con la situación actual.

La tercera etapa fue la aplicación del instrumento de manera presencial a cada uno que conforma el área administrativa, para lograr comprender y conocer si la asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020. Así mismo, en esta etapa se procedió a recolectar la información conseguida de la entrevista luego de ser aplicada, y, además, para conocer más sobre el tema se utilizó información obtenida por artículos y publicaciones académicas, con la finalidad de comprender a mayor rango cada variable.

El procesamiento y análisis de datos de la investigación se dan en dos momentos de las fases del estudio:

- a) Procesamiento y análisis de información para la asociatividad.
- b) Procesamiento y análisis de información sobre la cadena productiva.

2.5. Aspectos éticos.

En la investigación se está citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas, además contamos con el apoyo del área administrativo de la cooperativa de estudio para recolectar la información necesaria para el buen desarrollo y quienes tenían conocimiento del objetivo real del proyecto de

investigación, dicha información es utilizada directamente en el aspecto académico sin perjudicar ni invadir privacidad con la intención de brindar los resultados obtenidos al final. Los individuos participan en la investigación propuesta sólo cuando ésta es compatible con sus preferencias, valores e intereses; y lo hacen voluntariamente con el conocimiento necesario y suficiente para decidir con responsabilidad sobre sí mismos. Todos los resultados se presentan sin alterar datos reales.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La investigación tuvo como finalidad responder al problema de investigación
¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva
de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio
– Cajamarca, 2020?

En primera instancia para poder dar respuesta a la pregunta de investigación
se realizó la entrevista al área administrativo de la Cooperativa de servicios múltiples
Unión y Fe La Coipa. La entrevista estuvo estructurada a partir de las distintas
dimensiones e indicadores acorde a cada variable: Asociatividad y Cadena
Productiva.

GUÍA DE ENTREVISTA - MATRIZ DE DIMENSIONES				
INSTRUMENTO				
DATOS GENERALES	Nombres y apellidos Edad Cargo Profesión Años como socio en la cooperativa			
DIMENSIONES	INDICADORES		N°	
Asociatividad	Asociatividad	Objetivos comunes	P1	
	Entrevista 1 Objetivos en común		P2 P3	
	Entrevista 1 Cooperación y compromiso		P4 P5	
	Entrevista 1 Integración para ganar competitividad	Nivel de calidad	P6 P7	
	Entrevista 1 Transparencia administrativa	Cumplimiento legal administrativo con los asociados	P8	
	Cadena Productiva	Entrevista 2 Provisión	Proceso de provisión	P9
				P10

		Eficiencia en los procesos	P11 P12	
	Entrevista 2 Transformación	Transformación de producto	P13 P14 P15	
		Verificación del producto final	P16 P17	
		Eficiencia de la cadena productiva	P18	
		Entrevista 2 Comercialización	Comercialización	P19 P20 P21
			Frecuencia de entrega	P22

A continuación, se detallarán los resultados obtenidos de la entrevista realizada y el análisis de cada una de ellas.

Conocer si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

En la entrevista aplicada al Gerente de la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio, nos mencionó que en el año 2014 se desconocían muchas cosas que se podían hacer para tener un mejor producto, pero ahora con mayor experiencia en el sector, optimizando y mejorando procesos de acopio, de secado y transporte de café de los socios productores, ha permitido tener un mejor producto y de esa manera tener una cadena productiva más eficiente. Además, para realizar un buen trabajo en equipo, toda información se comunica a todos los socios productores y colaboradores, para de esa manera cumplir con los objetivos que tienen en común.

Por otra parte, el Administrador de la Cooperativa, nos refiere que la asociatividad como Cooperativa es muy bueno para los socios y trabajadores porque al crecer la empresa crecen los productores. Además, al estar asociados cada trabajador no solo se dedica a su área, sino que también se apoyan mutuamente cumpliendo los objetivos en común que tienen, por otro lado, la Cooperativa está creciendo en el tema de asociatividad y mercado, puesto que al paso de los años se han integrado más socios productores y, además, cada año van elevando entre 10 a 15 contenedores para las exportaciones respecto al año anterior. El compromiso por parte de los socios productores y el área administrativo de la cooperativa es de alto nivel puesto que el productor pasa por una inspección interna al inicio de cada campaña, es decir, se visita a cada socio productor y se recolecta toda la información (necesidades, quejas) para luego ser debatidas y solucionadas.

Existen varios factores en los que se han beneficiado los productores, pues al inicio el productor para movilizar y cosechar su producto (café) se les malograba debido a los cambios climáticos bruscos del lugar, es por ello, que como Cooperativa decidieron comprar 3 camiones y 1 camioneta, donde desde ese momento se empezó a transportar el café en buen estado; y gracias al Premium que obtuvieron por la certificadora de Comercio Justo, crearon sus módulos de secados, también, la Cooperativa empezó a trabajar con abonos para cada socio productor, por otro lado, les brindaron materiales y el personal adecuado para que puedan construir un ambiente pertinente de acuerdo con la cantidad que los productores cosechaban, y así mismo, para mejorar el proceso del café se les ofreció que la Cooperativa se iban a encargar de ello, debido a que ellos lo acopian en cerezo, es decir, a un solo estándar para de esa manera lograr mejorar cada año la cadena productiva. En conclusión, los

beneficios de los socios productores es que han mejorado la calidad de su producto y temas de producción.

La integración ha permitido obtener mejores resultados en la cadena productiva, puesto que los productores a la hora de enviar su producto (café), la Cooperativa buscan que ese café sea de mayor de calidad de taza. Además, cabe recalcar que existe claridad, ética y transparencia en cada actividad desarrollada.

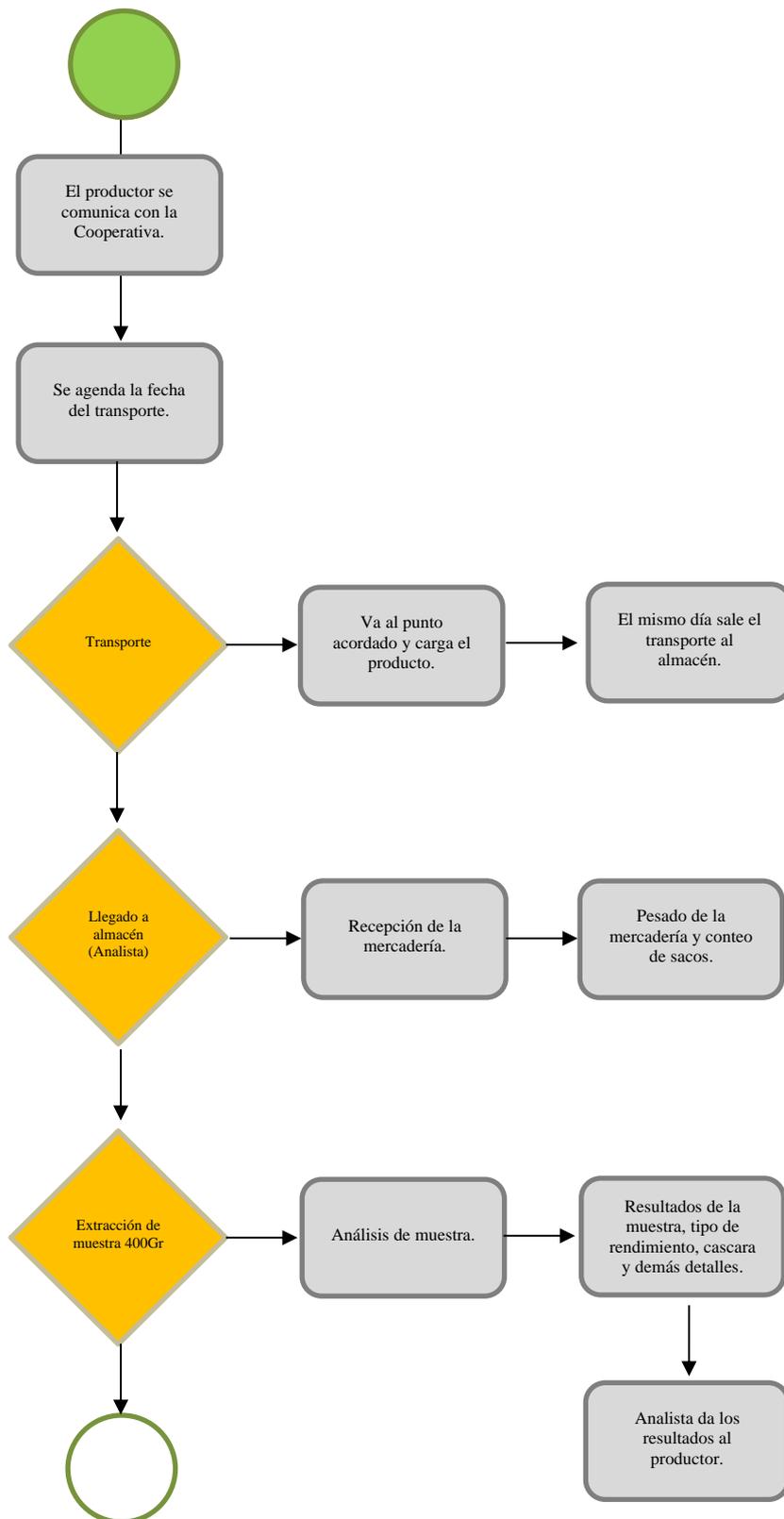
Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

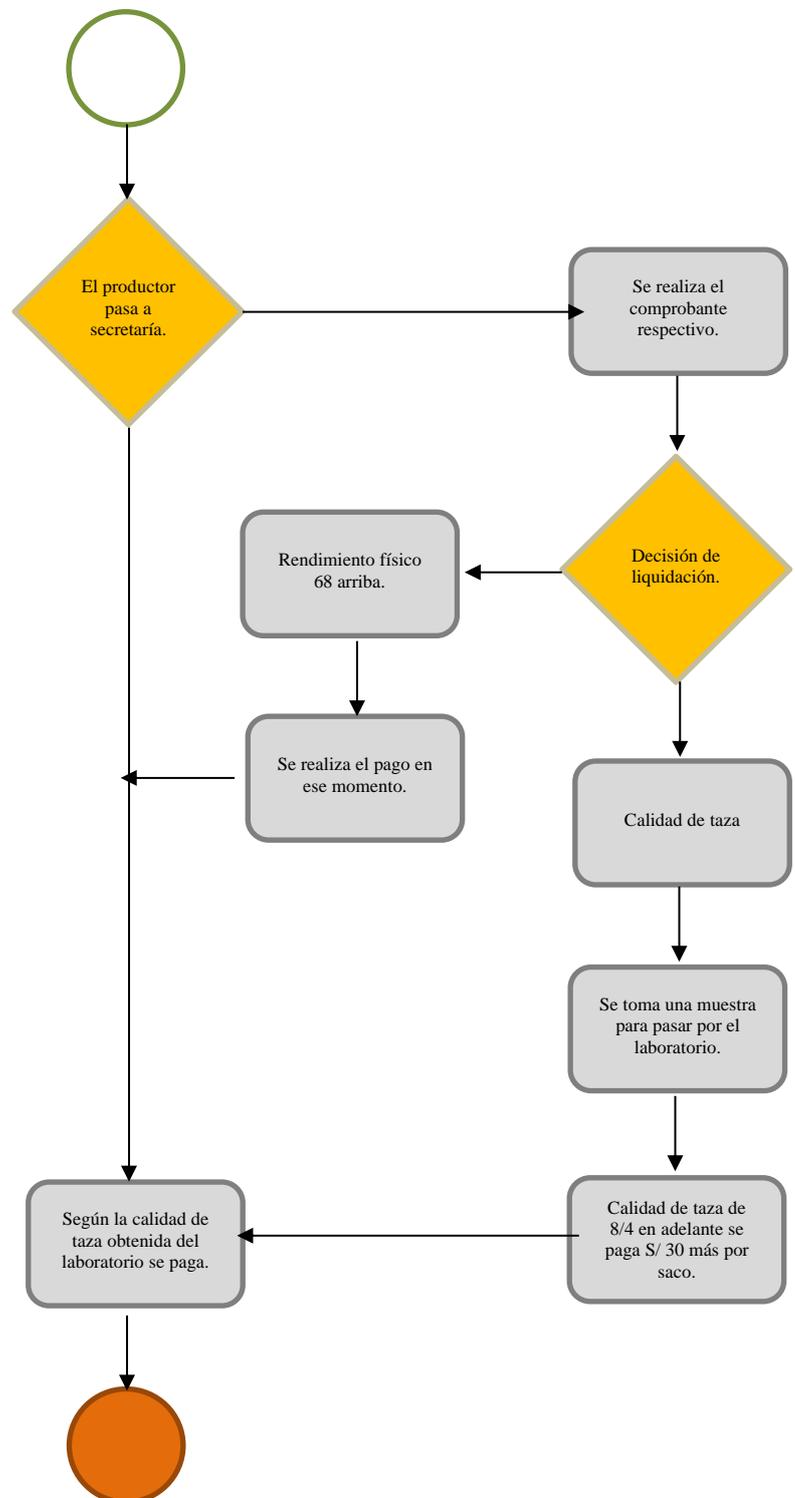
En la entrevista realizada al Gerente, nos mencionó que la asociatividad con socios productores les ha permitido tener mejores procesos de provisión y por ende una mejor calidad en su producto, implementando diversos procesos y estrategias, que a comparación con años anteriores el proceso de provisión de café era baja, pero que hoy en día, son eficientes puesto que les permite tener un buen producto, con baja humedad, y a la vez tener el control total del mismo.

Por otro lado, el administrador nos recalcó que debido a la asociatividad se pudo obtener mayores cantidades de café, pero que para realizar un buen proceso de provisión tuvieron que realizar ciertas mejoras, como la obtención de camiones de acopio para mejorar la calidad del café puesto que los cambios climáticos inesperados eran un factor que tenían que controlar, la implementación de módulos y por último, el proceso del café tuvo que ser realizada solamente por la Cooperativa debido a que ellos lo acopian en cerezo, es decir, a un solo estándar y de esa manera logran mejorar cada año la cadena productiva. Se considera que el proceso de provisión ha ido mejorando, pues últimamente se ha ido implementando áreas, oficinas y materiales.

Ambos mencionaron que se siguen ciertos pasos rigurosos para llevar a cabo el proceso de provisión de manera adecuada, las cuales ayudan a que el desarrollo de la cadena productiva sea eficiente.

Figura 1: Cadena de provisión de café de socios productores a cooperativa





Se puede concluir que al paso de los años la Cooperativa de mano con los socios productores han mejorado los procesos de provisión, teniendo así un resultado eficiente en la cadena productiva, y logrando crecer en gran magnitud sus ventas (exportaciones), la calidad del producto (café) y abastecimiento del mercado exterior.

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de transformación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

En la entrevista aplicada al gerente de la Cooperativa, nos hizo referencia de que la transformación del producto se realiza en diferentes plantas que no lo manejan directamente ya que en dichas plantas existen otras cooperativas que procesan su producto, pero que siempre envían un encargado para que esté pendiente de todo el proceso y de esa forma no haya mezclas, ni pérdidas del producto. Además, nos recalcó que por temas de transparencia ellos se encargan de que todos los socios productores y directivos tengan conocimiento de dichos procesos brindándoles ciertas facilidades para que cada uno pueda conocer las plantas, es necesario recalcar que cada planta tiene una estructura de trabajo establecida y esta se maneja de acuerdo con lo especificado en las guías y contratos.

Tabla 1: Directivos de la cooperativa

Lista de directivos
1. Comité de mujeres
2. Consejo de vigilancia
3. Comité electoral
4. Consejo de administración
5. Asamblea general de socios

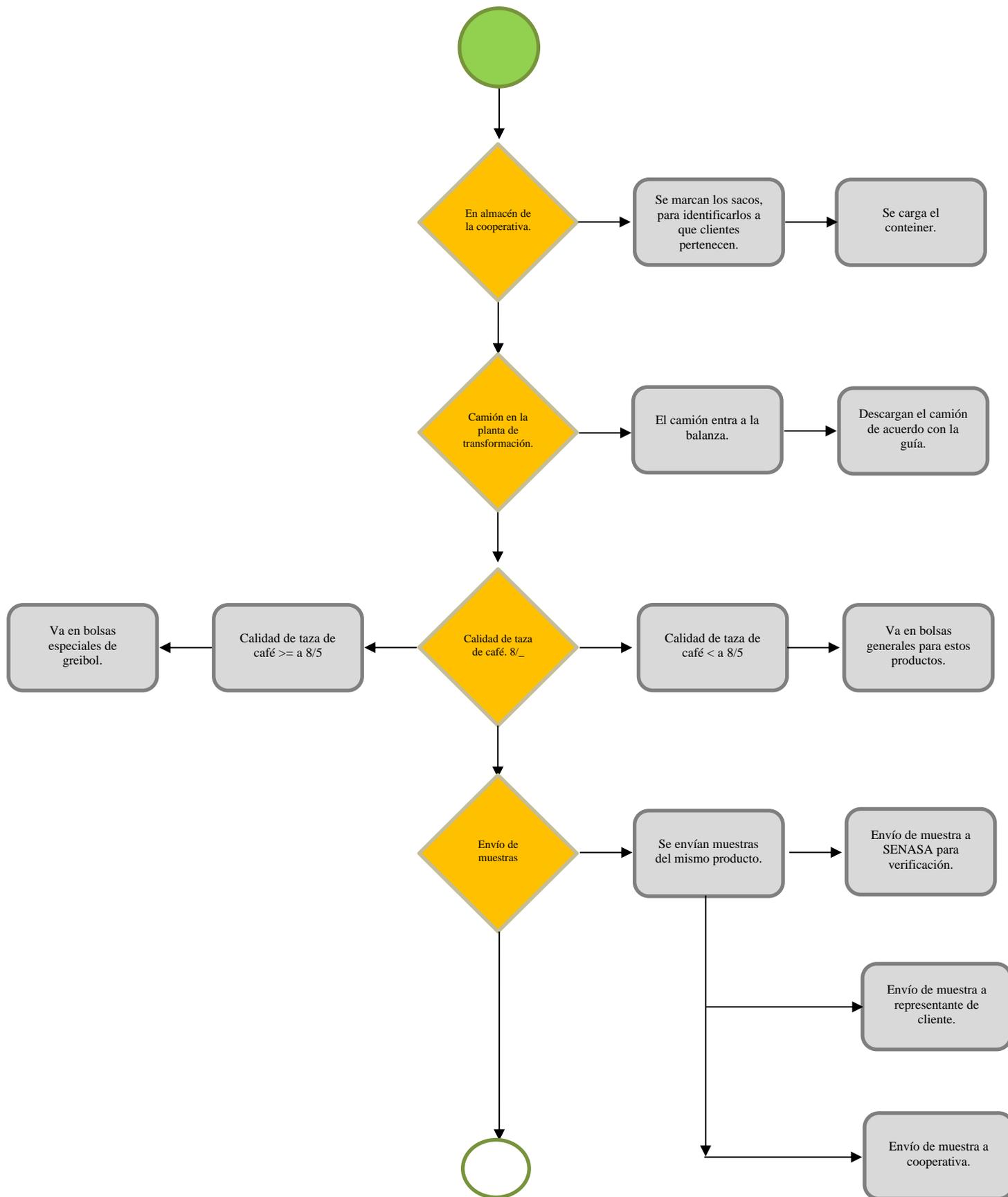
En la entrevista aplicada al administrador de la Cooperativa, nos mencionó que las máquinas que utilizan son para tostar las muestras para que sean catadas en laboratorios y de esa forma mejorar la calidad del producto. Así mismo, nos hizo mención de que actualmente cuentan con diferentes plantas las cuales se encuentran en Chiclayo, San Ignacio (Balsahuayco) y Lima (Chosica, Callao), donde la transformación es la misma para cada planta, puesto que le dan el mismo proceso.

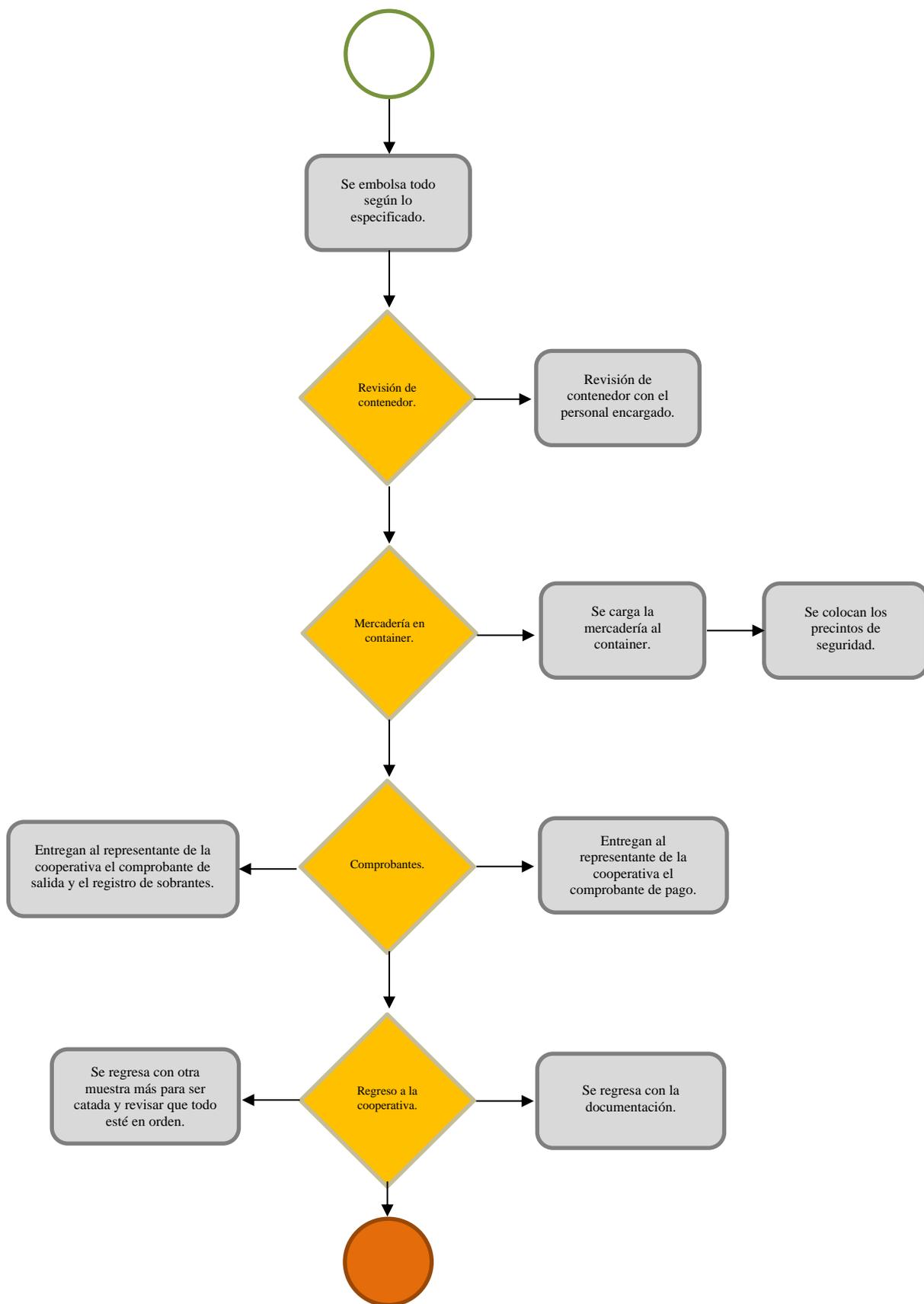
Figura 2: procesos de transformación



El entrevistado nos menciona que hace unos años se utilizaba para el tema de la humedad lo que ellos llaman el “dientmetro” que consistía en morder el grano lo cual no era conveniente, pero que hoy en día han adquirido máquinas como la probat de Alemania que ayuda a medir mejor la humedad, y, por otro lado, han implementado más áreas, oficinas y materiales (computadoras, jarras, utensilios, entre otros). En conclusión, la Cooperativa está mejorando tecnológicamente y por lo tanto mejorando la calidad del producto.

Figura 3: proceso de transformación de café en plantas.





Se puede concluir que los procesos de transformación son necesarios para mejorar la calidad del café en la Cooperativa, puesto que al emplear las máquinas mejoran la eficiencia, la competitividad y la productividad. Además, optimizan el desarrollo de las cadenas productivas.

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

En la entrevista al gerente de la Cooperativa, nos mencionó que al asociarse existen mejores procesos de comercialización, desde el socio productor hasta el consumidor final, siguiendo pasos estrictamente cumplidos por cada personal encargado. Además, el entrevistado nos hizo mención de que se aplican estrategias de comercialización, las cuales son muy importantes al momento de iniciar una negociación y cerrar los contratos con los clientes. Así mismo, las funciones básicas de comercialización son adecuadas porque siempre cumplen con lo acordado con los clientes, cumplen con los requerimientos internacionales para la comercialización de productos orgánicos y con las exigencias de SENASA para poder comercializar un producto de calidad.

Por otro lado, el administrador nos hizo mención de que la comercialización con socios abarca desde el acopio del café que cosechan hasta el puerto de destino. Además, nos mencionó que, para poder sacar un precio para pagar al productor, se basan en el rendimiento físico del café que envían a la Cooperativa, cabe recalcar que el rendimiento tiene que oscilar entre los 68 a 70. Las negociaciones son

realizadas con tiempo de anticipación basándose en los números que indican en la bolsa de valores.

El entrevistado menciona ciertas estrategias de comercialización que son necesarias para mejorar las ventas en la Cooperativa, las cuales son las siguientes:

- Arriesgarse en el mercado.
- Cerrar contratos anticipadamente.
- Firmar contratos con bolsa abierta.
- La bolsa 3 a 4 am la bolsa está alta y ya a las 8, 9 am la bolsa está por los suelos, ellos por la experiencia que tienen en segundos tanto el cliente como el gerente en línea simultáneamente cierran el contrato en el mejor momento.
- Adelantar ventas de futuras producciones.

Ambos concluyen que todo está saliendo bien por ahora a excepción de la pandemia, pero que los procesos que siguen actualmente les permiten seguir realizando entregas del producto a los clientes sin ninguna dificultad con lo establecido y con mucha anticipación.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Conforme con la interpretación obtenida por el instrumento guía de entrevista se puede concluir que en la presente tesis la formación de cadenas productivas de café si se vio afectada por la falta de asociatividad en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020.

En la presente investigación se presentó las siguientes limitaciones culturales, en primera instancia las personas a encuestar se encontraban en La Coipa, y siempre estaban ocupados con sus deberes, principalmente el gerente que viajaba muy a menudo y pocas veces contestaba las llamadas que se le realizaba, siendo la principal persona que teníamos que entrevistar para poder analizar los resultados, por otro lado, de Cajamarca a Jaén son 9 horas de viaje aproximadamente y de Jaén a la Coipa hay 2 horas más de viaje, se tuvo que programar viajes y realizar las entrevistas de manera presencial, para de esa manera poder recopilar la documentación solicitada. Se podría decir que trabajar con una entidad que opera lejos es una limitación a considerar mucho al momento de aplicar los instrumentos y es mejor hacerla de manera presencial para tener una información más exacta puesto que se puede conectar entre el entrevistador y el entrevistado.

Guacollante, C. y Taipe, J. (2017), presentaron en su trabajo de investigación titulado: “Influencia de la conformación de sistemas asociativos de la provincia de esmeraldas para la exportación de cacao durante los años 2013-2016”. La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia e importancia los factores económicos y comerciales que tienen las Asociaciones Cacaoteras para la exitosa

exportación de cacao. El resultado obtenido de dicha investigación en el análisis cualitativo se debe confirmar que los datos proporcionados por los entrevistados respecto a los países de destino de sus exportaciones, coincide con el análisis cuantitativo obtenido por los autores, donde se indica que entre los países destino de todas las Asociaciones para el 2013 fueron Países Bajos, EE. UU., Alemania e Italia. El análisis cuantitativo de los precios de exportación de las asociaciones, respecto a los precios de las exportaciones de empresas, puede establecerse como una mayor aceptación por parte de los mercados internacionales hacia la producción proveniente del sector de la economía popular y solidaria, siendo los precios que las asociaciones logran, mayores que los precios de las empresas dedicadas a la misma actividad. Tuvo como conclusión que a través del análisis cuantitativo y de tendencia para el año 2017, existe una participación en el mercado, de las Asociaciones en promedio del 15%, sobre la cantidad total de cacao producido en la provincia de Esmeraldas y que entre los principales beneficios que los socios productores encuentran al formar parte de una Asociación en la provincia de Esmeraldas, se encuentran la seguridad de compra, el precio justo, asistencia técnica de los cultivos y las capacitaciones brindadas, respecto a lo mencionado por los entrevistados, se puede concluir que hay un rango de 80% a 90% de cumplimiento de los objetivos trazados por las Asociaciones respecto a su planificación estratégica, muchos de estos, cumplidos gracias a las operaciones comerciales exitosas relacionadas con los precios y cantidades exportadas por las asociaciones. Respecto a la descripción si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca. De acuerdo a los resultados obtenidos en nuestra investigación guardan relación con el estudio anteriormente mencionado, el formar parte de una asociación en este caso

una cooperativa, permite tener grandes ventajas frente a quien no, una de esas ventajas es que los precios que las asociaciones logran, son mayores que los precios de las empresas dedicadas a la misma actividad, la cooperativa Unión y fe la coipa paga más por saco a sus socios productores ya que exporta el 100% de su producción total de café y el producto presenta una calidad de taza muy buena de 8/4 en adelante. De acuerdo a nuestros resultados obtenidos, también se concluye que al pertenecer a una cooperativa se tiene constantes capacitaciones, apoyo y soporte técnico, el cual ha permitido tener un producto con una calidad de tasa alta de café, por lo mismo se puede decir que tienen bastante seguridad en la comercialización de su producto ya que prácticamente la cooperativa vende con mucha antelación las cosechas futuras, esto permite seguridad, constancia en la producción y comercialización y sabemos que la cooperativa Unión y fe paga más por saco en comparación a empresas acopiadores de café en general.

Ramirez, A. (2017), presentó en su trabajo de investigación titulado: “Acceso de asociaciones de pequeños productores a los mercados agropecuarios. Estudio de casos en el departamento del Meta (Colombia)”. La investigación tuvo como objetivo establecer cómo es el acceso de las asociaciones de pequeños productores a los mercados agropecuarios, a partir de tres estudios de caso en el departamento del Meta. El resultado obtenido de dicha investigación condujo a que la asociación APPA brinda a sus asociados servicios de capacitación y asistencia técnica, estos servicios son impartidos por algunos de sus miembros, pero además gestionan algunas capacitaciones y asistencia con externos, como con la GIZ, la Universidad de los Llanos, la Universidad Uniminuto. También hacen préstamos de dinero y apoyo en logística para la comercialización y el mercadeo de productos, este último se gestiona con la alcaldía y con la asociación de mercados campesinos del Meta, Para los

productores de APPA la principal motivación para vincularse a la asociación, fue acceder al mercado, consideran que, a través de la asociación, se pueden vincular a nuevos mercados y pueden comercializar mejor sus productos. Además, los productores ven de manera positiva la asociatividad y los logros que a nivel de acceso al mercado se han conseguido a través de ella. Tuvo como conclusión que las asociaciones de pequeños productores acceden al mercado a través de las organizaciones que conforman, y que tienen mayor nivel de acceso, cuando desde su creación tuvieron como objetivo vincularse al mercado, la reducción de la intermediación por medio de la comercialización directa entre productores y consumidores les ayuda a las asociaciones a generar estrategias de fijación de precios.

En cuanto a la descripción si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de comercialización de cadenas productivas de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2019.

Nuestros resultados tienen relación a lo que mencionó Ramírez en 2017. Estos muestran que al estar asociados los productores se apoyan mutuamente cumpliendo los objetivos en común que tienen, por otro lado, la Cooperativa está creciendo en el tema de asociatividad y mercado, puesto que al paso de los años se han integrado más socios productores y, además, cada año van elevando entre 10 a 15 contenedores para las exportaciones respecto al año anterior, los factores, por supuesto que por ello y diversos factores los socios productores ven con buenos ojos la asociatividad y muchos buscan unirse a esta asociatividad, ya que en la cooperativa hay estrategias que permite ser constante en la comercialización del café de los ya que se ha logrado implementar una cadena de provisión, una cadena de transformación y comercialización lo que permite ser eficiente y tener mejores beneficios.

Zuñiga, A. (2015), presentó en su trabajo de investigación titulado: “Desarrollo de la cadena productiva del cacao y su incidencia en los ingresos en la asociación tsatsayaku del cantón Carlos Julio Arosemena tola, provincia de napo”. La investigación tuvo como objetivo estudiar la incidencia de la cadena productiva del cacao en los ingresos económicos de la Asociación “Tsatsayaku”, del cantón Carlos Julio Arosemena Tola para el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados. El resultado obtenido de esta investigación condujo a que Dentro de la cadena productiva de cacao tenemos cuatro etapas: siembra, cosecha secado y comercialización. Los procesos que se utilizan en cada etapa de la cadena son rudimentarios y empíricos, resultado de la escasa asistencia técnica, lo que, genera ineficiencia y le resta valor al producto. La improductividad y adicionado lo elemental del estado de los procesos provoca que existan varias barreras para comercializar el cacao, siendo las mayores dificultades: bajos precios, bajo volumen de producción, problemas de calidad y el elevado coste, que supone, el traslado del producto hacia el lugar de venta. En virtud de lo anteriormente analizado, los miembros de la Asociación “Tsatsayaku” requieren de un Centro de Acopio que se ajuste a sus necesidades y que principalmente equilibre económicamente su esfuerzo. Tuvo como conclusión que los socios poseen un deficiente conocimiento acerca de nuevas técnicas y procesos para el cultivo y la cosecha del cacao, lo que provoca que la producción en temporada baja disminuya. Se ha detectado cinco eslabones que componen la cadena productiva de cacao, el segundo y tercer eslabón son los cuellos de botella, debido a que el desempeño del primero incide en el resultado del otro. Es necesaria la implementación de una apropiada cadena productiva de cacao por cuanto la actual, no logra incrementar de una manera adecuada los ingresos de los productores agrícolas de la asociación y para esto los agricultores están dispuestos a

realizar los cambios que se proponga para mejorar sus ingresos. En la comprensión del conocimiento si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca, Se concuerda con el estudio presentado anteriormente por Zúñiga en 2015. Se concuerda con el estudio presentado anteriormente por Álvarez, Saravia & TayWo Chong en 2017. De acuerdo con los resultados obtenidos en nuestra investigación se concluye que dentro de la cadena productiva de café tenemos tres etapas importantes, Cadena de provisión de café en la cooperativa, proceso de transformación de café y el proceso de comercialización del café. Los procesos que se utilizan en cada etapa de la cadena son eficientes hasta ahora, ya que en comparación a años atrás, todo estos procesos y la mejora de ellos ha permitido que se tenga un producto con un mejor rendimiento físico y calidad en tasa alta, por la cual se paga un extra por saco a cada productor. Los socios cuentan con capacitaciones continuas y apoyo técnico, ellos aplican lo aprendido porque todo permite que se tenga un producto mucho mejor y de alta calidad en tasa y eso los beneficia al momento de comercializarlo. Si bien es cierto la cadena productiva en sus diferentes etapas son eficientes actualmente, la cooperativa siempre está en la búsqueda de nuevas herramientas y técnicas para poder mejorar la producción del café, compartiendo dicho conocimiento y herramientas con los productores para que sean aplicadas, el proceso de provisión, el proceso de transformación y comercialización.

Álvarez, Saravia & TayWo Chong (2017), en su Tesis “La Importancia de la Asociatividad en los Negocios Inclusivos: Propuesta para el Desarrollo de las Relaciones entre Café Compadre y los Productores Cafetaleros de Satipo, Junín” buscó elaborar una propuesta para el desarrollo de la relación de asociatividad con los

cafetaleros de Satipo, en el marco del negocio inclusivo de Café Compadre, haciendo referencia a la importancia de las asociaciones para una población vulnerable, donde las organizaciones optan por unirse para acceder a recursos que puedan mejorar la cadena productiva. Asimismo, establecen que la permanencia es una característica en las asociaciones para una visión a largo plazo y superar posibles problemas que puedan surgir en el camino. Como resultado, se logró elaborar la propuesta mediante insumos como la matriz de urgencia e importancia para el desarrollo de la relación de asociatividad realizada en el Focus Group, donde el equipo de café Compadre en consenso, dieron un orden a las variables donde se obtuvo como resultado que la urgencia había respondido a los hallazgos, específicamente al a) Nivel de las 74 variables, b) Percepción de importancia de los productores, c) Información recogida durante las entrevistas personales y d) Observación durante el trabajo de campo. Además, en función a los objetivos de la investigación se realizó una matriz de niveles para analizar el modo en cómo se relaciona la empresa con los caficultores donde obtuvieron como resultado que existe solo una variable en nivel alto (Incorporar elementos de la cultura de los productores en la cultura organizacional), tres variables en nivel medio (Trabajo en equipo, tecnología y proximidad física) y cuatro variables en nivel bajo (Confianza, compromiso, promover la investigación de las familias de los actores y retroalimentar constantemente los objetivos en común) . De esta manera se concluye que, en primer lugar, en el caso específico de Café Compadre, las distintas acciones planteadas por la organización le dan un rol preponderante en la relación con la población vulnerable. Sin embargo, el escenario en el largo plazo debe caracterizarse por tener a ambos actores empoderados para de esta manera lograr el objetivo de los NI y tener una relación más equitativa. En segundo lugar, es sumamente importante gestionar de manera correcta y oportuna las relaciones entre

la organización y la población vulnerable, ya que las limitantes y el contexto de difícil accesibilidad en los que viven estas les otorga influencia dentro del negocio, ya que sin ellos sería impensable generar y desarrollar el negocio inclusivo como tal. En tercer lugar, resulta importante vincular una de las características de las relaciones asociativas con la propuesta de valor de los negocios inclusivos. Por otra parte, se llegó a la conclusión de que es importante revalorar la importancia de la mirada conjunta de la asociatividad y los negocios inclusivos, pues este planteamiento permitió indagar sobre las relaciones de Café Compadre a través de ocho variables que permitieron desagregar y conocer a fondo el modo en el que estos se relacionan con los caficultores. Finalmente, es importante entender la complejidad sobre la que se desarrollan los negocios inclusivos y cómo dirigirlos y administrarlos de manera correcta es un reto aún mayor. Para este caso, se ha podido observar que Compadre no solo necesita resolver los problemas y retos del día a día de todo negocio, sino que debe enfocarse en gestionar las complejas relaciones que mantiene con la población con la que conforma un equipo. En la comprensión si Conocer si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca. Se coincide con los autores anteriormente mencionados Álvarez, Saravia & TayWo Chong en 2017. De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente tesis se coincide que el nivel de trabajo en equipo por parte de la cooperativa y los socios productores muy alta y los beneficios que se han logrado son muy buenos y notorios, pues al inicio el productor para movilizar y cosechar su producto (café) se les malograba debido a los cambios climáticos bruscos del lugar, es por ello, que como Cooperativa decidió encargarse de ello, desde ese momento se empezó a transportar el café en buen estado y mayor cuidado; y gracias al Premium que obtuvieron por la certificadora de

Comercio Justo, crearon sus módulos de secados, también, abonos para cada socio productor, se les brindaron materiales y el personal adecuado para que puedan construir un ambiente pertinente de acuerdo a su producción, el nivel tecnológico en la cooperativa se frenó por temas de pandemia, hace unos años se utilizaba para el tema de la humedad lo que ellos llaman el “dientimetro” que consistía en morder el grano lo cual no era conveniente y muy ineficiente y nada específico, pero hoy en día han adquirido máquinas como la probat de Alemania que ayuda a medir mejor la humedad y la calidad de taza del café más eficiente y con mayor exactitud, por otro lado, han implementado más áreas, oficinas y materiales (computadoras, jarras, utensilios, entre otros), la Cooperativa está mejorando tecnológicamente y por lo tanto mejorando su productividad y cadena de producción, se recalca también que se tiene un alto compromiso por parte de los socios productores y la administración de la cooperativa porque, el productor pasa una inspección al iniciar la campaña por parte del equipo de la cooperativa que sale al campo a realizar una inspección interna para todos los productores y se recolecta toda la información necesaria, todas sus necesidades y tema de producción, ellos por su parte nos hacen llegar sus quejas, reclamos y sugerencias respecto la atención que se les brinda acá en las oficinas de la cooperativa y lo que ellos necesitan, con toda la información reunida, en la cooperativa se debate sobre dichos temas y esto se realiza para lograr cumplir con los objetivos en común que se realiza a raíz del trabajo en equipo.

Torres (2016), en su tesis “Análisis de la cadena productiva del café y estrategias de mejora en la provincia de San Ignacio”, tiene como objetivo analizar la cadena productiva del café para establecer estrategias de mejoras en la Provincia de San Ignacio. Por lo que se obtuvo como resultado que el análisis de la cadena productiva del café evidencia diversos estados de desarrollo de la gestión de los

productores, manifiesto en sus capacidades y limitaciones para negociar en el mercado (con sus compradores, proveedores, organismos públicos y privados, y otros actores), para aprovechar las oportunidades existentes y acondicionarse a sus exigencias, y para establecer alianzas con terceros (gobierno local e instituciones del Estado). Se concluye, en primer lugar, que el café de San Ignacio tiene ventajas comparativas y competitivas que evidencian un alto potencial para mejorar el posicionamiento del café peruano en el mercado convencional internacional y competir en el mercado de cafés especiales. En segundo lugar, el análisis de la cadena productiva del café evidencia diversos estados de desarrollo de la gestión de los productores, manifiesto en sus capacidades y limitaciones para negociar en el mercado (con sus compradores, proveedores, organismos públicos y privados, y otros actores), para aprovechar las oportunidades existentes y acondicionarse a sus exigencias, y para establecer alianzas con terceros (gobierno local e instituciones del Estado). En tercer lugar, los problemas identificados y priorizados por los productores en los diversos eslabones de la cadena reafirman que, bajo un mismo contexto, la capacidad de gestión de las organizaciones de productores constituye un factor clave que diferencia las formas de inserción en el mercado. Y, por último, se concluye que en el eslabón de la producción los productores centran su atención en las necesidades de financiamiento para la producción como un medio para mejorar la calidad del producto nivel de finca (productores con alta capacidad de gestión). Además, en el eslabón del beneficio húmedo las preocupaciones son la necesidad de fondos para invertir en el mejoramiento y capacidad de la planta de beneficio de la organización, para incrementar la homogeneidad de los lotes de cafés. En la comprensión si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de comercialización y transformación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples

Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca, se concuerda con lo mencionado anteriormente en su tesis por Torres en 2016. De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente tesis se concluye que el análisis de la cadena productiva del café en la cooperativa evidencia un alto nivel de eficiencia lo que les ha permitido aprovechar las oportunidades existentes en el mercado internacional y acondicionarse a sus exigencias. En temas de transformación o producción, la cooperativa lo desarrolla mediante diferentes plantas que no manejan directamente ya que en dichas plantas existen otras cooperativas que procesan su producto, pero que siempre envían un encargado para que esté pendiente de todo el proceso. Además, por temas de transparencia ellos se encargan de que todos los socios productores y directivos tengan conocimiento de dichos procesos brindándoles ciertas facilidades para que cada uno pueda conocer las plantas, es necesario recalcar que cada planta tiene una estructura de trabajo establecida y esta se maneja de acuerdo con lo especificado en las guías y contratos.

Algalobo y Pusse (2017), en su tesis “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito olmos”, plantearon como objetivo determinar si la Asociatividad es la estrategia que permitirá lograr la exportación de limón sutil del distrito de Olmos (estrategia y desarrollo de las exportaciones). Se obtuvo como resultado que los productores de limón sutil del distrito de Olmos ven a la desconfianza, el individualismo, la irresponsabilidad y falta de cooperación como los principales obstáculos para la creación de una asociación. Además, que gran parte de ellos se dedican a la producción de este cultivo por más de 10 años lo que les permite tener un mejor manejo del cultivo, asimismo se ha logrado identificar la existencia de un bajo nivel organizacional, el cual no les permite seguir avanzando como organización en la búsqueda de mejores oportunidades,

teniendo un bajo nivel de negociación lo que repercute en sus ingresos. Esto se evidencia en los altibajos en el precio del limón sutil lo que ha desestabilizado al mercado local y aminorado significativamente las ganancias de los productores de limón sutil del distrito de Olmos, ello es consecuencia que los acopiadores y exportadores aprovechaban el poco nivel organizativo de los productores para fijar precios convenientes para ellos. Se llegó a la conclusión que, en primer lugar, en el distrito de Olmos, existen un promedio 800 hectáreas dedicadas a la producción de limón sutil, en donde alrededor de 250 productores se dedican a esta actividad. Además el 91% de los productores poseen de 0 a 5 hectáreas, lo que demuestra la baja producción que aportan al mercado del limón de forma individual, el 67% tiene una experiencia de más de 10 años en este cultivo, lo que demuestra un alto grado de especialización en el manejo del limón, por otra parte el distrito de Olmos cuenta con los factores edáficos (suelos, agua, clima) adecuados para la producción de limón sutil; así mismo se determinó también que el escaso apoyo del estado en temas de capacitación repercuten en el desarrollo de esta actividad productiva. En segundo lugar, que otros factores que repercuten en la rentabilidad de este cultivo, están relacionados con el tema de comercialización, donde el 75% de productores vende el limón a un acopiador, además lo realiza de forma individual por lo que carece de un alto nivel de negociación quedando expuesto a las condiciones de venta determinadas por el acopiador. En tercer lugar, el tema de financiamiento, donde el 71% de productores tienen préstamos de terceros, es decir de familiares o personas cercanas, lo que como es sabido estos tienen una tasa de interés muy alta; además el 47% de productores mencionan que para ellos es muy difícil acceder a un crédito porque no cuentan con los requisitos establecidos por las diferentes entidades financieras y/o bancarias. En cuarto lugar, según los especialistas entrevistados, mencionan que los

principales cuellos de botellas en la producción de limón sutil se encuentra, en la toma de decisiones, tiempo de maduración de la fruta y la logística; este último es el más determinante en la exportación de limón sutil, ya que permite reducir costos, mejorar la calidad del producto y por último reduce tiempos, esto permitirá el ingreso a cualquier mercado con estrictas medidas fitosanitarias como EE.UU, Unión Europea, entre otros. Y, por último, el modelo cooperativista es el que ofrece mayores beneficios a los productores de limón sutil del distrito de Olmos, puesto que las utilidades de esta van a los asociados y permite tener mayor control sobre los asociados, a su vez se concluye que se le dará énfasis a la cadena productiva puesto que esto ayudará a identificar y eliminar cuellos de botella. En la comprensión si Conocer si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca, Se de acuerdo a lo que mencionó anteriormente Algalobo y Pusse en su investigación para el 2017, ya que de acuerdo con los resultados obtenidos en la presente tesis se concluye que la asociatividad ha permitido la formación de procesos en la cadena de provisión, transformación y comercialización, permitiendo así tener un producto de alta calidad, lo que se ve reflejado en mayores beneficios para los productores. Antes, los productores entregaban su café mojado y en malas condiciones, ellos mismos pagaban su movilidad y tenían problemas porque a veces el carro se malograba y el clima afectaba el café ya que es muy cambiante. Es por ello por lo que la gerencia de la cooperativa decidió comprar 3 camiones y 1 camioneta, donde desde ese momento se empezó a transportar el café en buen estado. Además, se implementaron módulos y el resto del proceso lo da la Cooperativa porque acopia y trabaja el café, a un solo estándar y de esa manera se ha mejorado cada año la cadena productiva.

Quillanhuamán y Carazas (2018), en su tesis “La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015”, nos hace referencia que tuvo como objetivo demostrar que la Asociatividad de los pequeños productores contribuye a la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo. Los resultados obtenidos de la investigación señalan que existen deficiencias y restricciones del sector, tales como: falta de información, capacitación, asistencia técnica y administrativa, escasa capacidad empresarial, difícil acceso a los recursos económicos, altos costos de inversión, bajos niveles de negociación con proveedores y clientes. En conclusión, las acciones de integración son determinantes para mejorar la oferta o capacidad que tienen las cadenas productivas de hortalizas en el distrito de San Jerónimo. Además, la capacitación en el uso y aprovechamiento de los recursos contribuyen en mejorar la productividad de la cadena productiva. Así mismo, la capacitación en mejora de los atributos del producto se relaciona directamente con la mejora en la calidad de los productos de la cadena productiva de hortalizas en el distrito de San Jerónimo. Y, por último, el proceso de asociación mejora los niveles de ingresos de las unidades productoras, contribuyendo indirectamente a sus niveles de competitividad en el mercado. En la comprensión si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión, transformación y comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca, se está de acuerdo lo que menciona Quillanhuamán y Carazas en el 2018. De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente tesis se concluye que la información es clara y de manera precisa frente a los socios productores, colaboradores y clientes ya que la cooperativa ha laborado con claridad, ética y lealtad en todas las actividades

que realiza y eso demostró en estos dos últimos años en pandemia donde la cooperativa se quedó sin un grano de café y no pudo exportar, aun estando dichas dificultades los socios productores siguieron unidos hasta ahora, que ya se están recuperando poco a poco de dicho golpe inesperado, la cooperativa siempre ha estado presenta con incentivos y financiándose para poder mantenerse en pie en estos tiempos difíciles todo en bien del cumplimiento de los objetivos en común y todo esto funcionó por la confianza que se tiene. Por último, la asociatividad de la cooperativa Unión y Fe La Coipa es muy fuerte ya que siempre se ha visto comprometida en brindar mejoras a sus socios productores para que se obtenga mejoras en el producto, los cuales se ha conseguido, y así de esta manera obtener mejores beneficios, y que los productores sigan trabajando, logrando que más productores se unan a la cooperativa debido a que se ve el resultado de la formación de una eficiente cadena productiva en la asociatividad.

Guevara y Vera (2016), en su tesis “Asociatividad de los productores de arándano de la Cuenca Mashcón – Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle, año 2017”, tuvo como objetivo determinar los beneficios de la asociatividad en los productores de arándano en la cuenca Mashcón del distrito de Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle en el año 2017. Se obtuvo como resultados que los bancos para realizar préstamos agrícolas evalúan diversos aspectos puesto que lo consideran riesgos, por otro lado, menciona que contar con tierras pequeñas incrementa costos. Así mismo, menciona que la asociatividad permite que el pequeño productor acceda a posibilidades de nuevos productos, aumente la producción y pueda entrar a concursos. Además, recalca que es esencial realizar una investigación de mercados para poder posicionar un producto. Así mismo, menciona que la asociatividad es un

punto esencial para realizar alianzas, pues el pequeño y mediano productor necesita asociarse para tener mayores ventajas y de esa manera ser competitivos. Consideran también que capacitarse en buenas prácticas agrícolas es indispensable para exportar. También, hacen mención que la tecnología agrícola tiene que ser alta puesto que se tiene que instalar varias cosas y así tener mejores resultados en los procesos de producción. Y, por último, menciona que los tipos de productos con valor agregado pueden ser productos deshidratados, así como pastillas de arándano por propiedades nutreacético y congelados. Se llegó a la conclusión, en primer lugar, que los beneficios del desarrollo e implementación de la asociatividad en los productores de arándano en la cuenca Mashcón distrito de Baños del Inca para la exportación de Infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle en el año 2017, son el aumento de la producción (Comercialización) y la reducción de costos (Financieros), al mejorar el proceso de siembra y cosecha; estos beneficios se obtiene por la capacitación desarrollada por la Agencia Agraria Cajamarca – MINAGRI, en coordinación con Sierra Exportadora. En segundo lugar, El perfil del productor arándano de la Cuenca Mashcón – Baños del Inca, predomina la participación masculina, dichos productores presentan un nivel de instrucción primario. Siendo el principal mercado donde se comercializa la producción de arándano el mercado local a través del acopio del producto y la compra en chacra por parte de la empresa agroindustrial. En la comprensión si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de transformación y comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca, se está de acuerdo con lo mencionado por Guevara y Vera en 2016. De acuerdo con nuestros resultados obtenidos, las máquinas que utilizan son para tostar las muestras para que sean catadas en laboratorios y de esa forma mejorar la calidad del producto. Así mismo,

actualmente cuentan con diferentes plantas las cuales se encuentran en Chiclayo, San Ignacio (Balsahuayco) y Lima (Chosica, Callao), donde la transformación es la misma para cada planta, puesto que le dan el mismo proceso, hace unos años se utilizaban métodos muy primitivos, que consistía en morder el grano lo cual no era conveniente, pero que hoy en día han adquirido máquinas como la probat de Alemania que ayuda a medir mejor la humedad, y, por otro lado, han implementado más áreas, oficinas y materiales (computadoras, jarras, utensilios, entre otros), la Cooperativa está mejorando tecnológicamente y por lo tanto mejorando la calidad del producto.

Perez (2018) en su tesis “Características de asociatividad de los productores de frambuesa en la provincia de San Marcos – Cajamarca para su exportación a Nueva York – EE. UU,2018”, tuvo como objetivo determinar las características de asociatividad en los productores de frambuesa de la provincia de San Marcos- Cajamarca para su exportación a Nueva York – EE. UU, 2018. Se obtuvo como resultados que un total de 20 encuestados el 70% corresponde a 14 personas del género masculino y el 30% corresponde a 6 personas del género femenino, además, entre la población encuestada se encontró que el 40% tenía entre 48 y 53 años, seguidos por un 20% en el rango de 42 a 47 años, con un 15% en el rango de 30 a 35 años, el 15% en el rango de 36 a 41 años, el 5% en el rango de 18 a 29 años y el 5% restante siendo mayor a 54 años; por otro lado, entre la población encuestada se encontró que el 55% tiene estudios de secundaria, seguidos por un 20% que tiene estudios de primaria, con un 15% que tiene estudios superiores y el 10% restante que tiene solo inicial. También, sobre los tipos de proyectos asociativos que desarrollan el 40% de las personas encuestadas indicó que desarrollan proyectos de cultivo de maíz, seguido del 35% que indicó que desarrollan proyectos en la producción de papa, y el 25% restante de las personas encuestadas indicó que desarrollan proyectos de

cárnicos. Por otra parte, el 55% de los asociados considera que el principal riesgo que comparten al integrar la asociación de productores es los riesgos climáticos debido a que estos son incontrolables o impredecibles y afecta de manera significativa a su producción, el 30% consideran que son las plagas o enfermedades que afectan al fruto y el 15% los riesgos de pérdidas económicas. Así mismo, la participación en capacitaciones en el manejo de cultivo de Frambuesa el 50% de los encuestados respondió que lo capacitó el Gobierno Regional o Municipal, seguido del 30% que indicó que lo capacitaron Ong's, y el 20% restante. Como conclusión, de acuerdo con los resultados de la investigación, en primer lugar, lo más apropiado para los productores de frambuesa es la formación de una cooperativa. Un punto a favor de los productores es la muestra de interés de ser partícipes de un tipo de asociación. En segundo lugar, los productores siempre han trabajado de manera individual por lo que desconocen los beneficios de la asociatividad. Con la asociatividad tendrán la oportunidad de desarrollarse y poder brindar un producto de calidad y costos bajos dando como resultado final beneficios para ellos y sus clientes. Con la asociatividad los productores pueden reducir sus costos, compartir riesgos, acceder a créditos y todos los beneficios que tiene la asociatividad. Los productores de frambuesa en la provincia de San Marcos – Cajamarca no son asociados por lo tanto no tienen los beneficios de recibir una amplia capacitación de producción de frambuesa o un financiamiento, y esto como consecuencia no les permite mejorar la producción y ser competitivos en el mercado. En tercer lugar, Los productores no asociados no tienen conocimiento de ningún tipo de valor agregado, por lo que necesitan ser capacitados y así poder formar parte de una asociatividad. Y, por último, para lograr que la asociatividad se convierta en un mecanismo de desarrollo sustentable, es importante que se involucre en el proceso a los agentes económicos locales, como son el Estado,

la cámara de comercio y las universidades. En la comprensión si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, Se concuerda con la investigación de Pérez presentada en el 2018 que se mencionó anteriormente. De acuerdo con nuestros resultados obtenidos para el año 2014 la cooperativa desconocía muchas cosas que se podían hacer para tener un mejor producto, ahora con mayor experiencia en el sector, optimizando y mejorando procesos de acopio, de secado y transporte de café de los socios productores, ha permitido tener un mejor producto y de esa manera tener una cadena productiva más eficiente. Por lo mismo los socios productores se ven muy comprometidos con la cooperativa y con las actividades que realizas de manera individual y también de manera colectiva, para de esa manera cumplir con los objetivos que tienen en común. La asociatividad como Cooperativa es muy bueno para los socios y trabajadores porque al crecer la empresa crecen los productores. por otro lado, la Cooperativa está creciendo en el tema de asociatividad y mercado, puesto que al paso de los años se han integrado más socios productores y, además, cada año van elevando entre 10 a 15 contenedores para las exportaciones respecto al año anterior. El compromiso por parte de los socios productores y el área administrativo de la cooperativa es de alto nivel. La integración ha permitido obtener mejores resultados en la cadena productiva, puesto que los productores a la hora de enviar su producto (café), la Cooperativa buscan que ese café sea de mayor de calidad de taza. Además, cabe recalcar que existe claridad, ética y transparencia en cada actividad desarrollada por parte de la cooperativa.

Ballona y Tantaleán (2018) en su tesis “Cadena productiva de la rosa en el distrito de Namora, región Cajamarca para su comercialización a Miami – Florida en el 2018”, tuvo como objetivo describir la cadena productiva de la rosa en el distrito

de Namora, región Cajamarca para su comercialización a Miami – Florida en el 2018, se obtuvo como resultados que el volumen de producción depende mucho del espacio con el que cuenta cada productor y de las estacas plantadas por invernadero. Esto nos indica que el volumen de producción no es exacto ya que también depende de la temporada que haya mayor demanda de la rosa. También, El estudio demuestra que, en promedio, un productor de rosas cuenta con 1300 m² para hacer un invernadero. De la población seleccionada, en su gran mayoría, un 60% de productores cuenta invernaderos de entre 500 m² y 1000 m², esto por la aparición de nuevos pequeños productores de rosas en la zona. Esto nos indica que en Namora, la producción de rosas va en crecimiento, pero aún no se logra tener un espacio considerable para su producción a escala. Por otro lado, según los expertos entrevistados los insumos que se involucran en el sistema de producción de la rosa se basan en una buena fertilización que va acompañado de diversos insumos como calcio y otras vitaminas para el desarrollo y crecimiento de la planta, los insumos es una fase muy importante para la producción ya que depende de este proceso para obtener un producto de calidad. Así mismo, el 100% de la población entrevistada, cuenta con maquinaria para el uso de la producción de rosas, especialmente para el proceso de riego. También, el estudio reveló que casi en su mayoría, un 92% de la población encuestada destina su producción hacia empresas. Mientras que, por otro lado, el 8% de la población, determinó que su producción es vendida en el mercado local. El precio también puede bajar, al vender la mercadería de segunda en el mercado local. El precio de venta de la rosa en el mercado local es de 35 soles por Bonche (paquete) lo cual estos son distribuidos a los diferentes mercados. Además, las rosas en su mayoría se comercializan en su estado natural. También, el estudio reveló que el 82% de los encuestados solo tuvo una capacitación hasta la fecha, esto se debe a la falta de

especialistas de rosas en Cajamarca. Mientras que el 10 % de la población, determino que hasta la fecha recibieron 2 a más capacitaciones, de especialistas extranjeros. Así mismo, se demuestra que el 96% de las capacitaciones que se dieron hasta la fecha fueron de empresas privadas ecuatorianas. Por otra parte, las capacitaciones deben ser mínimo una al mes ya que hay nuevos productores cada cierto tiempo. Así mismo, según los especialistas las entidades públicas no tienen el conocimiento de los documentos o certificaciones que se necesita para la producción y comercialización de las rosas. Cabe recalcar que si existen empresas nacionales que acopian rosas para la exportación. Además, el estudio revelo que 82% de los encuestados vende su producción con el tipo de corte (rosa grande). Mientras que el 18% de los encuestados vende parte de su producción al mercado local con el corte (multiflores) menor a 60 cm. Así mismo, los requisitos para la exportación según los especialistas es tener una certificación que es un producto sano que este registrado como empresa y que sobre todo cumpla con los requisitos de calidad ya que existen mercados exigentes y competitivos de la rosa. Así mismo, el volumen de exportación a nivel nacional de la rosa es considerablemente insignificante a comparación de otros países vecinos. Se llegó a la conclusión, en primer lugar, que el proceso de producción de la rosa en el distrito de Namora, región Cajamarca se inicia con una preparación de suelo, instalación del invernadero, preparación de las cunas para la inserción de las estacas o semillas, instalación del sistema de riego, fertilización y fumigación. Para los cuales, todos los productores usan al menos un tipo de sistema tecnificado, mayormente basado en el riego. En segundo lugar, en cuanto a la cadena productiva de las rosas tiene una estructura provechosa ya que los proveedores son extranjeros y venden sus insumos para el cultivo, además se caracteriza también porque existe en la localidad un tipo suelo y clima adecuado para el cultivo de esta flor, la cual le

proporciona una producción de calidad para su comercialización dentro y fuera de la ciudad. Así mismo la cadena productiva presenta dificultad en el cuanto a las capacitaciones de los productores en temas como plagas y suelos que son necesarios para una mejor producción, además los invernaderos de la localidad de Namora, no cuentan con la producción suficiente para cubrir un mercado internacional. En tercer lugar, en cuanto a la internacionalización del producto, los requisitos necesarios para el ingreso a este son los mismos aplicables para la exportación de plantas y producción agraria. SENASA, quien es el encargado de proporcionar los requisitos fitosanitarios y zoonosanitarios establecidos por las autoridades nacionales de Sanidad Agraria en los países de destino. Y, por último, la producción de rosas en nuestra región nos permite desarrollar un plan de Negocio que es rentable y favorable tanto como para el sector Floricultor como a entidades o empresas que inviertan en la producción de rosas, teniendo en consideración realizar un estudio de mercados que nos permita conocer la aceptación y viabilidad del negocio reflejado en un estudio financiero.

En la comprensión si describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión, transformación y comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca, Se concuerda con en estudio presentado por Ballona y Tantaleán en 2018. De acuerdo con nuestros resultados, los socios productores cada año incrementan en número de producción y también incrementa el número de socios y por ende aumenta la cantidad de producto a provisionar a la cooperativa, transformar y comercializar con los clientes extranjeros, Actualmente la cooperativa y sus socios productores, gracias a su asociatividad y buenos procesos en sus diferentes etapas puede cubrir las exigentes demandas por sus clientes de los diferentes países a los que exporta y esto

es gracias a la fuerte asociatividad que se muestra en esta cooperativa brindando materiales, capacitaciones, medios y el personal adecuado para que puedan construir un ambiente pertinente de acuerdo con la cantidad que los productores cosechaban, y así mismo, para mejorar el proceso del café se les ofreció que la Cooperativa se iban a encargar de ello, debido a que ellos lo acopian en cerezo, es decir, a un solo estándar para de esa manera lograr mejorar cada año la cadena productiva.

4.2. Conclusiones

Conforme a lo obtenido en los resultados de la entrevista aplicada al Gerente y Administrador de la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa se llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Se llega a la conclusión que, la falta de asociatividad si impidió la formación de cadenas productivas puesto que la asociatividad en la Cooperativa es una estrategia significativa para los pequeños productores que quieran crecer en el mercado, pues se demostró que al pasar del tiempo mientras más se asociaban socios productores, la Cooperativa iba mejorando sus procesos y por ende la eficiente formación de la cadena productiva de café.
2. Además, se puede concluir que la falta de asociatividad si impidió la formación de procesos de provisión, pues a comparación de años anteriores donde los productores laboraban por su cuenta, en la Cooperativa al asociarse y al implementar áreas, oficinas, materiales tecnológicos y camiones, mejoró dicho proceso, puesto que ayudó a los socios productores a cosechar y trasladar el café en buen estado, logrando de esta manera tener un producto de alta calidad, creciendo en el mercado exterior.
3. Así mismo, se concluye que la falta de asociatividad si impidió la formación de procesos de transformación, esto se debe a que, como pequeño productor, no busca comercializar un producto final, lo que realizan los productores es vender su producto a un acopiador de café, por

lo que no están inmersos en algún proceso de transformación del café. Es por ello, que al asociarse a la Cooperativa el socio productor ya llega a conocer el proceso de transformación del producto, puesto que la Cooperativa trabaja con plantas de transformación ubicadas en Chiclayo, Lima y Balsahuayco, donde de esta manera se logra desarrollar el proceso de manera adecuada para mejorar la calidad del café optimizando el desarrollo de las cadenas productivas para poder exportar.

4. También se logra concluir que, la falta de asociatividad si impidió la formación de los procesos de comercialización, debido a que como pequeño productor tienen mayores dificultades para poder comercializar por su parte, pues no cuentan con los conocimientos adecuados, no podrían abastecer los pedidos exigidos por un cliente; es por ello que al asociarse a la Cooperativa, se logra tener mayores facilidades para poder comercializar en el mercado exterior, puesto que ya existe un canal de distribución eficaz, un proceso de comercialización establecido, que cuenta con una cartera de clientes y el personal adecuado para realizar los procesos determinados en la cadena productiva. Cabe recalcar que por la pandemia se paralizó las exportaciones, pero que poco a poco en la actualidad se está reanudando dicha actividad.

REFERENCIAS

- Algalobo, B & Pusse, K (2017). “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de Olmos”. Tesis para optar el grado académico de licenciados en Comercio y Negocios Internacionales, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque-Perú
- Anaya, B. (2015). Las cadenas productivas con impacto económico y social: el caso de los cítricos en Cuba. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541212008.pdf>
- Bada, L; Rivas, L y Littlewood, H. (2017). Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v62n4/0186-1042-cya-64-04-01100.pdf>
- Ballona y Tantaleán (2018). “Cadena productiva de la rosa en el distrito de Namora, región Cajamarca para su comercialización a Miami – Florida en el 2018”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internaciones en la Universidad Privada del Norte, Cajamarca – Perú
- Barrera-Rodríguez, A., Espejel-García, A., Herrera-Cabrera, B. E., & Cuevas-Reyes, V. (2016). ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL DE ORGANIZACIONES PRODUCTORAS DE VAINILLA (*Vanilla planifolia* Jacks. ex Andrews) EN EL TONACAPAN. *Agroproductividad*, 9(1), 79–85. Recuperado de
<http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=113010070&lang=es&site=ehost-live>
- Bermeo. J y Bermeo. E. (2004). Las directrices del costo como fuentes de ventajas competitivas. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v21n94/v21n94a05.pdf>
-

Bernal (2006). Marco metodológico. Recuperado de:

<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0088963/cap03.pdf>

Borja, C., Alarcón, G., y Quizhpe, V. (2017). “La asociatividad de las organizaciones sociales del sector subtrópico de la provincia Bolívar”. En línea. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana”. Recuperado el 3 de marzo de 2018, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/asociatividadecuador.html>

Campero, E. (2015). Las cadenas productivas como fuente de oportunidades para emprendedores en el medio rural. Recuperado de:

<https://revistas.ucc.edu.co/index.php/in/article/view/993/947>

Cono Sur. (2021, 6 de febrero). Pequeños productores: los proveedores de alimentos para el futuro. Recuperado de: <https://www.conosur.bayer.com/es/los-proveedores-de-alimentos-para-el-futuro>

Cortés, G., & Bonilla, N. (2015). Asociatividad: Estrategia para el desarrollo nacional. Colombia: Universidad de Colombia.

de mayo 2018. Obtenido de página web:

https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/uepe_ru/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912 de mayo 2018. Recuperado de:

https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/uepe_ru/consultora/do

Dini, M. (2003). Plan Operativo para el fomento de los clusters. Cepal.

Fernández y Narváez, M. (2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545891005.pdf>

Fernández, Y. y Loayza, S. (2020). Efectos de la asociatividad en las exportaciones de café orgánico de la selva central del Perú en el periodo 2016-2018. Recuperado de: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653490/Fern%
c3%
a1ndez_CJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653490/Fern%c3%a1ndez_CJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Ferrando, A (2014). Asociatividad para mejora de la competitividad de pequeños productores agrícolas (Información científica, de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima, Perú). Recuperado de <http://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/acu/article/view/779/747> [Consulta: 8 de abril del 2020]

[https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Aso
ciatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Aso%20ciatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
[https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5909/V%
C3%
A1squez%
20Aguirre%
20Liz%
20Seyla%
20Stefania.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5909/V%C3%A1squez%20Aguirre%20Liz%20Seyla%20Stefania.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Guevara y Vera (2016). “Asociatividad de los productores de arándano de la Cuenca Mashcón – Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle, año 2017”. Recuperado de: [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11018/GUEVARA%
20HUA
MAN%
20SAMMY%
2c%
20VERA%
20ARAUJO%
20CARMEN.pdf?sequence=1&
isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11018/GUEVARA%20HUMAN%20SAMMY%2c%20VERA%20ARAUJO%20CARMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA. (2018). Programa de fortalecimiento de capacidades agro empresariales y asociativas, gestión empresarial

táctica y operativa - el mercado y la comercialización. Recuperado de:

<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

Maeso, A. (2015). Equipos. Desarrollo de habilidades y liderazgo. Mexico: Conecta

Mariscal, E; Marceléño, S & Nájera, O. (2019). Análisis de la cadena productiva del café en el estado de Nayarit, México. Recuperado de:

<https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/279/473>

Mariscal, E; Marceléño, S y Nájera, O. (2019). Análisis de la cadena productiva del café en el estado de Nayarit, México. Recuperado de:

<https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/279/473>

Melo, L; Melo, M y Fonseca, D. (2017). La Asociatividad: una estrategia de desarrollo local para los caficultores de Ocamonte (APCO) en Santander, Colombia. Recuperado de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-28122017000400538

Mincetur. (2017). Asociatividad. Proyecto de Cooperación. Recuperado el 10

Mincetur. (2017). Asociatividad. Proyecto de Cooperación. Recuperado el 10

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2013). Asociatividad para el comercio exterior. Recuperado de:

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2013). Cadenas Productivas.

Recuperado de: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/la-libertad/eer-la-libertad-2013-vergaray.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2015). Cadenas productivas y ejemplo de caso agropecuario. Recuperado de:

<https://www.midagri.gob.pe/portal/38-sector-agrario/pecuaria/308-las-cadenas-productivas>

Naciones Unidas – CEPAL. (2016). Manual para el fortalecimiento de cadenas de valor.

Recuperado de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40662/1/S1601085_es.pdf

Organización Internacional del Trabajo. (2016). Mejore su negocio – Comercialización.

Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf

Perez (2018). “Características de asociatividad de los productores de frambuesa en la provincia de San Marcos – Cajamarca para su exportación a Nueva York – EE. UU,2018”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Privada del Norte, Cajamarca – Perú

Quilla Huamán, D y Caracas, M. (2018). “La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015”. Recuperado de: http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/523/Quillahuaman_Carazas_tesis_maestria_2018c.pdf?sequence=12&isAllowed=y

Quillahuamán, D., & Carazas, M. (2018). La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo-Cusco 2015. Lima: UCSS.

Quillanhuamán, D & Carazas, M (2018). “La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015”. Tesis para optar el grado académico de Magister en Administración Pública, Lima Perú.

Real Academia Española, (2020). Diccionario de la lengua española, Edición del
tricentenario - proveer. Recuperado de: <https://dle.rae.es/proveer?m=form>

Real Academia Española, (2020). Diccionario de la lengua española, Edición del
tricentenario - provisión. Recuperado de
<https://dle.rae.es/provisi%C3%B3n?m=form>

Real Academia Española, (2020). Diccionario de la lengua española, Edición del
tricentenario - transformar. Recuperado de: <https://dle.rae.es/transformar>

Real Academia Española, (2020). Diccionario de la lengua española, Edición del
tricentenario - transformación. Recuperado de:
<https://dle.rae.es/transformaci%C3%B3n?m=form>

Real Academia Española, (2020). Diccionario de la lengua española, Edición del
tricentenario - Comercialización. Recuperado de:
<https://dle.rae.es/comercializaci%C3%B3n?m=form>

Real Academia Española, (2020). Diccionario de la lengua española, Edición del
tricentenario - Comercializar. Recuperado de:
<https://dle.rae.es/comercializar?m=form>

Rivadeneira, D. (2012). Comercialización: Definición y Conceptos - ¿Qué es la
comercialización? Empresa & Actualidad. Recuperado de: <http://bit.ly/2jCzyMP>

Rosales, R. (1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMES.
Recuperado de:
[http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2005/11/T023600000022-7-
La asociatividad como estrategia.htm](http://walk.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2005/11/T023600000022-7-La%20asociatividad%20como%20estrategia.htm)

Torres (2016). “Análisis de la cadena productiva del café y estrategias de mejora en la
provincia de San Ignacio”. Tesis para optar el grado académico de Licenciado en
Ingeniería, Universidad de Sipán, Pimentel – Perú.

Vegas J. (2008). Cadenas Productivas / Proyecto de Cooperación UE- Perú / PENX.

Recuperado de:

https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Cadenas_Productivas%2020080912.pdf

Vera; L (2015) La Investigación Cualitativa. Universidad Interamericana de Puerto Rico.

Recinto de Ponce. Recuperado de:

<https://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/327/406>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

ASOCIATIVIDAD Y CADENAS PRODUCTIVAS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAFÉ DE SAN IGNACIO - CAJAMARCA 2020

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES
Problema General	Objetivo General	V. Independiente

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020

Conocer si la falta de asociatividad impidió la formación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

Asociatividad

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	V. Dependiente
¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?	Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.	Cadena Productiva

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de provisión de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

Cadena Productiva

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de transformación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de transformación de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

¿De qué manera la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa de San Ignacio – Cajamarca, 2020?

Describir si la falta de asociatividad impidió la formación de procesos de comercialización de cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa, San Ignacio – Cajamarca en el año 2020.

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES/CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS
Asociatividad	<p>Para el Ministerio de Comercio Exterior y turismo, (2016). La asociatividad es una forma de Organización que permite que los artesanos puedan lograr mayor productividad, es decir tener más productos en menor tiempo de trabajo, con menos costos y menos recursos. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, 2016).</p> <p>Para MINCETUR, La asociatividad nace como mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas que quieren empezar un proceso de expansión o globalización, donde cada una decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto en busca de un objetivo común, pero mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial (Ministerio de</p>	Entrevista	Objetivos en común	Objetivos comunes	Ítem Asociatividad
			Cooperación y compromiso	Trabajo en equipo	

Comercio Exterior y Turismo -
MINCETUR, 2013)

Barrera, Espejel, Herrera y Cuevas,
definen la asociatividad como el
proceso de agrupamiento voluntario de
individuos u organizaciones que
trabajan en forma coordinada para
alcanzar sus objetivos y metas en
común (Barrera, Espejel, Herrera y
Cuevas, 2016).

Integración para ganar
competitividad

Nivel de calidad

Transparencia administrativa

Cumplimiento legal
administrativo con los
asociados

En el Ecuador la asociatividad
constituye un pilar fundamental en las
organizaciones sociales, por cuanto
involucran principios de cooperación y
compromiso, objetivos comunes,
integración para ganar competitividad,
transparencia administrativa, teniendo
presente los distintos factores de
rentabilidad, competitividad y
productividad en cada una de las
actividades desarrolladas
mancomunadamente (Borja, Alarcón y
Quispe, 2017).

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES/CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS
Cadenas productivas	Son conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final. (PENX Plan Estratégico Nacional Exportador, p.6). Las cadenas productivas constituyen la base sobre la cual se van complejizando el resto de las definiciones. Es quizás el concepto más difundido y puede definirse como la interrelación de actores independientes que	Entrevista	Provisión	Proceso de provisión	Ítem Proceso de provisión
				Eficiencia en los procesos	
			Transformación	Transformación del producto Verificación del producto final	Ítem Proceso de transformación
				Eficiencia de la cadena productiva	
			Comercialización		Ítem proceso de Comercialización
			Comercialización	Frecuencia de entrega	Ítem Mejora continua

intervienen en una misma actividad desde el abasto de los insumos, la producción, la distribución y la comercialización, para llevar el producto al consumidor final (Anaya, 2015).

Una cadena productiva es el conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales, hasta su comercialización en los mercados internos y externos,

incluyendo
proveedores de
servicios, sector
público,
instituciones de
asistencia técnica y
organismos de
financiamiento
(Campero, 2015).

Datos generales

Nombres y Apellidos:

Edad:

Cargo:

Profesión:

Año como socio de la cooperativa:

I. Asociatividad

1. ¿Considera usted que asociarse le permitió la formación de cadenas productivas eficientes para la cooperativa?

Objetivos en común

2. ¿Cree usted que el trabajo en equipo lo realizan con el fin de lograr los mismos objetivos?
3. ¿Cree usted que la asociatividad le permitió lograr los objetivos en común?

Cooperación y compromiso

4. ¿Cree usted que existe un alto nivel de cooperación y compromiso de los socios productores y la Cooperativa?
5. ¿De qué manera ha beneficiado a la Cooperativa la cooperación y compromiso de los socios productores?

Integración para ganar competitividad

6. ¿Considera usted que al integrarse como socio de la cooperativa se obtiene mayor competitividad?
7. ¿La integración les ha permitido obtener mejores resultados en la cadena productiva?

Transparencia administrativa

8. ¿Considera usted que la cooperativa ha laborado con claridad, ética y lealtad en todas las actividades realizadas?

II. Cadena productiva

2.1 Provisión

Proceso de provisión

9. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de provisión en la cadena productiva?
10. ¿La Cooperativa cuenta con un proceso de provisión eficiente para el correcto desarrollo de la cadena productiva?
11. ¿Cuál es el proceso de provisión que maneja la Cooperativa?

Eficiencia en los procesos

12. ¿Qué tan eficiente son los procesos de provisión aplicados en la Cooperativa?

2.2 Transformación

Transformación de producto

13. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de transformación en la cadena productiva?
14. ¿La capacidad de su planta permite tener un adecuado proceso de transformación?
15. ¿Es importante que los socios de la cooperativa tengan conocimiento de las actividades de transformación del producto elaborado?

Verificación del producto final

16. ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para verificar el producto final?

Eficiencia de la cadena productiva

17. ¿Las tecnologías utilizadas por la Cooperativa permiten tener eficiencia en la cadena productiva?
18. ¿Cree usted que el proceso de transformación permite tener una buena cadena productiva?

2.3 Comercialización

Comercialización

19. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de comercialización en la cadena productiva?
20. ¿Consideran importante utilizar estrategias de comercialización para mejorar las ventas en la cooperativa?
21. ¿Son adecuadas las funciones básicas de la comercialización en la cooperativa? (ventas, compras, transporte y financiamiento)

Frecuencia de entrega

22. ¿Los canales de distribución que desarrollan actualmente permiten tener frecuencia en la entrega del café?

Anexo 4: Validación del instrumento de investigación

Anexo 4.1

Validación del instrumento de investigación a Oscar Jonathan Vilela Seminario



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación

Mg. Oscar Jonathan Vilela Seminario

Nosotros, Jennifer Patricia Villar| Hernández y Segundo Carlos Rodríguez Sánchez, Integrantes del Curso/Taller de asesoría de Tesis de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, nos dirigimos respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que nos permitan cumplir con los objetivos propuestos en nuestro trabajo de investigación para la tesis titulada: "Asociatividad y cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa – Cajamarca, 2019"

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello adjuntamos los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Operacionalización de las variables.
3. Guía de entrevista.

Le agradecemos anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente, Jennifer Villar Hernández Y Segundo Rodríguez Sánchez

Cajamarca, 16 de noviembre del 2021

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: VILELA SEMINARIO OSCAR JONATHAN
 1.2. Grado Académico: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN.
 1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte / FUTURE OF FISH.
 1.3.1. Especialidad del validador: Contabilidad y Finanzas / Dirección Estratégica.
 1.3.2. Título de la investigación: Asociatividad y cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa – Cajamarca, 2019.
 1.3.3. Autores del Instrumento: - Rodríguez Sánchez, Segundo Carlos
 - Villar Hernández, Jennifer Patricia
 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Asociatividad

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS - VARIABLE: ASOCIATIVIDAD

Items	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: OBJETIVOS EN COMÚN						
1. Objetivos comunes					X	
DIMENSION 2: COOPERACIÓN Y COMPROMISO						
2. Trabajo en equipo					X	
DIMENSION 3: INTEGRACIÓN PARA GANAR COMPETITIVIDAD						
3. Nivel de calidad					X	
DIMENSION 4: TRANSPARENCIA ADMINISTRATIVA						
4. Cumplimiento legal administrativo con los asociados					X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%

1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha, Piura 17.11.2021



Firma del Experto Informante.
 DNI. N°
 Teléfono N°

1.3.6. Instrumento 2 (Variable 2): Cadena Productiva

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE: CADENA PRODUCTIVA

Items	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: Provisión						
1. Proceso de provisión					X	
2. Eficiencia en los procesos					X	En la pregunta 12 se deberá explicar qué es eficiencia cuando se realice tal pregunta.
DIMENSION 2 : Transformación						
3. Transformación del producto					X	
4. Verificación del producto final					X	
5. Eficiencia de la cadena productiva					X	En la pregunta 17 se deberá explicar qué es eficiencia cuando se realice tal pregunta.
DIMENSION 3: Comercialización						
6. Comercialización					X	En la pregunta 20 se podrían mencionar algunos ejemplos como en la 21, pero en este caso relacionado a estrategias.
7. Frecuencia de entrega					X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%

1.3.7 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Piura 17.11.2021



Firma del Experto Informante.
DNI. N° 42929492
Teléfono N° 943714664

Anexo 4.2

Validación del instrumento de investigación a Paulo Eduardo Soriano Torres

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Soriano Torres, Paulo Eduardo
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte
 - 1.3.1. Especialidad del validador: Administración y Negocios internacionales
 - 1.3.2. Título de la investigación: Asociatividad y cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa – Cajamarca, 2019.
 - 1.3.3. Autores del Instrumento: - Rodríguez Sánchez, Segundo Carlos
- Villar Hernández, Jennifer Patricia
 - 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Asociatividad

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS - VARIABLE: A SOCIATIVIDAD

Items	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: OBJETIVOS EN COMÚN						
1. Objetivos comunes					100	
DIMENSION 2: COOPERACIÓN Y COMPROMISO						
2. Trabajo en equipo					100	
DIMENSION 3: INTEGRACIÓN PARA GANAR COMPETITIVIDAD						
3. Nivel de calidad					90	
DIMENSION 4: TRANSPARENCIA ADMINISTRATIVA						
4. Cumplimiento legal administrativo con los asociados					90	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%.

Activar Wi
Ve a Configurar

1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					100
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					80
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					100
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnico-científicos					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					90
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					100
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					100

PROMEDIO DE VALORACIÓN 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Cajamarca, 18 de noviembre del 2021



Paulo E. Soriano Torres
DNI. N° 43949124
Teléfono N°968355380

Activa
Ve a Co

1.3.6. Instrumento 2 (Variable 2): Cadena Productiva

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE: CADENA PRODUCTIVA

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: Provisión						
1. Proceso de provisión					100	
2. Eficiencia en los procesos					90	
DIMENSION 2: Transformación						
3. Transformación del producto					100	
4. Verificación del producto final					80	
5. Eficiencia de la cadena productiva					90	
DIMENSION 3: Comercialización						
6. Comercialización					100	
7. Frecuencia de entrega					90	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%

1... ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

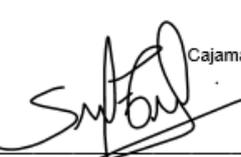
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-80%	Muy Buena 81-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					100
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					100
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					100

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Cajamarca, 18 de noviembre del 2021



Paulo E. Soriano Torres
DNI. N° 43959124
Teléfono N° 983355380

Acti
v...

Anexo 4.3

Validación del instrumento de investigación a James Gamarra Banda

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICION

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador:
 1.2. Grado Académico: Mg.
 1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte
 1.3.1. Especialidad del validador: Negocios Internacionales
 1.3.2. Título de la investigación: Asociatividad y cadena productiva de café en la Cooperativa de servicios múltiples Unión y Fe La Coipa – Cajamarca, 2019.
 1.3.3. Autores del Instrumento: - Rodríguez Sánchez, Segundo Carlos
 - Villar Hernández, Jennifer Patricia
 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Asociatividad

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS - VARIABLE: ASOCIATIVIDAD

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: OBJETIVOS EN COMÚN						
1. Objetivos comunes					90	
DIMENSION 2: COOPERACIÓN Y COMPROMISO						
2. Trabajo en equipo					90	
DIMENSION 3: INTEGRACIÓN PARA GANAR COMPETITIVIDAD						
3. Nivel de calidad					90	
DIMENSION 4: TRANSPARENCIA ADMINISTRATIVA						
4. Cumplimiento legal administrativo con los asociados					90	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%.

1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente lente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				80	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			60		
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			60		
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					90
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos			50		
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					90
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					100
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					100

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Cajamarca, 20 de noviembre del 2021.


 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 46860481
 Teléfono N° 986 063 742

1.3.6. Instrumento 2 (Variable 2): Cadena Productiva

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE: CADENA PRODUCTIVA

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DIMENSION 1: Provisión						
1. Proceso de provisión					100	
2. Eficiencia en los procesos					90	
DIMENSION 2 : Transformación						
3. Transformación del producto					100	
4. Verificación del producto final					80	
5. Eficiencia de la cadena productiva					90	
DIMENSION 3: Comercialización						
6. Comercialización					100	
7. Frecuencia de entrega					90	

PROMEDIO DE VALORACIÓN:93%

1... ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente lente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					90
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				80	
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					100
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				80	
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					90
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					100
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					100

PROMEDIO DE VALORACIÓN:91% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Cajamarca, 20 de noviembre de 2021.



Firma del Experto Informante.
DNI. N°46860481
Teléfono N°986 063 742

Anexo 5: Entrevista transcrita

Anexo 5.1

Entrevista transcrita del Gerente de la Cooperativa Lorenzo Cruz García

Datos generales

Nombres y Apellidos: Lorenzo Cruz García

Edad: 43

Cargo: Gerente de cooperativa

Profesión: -

Año como socio de la cooperativa: Desde su formación 7 Años.

I. Asociatividad

1. ¿Considera usted que asociarse le permitió la formación de cadenas productivas eficientes para la cooperativa?

Sí, antes de esta cooperativa (2014) muchos pertenecíamos a una asociación de productores, donde yo era estibador y tenía conocimiento básico, por ejemplo, si comparamos de cómo se manejaba el producto ahí y ahora, es muy diferente, desconocíamos muchas cosas que se podían hacer para tener un mejor producto, ahora con mayor experiencia en el sector, optimizando y mejorando procesos de acopio, de secado y transporte de café de los socios productores, haciendo todo eso y más nos ha permitido tener un mejor producto y de esa manera tener una cadena productiva más eficiente.

Objetivos en común

2. ¿Cree usted que el trabajo en equipo lo realizan con el fin de lograr los mismos objetivos?

Sí, como cooperativa, todos los directivos nos reunimos y nos planteamos los objetivos y la manera en la que los vamos a conseguir, esto a la vez se les comunica a todos los socios productores y todos juntos vamos en busca del cumplimiento de lo planteado, para así poder cumplir con las exigencias de clientes que muchas veces suele variar.

3. ¿Cree usted que la asociatividad le permitió lograr los objetivos en común?

Sí, todos como emprendedores o comerciantes buscamos poder tener una mayor producción y mayor beneficio, cuando la cooperativa se formó (2014), no fuimos muchos a comparación de otras cooperativas, nosotros éramos 3 encargados y algunos socios productores, pero entendimos que había un buen mercado por el cual arriesgarnos y de esa manera con muchas ideas y buena actitud de todos empezamos a vender nuestro producto ahí, ahora en cada envío que hacemos nos piden mayor cantidad de contenedores y así vamos todos hacía el mismo objetivo.

Cooperación y compromiso

4. ¿Cree usted que existe un alto nivel de cooperación y compromiso de los socios productores y la Cooperativa?

Siempre, por parte de la cooperativa, siempre busca herramientas, métodos y todo lo que permita para que el productor tenga un producto de calidad, en calidad de tasa que no baje de 8/4, todas las sugerencia o recomendación de ellos los escuchamos siempre y la analizamos con todas las áreas para ver qué podemos hacer al respecto y llegar a un mutuo acuerdo.

Por parte de los socios, ellos aplican todo lo que nosotros les impartimos, para mejorar el producto y así cumplir con lo que los clientes requieran, teniendo como referencia en los contratos de que si hay compromiso por ambas partes.

5. ¿De qué manera ha beneficiado a la Cooperativa la cooperación y compromiso de los socios productores?

La cooperativa se ha visto beneficiada en diferentes ámbitos y serían los siguientes:

- Producto a tiempo.
- Uso de insumos brindados por la cooperativa y con cuidado.
- Aumento en la producción de café por hectárea y mayor número de contenedores exportados.
- Calidad de taza del producto alta, 8/3 en adelante por parte de la mayoría de los productores.
- Cumplimiento de objetivos establecidos y compartidos por la cooperativa.
- Cumplimiento de lo indicado por las certificaciones para exportación del producto.

Integración para ganar competitividad

6. ¿Considera usted que al integrarse como socio de la cooperativa se obtiene mayor competitividad?

Por supuesto que sí, si bien es cierto a un productor le puede ir bien solo vendiendo su café a cualquier empresa acopiador que lo solicite, pero la verdadera ventaja de pertenecer a una cooperativa se nota ya cuando a un productor se lo capacita para que produzca mejor café y a la vez se le brinda las herramientas necesarias para que su producción sea mejor y no se le

malogre en el proceso, eso permite ser constantes y tener un producto de alta calidad y por ende un mejor pago por el mismo.

7. ¿La integración les ha permitido obtener mejores resultados en la cadena productiva?

Sí, por más que se cumpla con lo que recomendamos a los productores, por tema de suelos y el mismo ambiente y las zonas en que producen el café, la calidad no es la misma, pero si son buenos productos pues como cooperativa les brindamos facilidades para que logren cumplir sus objetivos. Además, implementando estrategias como los blend's y demás, cada año según la situación hemos ido mejorando y estandarizando nuestro producto como cooperativa.

Transparencia administrativa

8. ¿Considera usted que la cooperativa ha laborado con claridad, ética y lealtad en todas las actividades realizadas?

Siempre, cada decisión, idea y acuerdos tomados por la cooperativa es compartida con todos los socios, colaboradores y demás. Esto, nos ha permitido que en momentos difíciles seamos fuertes y sigamos unidos, y eso se ha mostrado más en estos 2 años difíciles de pandemia, puesto que no se logró exportar por prácticamente años completos y nos afectó como cooperativa y más a los socios productores, pero siempre hemos sido transparentes con ellos, por lo mismo ahora después de un duro golpe seguimos unidos.

La transparencia con nuestros clientes no es una opción, es una obligación y siempre se busca cumplir las especificaciones de este, no nos podemos dar el lujo de no hacerlo.

2.1 Provisión

Proceso de provisión

9. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de provisión en la cadena productiva?

Por supuesto que sí, esto ha permitido como ya se mencionó anteriormente mejorar nuestro producto de manera significativa, aunque en un inicio fue difícil, pero aprendiendo pudimos implementar diversos procesos y estrategias que nos han permitido avanzar en buen camino.

10. ¿La Cooperativa cuenta con un proceso de provisión eficiente para el correcto desarrollo de la cadena productiva?

Sí, esto se va a mejorando con cada experiencia que tenemos y con cada imprevisto que se presenta en el día a día. Si comparamos el proceso de provisión de café de nuestros productores a la cooperativa del 2014 o 2015 hasta ahora, se nota mucho la diferencia y la mejora. Hoy en día contamos con mejores ambientes, materiales, tecnología, entre otros.

11. ¿Cuál es el proceso de provisión que maneja la Cooperativa?

1. Primero, nuestro producto se contacta con secretaría para agendar la fecha en que nuestro transporte va a ir a recoger su producto.
2. Nuestro transporte va al lugar y recoge el producto y lo traen a la cooperativa.
3. En la cooperativa el analista es el encargado de decepcionar dicha mercadería.
4. Posterior a ello, el analista envía el producto a la balanza para el pesado respectivo y el conteo de sacos.

5. Se obtiene una muestra para el análisis respectivo, para ver el tipo de rendimiento, humedad y descartar defectos del producto.
6. Posterior a ellos, pasan por secretaría para su registro y pago por el producto de acuerdo con los resultados del análisis.

Eficiencia en los procesos

12. ¿Qué tan eficiente son los procesos de provisión aplicados en la Cooperativa?

Son muy eficientes, puesto que al aplicar dichos procesos esto nos permite tener un buen producto, con baja humedad y a la vez tener el control total del mismo ya que acá no se puede confiar mucho en el clima, es muy cambiante y por lo mismo el rendimiento del producto. No todo es para siempre y sabemos que podemos mejorar dichos procesos que es lo que buscamos, para de esa manera obtener un producto con mucha más calidad de la que ya tenemos.

2.2 Transformación

Transformación de producto

13. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de transformación en la cadena productiva?

La transformación del producto se realiza en diferentes plantas, pero cumpliendo con estándares según contrato con el cliente, no lo manejamos directamente ya que en dichas plantas también procesan su producto otras empresas y cooperativas. Sin embargo, siempre enviamos un encargado para que esté pendiente de todo el proceso y no haya mezclas y ni pérdida del producto.

14. ¿La capacidad de su planta permite tener un adecuado proceso de transformación?

Las plantas con las que trabajamos se ubican en frontera de San Ignacio, Chiclayo y Lima (Callao, Chosica). Cada planta tiene una estructura de trabajo establecida y esta se maneja de acuerdo con lo especificado en las guías y contratos.

15. ¿Es importante que los socios de la cooperativa tengan conocimiento de las actividades de transformación del producto elaborado?

Por temas de transparencia es conveniente que los socios productores tengan conocimiento de dichos procesos, pero no todos los productores van a poder ir a ver y conocer de primera estancia el proceso de transformación que se desarrollan en las plantas, es por ello que va algún directivo de la cooperativa, acompañado del administrador y demás personal encargado de monitorear el proceso de la transformación del café y se le muestra para que vean como es el proceso ahí también.

Verificación del producto final

16. ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para verificar el producto final?

Para eso es más un tema de documentación y confirmación, por parte de la cooperativa, SENASA, el personal de logística y los agentes de aduanas y el cliente hacemos un análisis al producto final y el resultado que nos dé a cada uno tiene que ser el mismo que se estableció en el contrato con el cliente. Además, por todas las partes, se analizan las conocidas contra muestras, las cuales son necesarias para luego seguir con el siguiente proceso.

Eficiencia de la cadena productiva

17. ¿Las tecnologías utilizadas por la Cooperativa permiten tener eficiencia en la cadena productiva?

Actualmente la cooperativa ha adquirido herramientas e instrumentos para medir humedad, calidad de café en taza, y demás.

Antes se lo hacía de manera muy básica y algunas cosas se ignoraban, pero ya con la tecnología se puede ser más exacto y obviamente muy eficiente al medir humedad, deficiencia, calidad y todo lo que nos piden nuestros clientes.

Nos falta implementar unas cosas para el área administrativa, pero vamos avanzando muy bien hasta ahora.

18. ¿Cree usted que el proceso de transformación permite tener una buena cadena productiva?

Sí, siempre hay oportunidad de mejora, pero hasta ahora es eficiente, pues se siguen ciertos pasos los cuales si llegan a cumplir con lo requerido.

2.3 Comercialización

Comercialización

19. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de comercialización en la cadena productiva?

Sí, al asociarnos existen mejores procesos de comercialización, desde el socio productor hasta el consumidor final, siguiendo pasos estrictamente cumplidos por cada personal encargado. Respecto al socio productor, el precio base es de acuerdo con la cantidad y el rendimiento físico de su producto que deja en la cooperativa, lo mínimo que se permite en rendimiento es de 68.

20. ¿Consideran importante utilizar estrategias de comercialización para mejorar las ventas en la cooperativa?

Por supuesto que sí, estas son muy importantes al momento de iniciar una negociación y cerrar los contratos con los clientes.

Lo que hacemos es, buscar clientes a futuro, mejor dicho, vender en la actualidad las cosechas futuras y pactar fechas de entrega.

Los contratos se cierran con cuerpo de antelación y dependiendo de la bolsa a la cual siempre estamos muy pendiente ya que nosotros comercializamos en dólares.

21. ¿Son adecuadas las funciones básicas de la comercialización en la cooperativa? (ventas, compras, transporte y financiamiento)

Son adecuadas, porque siempre se cumple con lo pactado con los clientes (defectos, tazas, cantidad), y a raíz de eso se cumple con nuestros productores y a la vez con nuestros colaboradores.

Cumplimos con los requerimientos internacionales para la comercialización de productos orgánicos y con las exigencias de SENASA para poder comercializar un producto de calidad.

Frecuencia de entrega

22. ¿Los canales de distribución que desarrollan actualmente permiten tener frecuencia en la entrega del café?

Todo nos ha permitido optimizar tiempo y dinero, al mismo tiempo cumplir con nuestros clientes bajo lo establecido con antelación.

Aparte de las complicaciones de la pandemia en estos dos años siempre hemos sido muy frecuentes en la entrega de nuestros productos.

Anexo 5.2

Entrevista transcrita del administrador de la Cooperativa Juan Rogelio Castillo Zurita

Datos generales

Nombres y Apellidos: Juan Rogelio Castillo Zurita

Edad: 30

Cargo: Administrador de la cooperativa

Profesión: Administración de empresas

Año como socio de la cooperativa: 5 Años de colaborador en la cooperativa.

I. Asociatividad

1. ¿Considera usted que asociarse le permitió la formación de cadenas productivas eficientes para la cooperativa?

Sí, porque la institución o cooperativa es de los socios, una cooperativa se forma a través de socios productores que es muy diferente a una asociación cafetalera, esta es unipersonal, una cooperativa es de los socios, entonces, eso es muy bueno para las diferentes partes tanto para la empresa, para los socios y para los trabajadores, porque al crecer la empresa crecemos nosotros.

- *Creación: 19 de mayo del 2014*

Objetivos en común

2. ¿Cree usted que el trabajo en equipo lo realizan con el fin de lograr los mismos objetivos?

Sí, porque en una cooperativa y aquí funciona de la siguiente manera, aquí yo estoy encargado del área de administración, pero hago todo lo que son las ventas, las exportaciones, trazabilidad, control de calidad, tema de

almacén, cada trabajador encargado de su área no solo nos dedicamos a nuestra área, nos apoyamos todos mutuamente, y todos apoyan a las diferentes áreas, excepto el señor Lorenzo (Gerente) ya que el maneja todo el tema comercio exterior de la cooperativa, también nos apoya en temas externos personal de logístico externo, temas con SENASA y agentes de aduanas.

3. ¿Cree usted que la asociatividad le permitió lograr los objetivos en común?

Si, desde el inicio de la cooperativa en 2014, y yo estando desde el 2016, pero revisando documentación he visto que iniciaron con 45 a 50 socios y hasta ahora estamos pasando los 330 socios, estamos creciendo tanto en el tema de asociatividad y en el tema de mercado, porque lo que vendíamos en el 2014 que era solo para el mercado interno, ya en 2015 y 2016 empezamos a vender en el mercado exterior pero mínimas cantidades, cada año elevamos de 10 a 15 contenedores más para las exportaciones respecto al año anterior, lo que se proponen los socios lo cumplen, dependiendo a sus hectáreas, Aquí se maneja 30 quintales por hectárea, si el socio tiene 4 hectáreas nos dan 120 quintales y hasta más, dependiendo ya que es un tema que se maneja en combinación.

Cooperación y compromiso

4. ¿Cree usted que existe un alto nivel de cooperación y compromiso de los socios productores y la Cooperativa?

Si, se tiene un compromiso por parte de los socios productores y la administración de la cooperativa porque, el productor pasa una inspección al iniciar la campaña por parte del equipo de la cooperativa que sale al campo a

hacer lo que nosotros llamamos una inspección interna para todos los productores y se recolecta toda la información, todas sus necesidades tema de producción, ellos por su parte nos hacen llegar sus quejas, la atención que se les brinda acá en las oficinas de la cooperativa y lo que ellos necesitan, con toda la información reunida, nosotros en las oficinas de la cooperativa debatimos sobre dichos temas.

Para la cooperativa vendemos cafés especiales, tenemos nuestras propias marcas, Huataraco Coffe, Valle del Cóndor y Suma Warmi, Suma Warmi está más enfocado en el café femenino y le estamos dando alto valor.

5. ¿De qué manera ha beneficiado a la Cooperativa la cooperación y compromiso de los socios productores?

Hay muchos factores por los que se han beneficiados, más que todo se ha beneficiado el productor.

Al inicio al productor se le malograba su producto por los cambios climáticos bruscos del lugar, aquí en la cooperativa evaluamos cafés en el tema físico (aparición física) y de calidad en taza (calidad de taza).

Los productores son clasificados por zonas, zona baja, zona media y zona alta, zona baja son los primeros meses, zona media los meses intermedios y zona alta son los meses más altos (agosto, septiembre, octubre y demás), meses en los que llega los mejores cafés porque hay más sol y el tiempo es mejor, en los primeros meses del año, como marzo abril y mayo llueve mucho, por lo mismo, el café que los socios traían en estas fechas era un café húmedo o podrido por el tema de donde lo secaban. Entonces en la cooperativa hicimos lo siguiente, tenemos un Premium que nos da la certificadora de comercio justo, empezamos a trabajar creándoles sus

módulos de secados, les brindamos a los socios calamina, material y el personal para que pueda construir el ambiente adecuado de acuerdo con la cantidad que los productores cosechaban. Por otra parte, la cooperativa empezó a trabajar el tema de los abonos, porque en la inspección que los socios productores pasaban era mostrar la documentación de donde sacaban los abonos y el abono debe de ser adquirido de una empresa certificada, por ello nosotros mismos (cooperativa) estamos trabajando directamente con ellos y al socio productor le damos abono certificado. Los beneficios de los socios productores es que ellos han mejorado la calidad de su producto, tema de producción y por ende su canasta familiar.

Integración para ganar competitividad

6. ¿Considera usted que al integrarse como socio de la cooperativa se obtiene mayor competitividad?

Si, al integrarme como socio a la cooperativa voy a tener mayor competitividad. Las cooperativas trabajamos con el tipo de cambio de la bolsa de valores, nuestro gerente (Lorenzo cruz García) a partir de las 3 de la mañana está en su computadora aunque sea 3 horas para cerrar un contrato, si él logra cerrar un contrato a esa hora por un container según la bolsa por un valor de 190 o 200 dólares, automáticamente ese café ya está solo para adquirir a los socios dicha cantidad de café, la competencia de café acá es fuerte, cuando el café está muy elevado, a nosotros no nos conviene vender, porque cualquier comprador puede poner el café ahí al cliente, la ventaja es cuando la bolsa está por los suelos, en el mercado exterior valorizado en 400 soles nosotros lo valorizamos entre 500 a 550 dólares, para el productor la ventaja es que su producción ya está vendido y las cooperativas pagan mayor

precio a sus socios productores, por otro lado, en los meses de diciembre, enero son meses duros para todos y es ahí donde la cooperativa pasa a los créditos y microcréditos para la misma y los socios.

7. ¿La integración les ha permitido obtener mejores resultados en la cadena productiva?

Si, acá no nos llegan todos los cafés buenos o todos malos, acá nosotros tenemos una planta, la llamamos planta de café cerezo, que nosotros mismos le damos todo el trabajo a la parte alta de esta zona (La Coipa – Barro negro parte alta), este año solo acopie 2 contenedores nada más porque, recién se ha aperturado dicha planta, más arriba de esta planta son cafés que en calidad de taza no son menos de 8/7 o 8/6 y algunos productores traen cafés de 8/2 o 8/5, acá en la cooperativa hacemos el famoso blend's (Mezclas), yo tomo un café de 8/6 y de otro productor un 8/3 en ese blend yo consigo un café 8/4, también viendo el tema del café femenino, buscamos que ese café que es menor sea de mayor en calidad de taza.

Acopio de producto.

El productor lo primero que hace es comunicar a la señorita encargada, nosotros colocamos la movilidad para todos los productores de todas las zonas, por ejemplo, tenemos socios productores que están lejos, siendo el viaje de un día para otro 5 horas de viaje en ida maso menos. Entonces, el café acá pasa al analista (Alexander Julca), encargado del almacén, pesa la cantidad de cantidad de sacos que trae el socio productor, lo plumean con la pluma y saca una muestra de 400 gramos de acuerdo a la cantidad que sea, pero si la cantidad es mayor a 50 sacos son muestras mayores pero, el peso para el análisis físico es 400 gramos sea cual sea la cantidad, el encargado del

área lo analiza y saca todos sus resultados, calidad de taza, apariencia física y humedad, se le detalla todos los defectos que pueda tener su café, el productor pasa con la secretaria de gerencia la cual le hace su comprobante y la vez ella hace llegar la muestra de 400 gr del socio productor para que sea catada en el laboratorio, pasado eso al socio productor se le pregunta si quiere liquidarlo solo con su rendimiento físico o esperar su calidad de taza porque, por A o B que su producto pase 8/5 o 8/7 en calidad de taza se le da 90 soles más por quintal, si no pasó de dicha calidad de taza y esta es de 8/3 abajo solamente se le liquida con rendimiento físico. Una vez acá el café, se almacena y ya hay ordenes de salida de los contratos que tenemos, ya el área de logística manda los correos respectivos a gerencia, gerencia ordena al analista que días se van a cargar el producto y cuantos contenedores, el café se carga de acuerdo con el rendimiento, para dos contenedores alrededor de 51 000 a 52 000 kg.

De acá la movilidad se va a planta procesadora, procesamos en Chiclayo, en frontera a San Ignacio salida a Pimentel, ahí la hora de proceso ya está dada, el café entra a las máquinas, al encargado le pregunta a cuanto, de efecto, calidad de taza y para que cliente. La calidad que se envía de acá tiene que dar allá en la planta de procesamiento, porque si no es un problema, ya que la calidad debe de coincidir según el contrato establecido con el cliente, si el cliente en su contrato nos dice que lo quiere a 8 defectos o a 5 defectos, tiene que llegar allá así, es casi un café especial, si él dice que quiere en calidad en taza 8/4 o 8/5 lo va a catar allá él y le tiene que dar dicha calidad, por A o B le salió un café malo, es un gran problema, y para prevenir eso tienes que ser rápido para evitar las multas y más que todo cuando uno hace mal se enteran

todos y cuando se hace algo bien nadie se entera y si se enteran de algo malo se pierde la confianza con la cadena de clientes, y nuestra función termina cuando el producto llega al puerto de Paita. Nosotros trabajamos con Incoterm FOB lo dejamos en Paita o en el puerto del Callao.

Transparencia administrativa

8. ¿Considera usted que la cooperativa ha laborado con claridad, ética y lealtad en todas las actividades realizadas?

Si, ante los productores somos sinceros, por ejemplo, ahora en estos 2 años de pandemia, para nosotros han sido años muy duros, no teníamos en almacén ni un grano de café y ahora es un tema muy duro porque el productor necesita dinero y llamas a uno y otro y a veces ellos mismos dejan su café acá en la cooperativa su café 2, 3 meses almacenados y los a veces a nosotros mismos los colaboradores en planilla de la cooperativa que no nos depositan desde mayo, nosotros entendemos, no ha existido venta para nadie y no solo para nosotros sino para todas las pymes y sabemos que es tema porque nos cerraron las embarcaciones, no hay barcos, nosotros enviamos la semana pasada 3 contenedores y ahora para hacerlo tienes que hacer subasta, antes de la pandemia ha ido todo bien ya con la pandemia se nos complicó todo y algunos productores están molestos, a algunos se los explica y con toda la claridad y entienden, pero otros productores que no entienden ya que es complicado que ellos lo hagan, pero siempre se brinda la información con toda la claridad posible, ahora estamos organizándonos para hacer una bajada de bases, esto es que todo el equipo técnico visite todas las bases de los productores y explicarles la realidad, pero no nos vamos con las manos vacías, aparte porque ya está cerca navidad.

2.1 Provisión

Proceso de provisión

9. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de provisión en la cadena productiva?

El primer punto que se pudo mejorar fue la obtención de los camiones para el acopio porque antes el productor nos traía su café mojado y en malas condiciones, ellos mismos pagaban su movilidad y tenían problemas porque a veces el carro se malograba y el clima afectaba el café. Es por ello que la gerencia decidió comprar 3 camiones y 1 camioneta, donde desde ese momento se empezó a transportar el café en buen estado. Además, se implementaron módulos y la otra parte es de que el mismo productor ya no le dé proceso al café sino nosotros como Cooperativa porque les acopiamos en cerezo, es decir, a un solo estándar y de esa manera estamos mejorando cada año la cadena productiva.

10. ¿La Cooperativa cuenta con un proceso de provisión eficiente para el correcto desarrollo de la cadena productiva?

Sí, puesto que se siguen ciertos pasos rigurosos para llevar a cabo el proceso de provisión, lo cual de esta manera ayudan a que el desarrollo de la cadena productiva sea eficiente y se logre alcanzar los objetivos diarios.

11. ¿Cuál es el proceso de provisión que maneja la Cooperativa?

1. Contacto: El productor se comunica con la Cooperativa.
2. Separa cita: Se le asigna una fecha para la movilidad y se agenda el transporte.

3. La movilidad recoge el producto en la fecha y hora acordada, y lo traen a la cooperativa.
4. En la cooperativa lo recepciona el analista, y entra en balanza para ser pesado la cantidad de sacos en quintales que envió el productor.
5. Se saca la muestra y el analista lo lleva a su área para que lo analice (pesa 400gr), para que vea el tipo de rendimiento que tiene, la cáscara.
6. El productor luego pasa por la secretaria para que le hagan su comprobante de pago, donde él mismo decide si le liquidan por rendimiento físico o por calidad taza, y si hay dinero en ese momento se le cancela sino se le paga de acuerdo con una fecha programada (pago directo).

Eficiencia en los procesos

12. ¿Qué tan eficiente son los procesos de provisión aplicados en la Cooperativa?

Es eficiente, pero se puede ir mejorando, puesto que recién estamos implementando áreas y oficinas, materiales como computadoras. Lo hubiésemos obtenido antes, pero por temas de la pandemia no se ha logrado.

2.2 Transformación

Transformación de producto

13. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de transformación en la cadena productiva?

En realidad, nosotros no realizamos ningún proceso de transformación puesto que no vendemos café tostado sino café oro verde grado 1. Nosotros si utilizamos las máquinas por ejemplo la máquina probat para tostar las

muestras para que sean catadas en laboratorios y sean molidas, pero en sí café tostado no vendemos.

14. ¿La capacidad de su planta permite tener un adecuado proceso de transformación?

Como administrador me encargo de llevar o enviar el producto a la planta, tenemos diferentes plantas en el Perú donde nos encargamos de procesar una está en Chiclayo (Frontera San Ignacio), otras se encuentran en Lima (Santa clara – Chosica, Callao). Pero, últimamente estamos procesando en Balsahuayco (Café Selva Norte). Cada planta tiene su estructura de trabajo como toda empresa, es decir, el trabajo que hacen es el mismo pero las embarcaciones son muy diferentes. En Lima y en Chiclayo, mi responsabilidad es cuando entra el contenedor a la planta, donde solo me encargo de embarcar y colocar el precinto de aduanas y de línea, y ahí acaba mi función, si le pasa algo al contenedor no tengo ninguna responsabilidad o sea el cliente me va a pagar igual todo lo que pasa en Lima y Chiclayo, en cambio en Balsahuayco es diferente porque nosotros llevamos el café a granel a Paita, y recién cuando estamos allá nosotros colocamos el contenedor para que allí vaya a alta mar.

Es decir, en Chiclayo y Lima ya están seguros, pero de acá tenemos que trabajar con mayor seguridad para que vaya, porque estamos hablando de un contenedor donde llevamos dependiendo el tipo de café hasta medio millón de soles.

En conclusión, la transformación es la misma para cada planta, puesto que le dan el mismo proceso. Pues solamente ellos se rigen a lo que les decimos, por ejemplo, a la planta que hay en Chiclayo les menciono que este café es para

tal cliente y lo quiero a tantos defectos, quiero a cierto tipo de malla, es decir, la planta procesa de acuerdo con el cliente (EE. UU, Canadá) y lo que dice el documento de compra. Algunos clientes que tenemos son: RGC, Paragon, entre otros 6 o 7 clientes más.

Si hemos presentado algunas dificultades en la planta de Chiclayo debido al clima, debido a que un café para que sea procesado debe tener 12 o 11 de humedad. Siempre se informa mediante un correo cuanta humedad tiene el café, por ejemplos, de aquí lo enviamos a 10 puesto que en Pimentel sus almacenes son abiertos y por 15 a 20 días el café aumenta un punto de humedad, entonces tienen que volverlo a secar nuevamente.

15. ¿Es importante que los socios de la cooperativa tengan conocimiento de las actividades de transformación del producto elaborado?

Sí, porque algún directivo (consejo de vigilancia, comité electoral, consejo de administración, comité femenino) cuando quiere ir a la planta se les brinda las facilidades, en la mayoría de los casos va conmigo que soy el administrador o también pueden ir solos, pero siempre se les enseña e indica cómo es el proceso o se les hace saber la información que ellos requieran, todos tienen conocimiento.

Verificación del producto final

16. ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para verificar el producto final?

Cuando el producto ya está envasado o listo (peso, cantidad) a cierta hora, en Chiclayo a esa misma hora el encargado de la planta toma una contra muestra del café que está listo para ser embarcado y se le envía al responsable del cliente, ambas son catadas y envían un correo para verificar si están conformes.

Tienes que esperar que llegue SENASA, los agentes de aduanas a verificar junto con el encargado, y siguen sacando contra muestras para ser analizadas, enviando finalmente un correo de confirmación para ver si es enviado el producto.

Eficiencia de la cadena productiva

17. ¿Las tecnologías utilizadas por la Cooperativa permiten tener eficiencia en la cadena productiva?

Hace años se utilizaba para el tema de la humedad lo que ellos llaman el “dientmetro” que consistía en morder el grano lo cual no era conveniente, pero hoy en día se han comprado máquinas como la probat de Alemania, se han implementado más áreas, oficinas y materiales. Y los ambientes en Chiclayo, Lima, son buenos y amplios. En conclusión, la Cooperativa está mejorando tecnológicamente.

18. ¿Cree usted que el proceso de transformación permite tener una buena cadena productiva?

Sí, es eficiente hasta la actualidad, pero pueden pasar ciertos imprevistos.

1. Café sale de la Cooperativa, donde el camión tiene que ser puntual puesto que existen otras cooperativas que se encargan de lo mismo y procesan en las mismas plantas.
2. El camión entra a la balanza, se pesa y si ya llegaste, pasas de frente al almacén, te lo descargan de acuerdo con la guía, en el cual está indicado la cantidad de sacos, quintales para tal contrato, es decir, ahí te sacan un peso bruto y te descargan el café corroborando los datos.

3. Tienes que estar en la fecha o reserva indicada para ser procesado (4 o 5pm) y esperar tu turno para evitar equivocaciones con los otros tipos de café.
4. Empiezan las estibas, pero antes de eso ya está programado el tipo de malla, defectos y secado.
5. Un día antes los encargados han marcado todos los sacos (para tal cliente, tipo de marca, lote, a donde está dirigido).
6. Si es un café 85 va en bolsa de greibol adquirido de Colombia.
7. Se embolsa todo y al siguiente día ya se encuentra la reserva lista, se ha enviado la contra muestra, han llegado todos los correos donde indican que está todo listo,
8. Se llama a SENASA y al agente de aduanas, hasta eso los encargados revisan el contenedor para analizar que todo esté en orden.
9. Se envía pruebas al logístico, a la gerencia hasta que se cargue el ultimo saco, se colocan los precintos de seguridad los cuales nadie los puede abrir.
10. Luego salgo y me entregan el comprobante de pago, el comprobante de salida, registro los sobrantes
11. Se cancela en efectivo por el precio del proceso o también se realizan los depósitos
12. Se regresa a la cooperativa con los Comprobantes, facturas y otra contra muestra del mismo producto para ser catada y revisar que todo esté en orden.

2.3 Comercialización

Comercialización

19. ¿La asociatividad ha permitido la formación de procesos de comercialización en la cadena productiva?

Comercialización con socios:

En primer lugar, para poder sacar un precio para pagar al productor, se tiene que ver el rendimiento físico de su café, de acuerdo a eso se determina el precio y se le paga al productor, acá trabajamos con 70 de rendimiento arriba, aquí casi todas las cooperativas trabajan así, no son como los que compran afuera, hasta un 68 se puede recibir y se va manejando los precios, un café de 70 de rendimiento si en el mercado está en 480, nosotros estamos en 490 y así vamos subiendo en comparación con los demás, 30 más por cada unidad aproximadamente.

Nuestro gerente es alguien muy bueno, astuto, muy responsable y sabe bastante, él tiene más de 25 años en el mundo del comercio del café, él ha sido estibador, pero maneja muy bien el comercio del café y el comercio exterior, por ejemplo, él ya tiene ventas para el próximo año, el aventura y arriesga, para mayo y junio el ya vendió todo el café de zona baja, y así va avanzando, en otras palabras, todo el café que llega acá a la cooperativa de los productores ya está vendido a bolsa abierta o cerrada y de acuerdo al contrato pactado de gerencia con el cliente se paga al socio productor por su producto y teniendo en cuenta también la calidad de taza y demás.

20. ¿Consideran importante utilizar estrategias de comercialización para mejorar las ventas en la cooperativa?

- Arriesgarse en el mercado.
- Cerrar contratos anticipadamente.
- Firmar contratos con bolsa abierta.

- La bolsa 3 a 4 am la bolsa está alta y ya a las 8, 9 am la bolsa está por los suelos, ellos por la experiencia que tienen en segundos tanto el cliente como el gerente en línea simultáneamente cierran el contrato en el mejor momento.
- Y nosotros al pendiente que nos den la orden para cargar.
- Estar siempre pendiente y activos.
- Adelantar ventas de futuras producciones.

21. ¿Son adecuadas las funciones básicas de la comercialización en la cooperativa? (ventas, compras, transporte y financiamiento)

Si, nuestras financieras tienen todas las ventas de nosotros y lista de clientes, nosotros al tener una venta y nos van a depositar 100 000 a 200 000 dólares, no nos hace el depósito a nosotros, el depósito lo hacen a la financiera y la financiera nos hace el recorte.

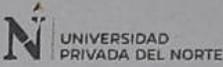
Frecuencia de entrega

22. ¿Los canales de distribución que desarrollan actualmente permiten tener frecuencia en la entrega del café?

Todo está saliendo bien por ahora excepción de la pandemia, ahora estamos recuperándonos poco a poco, algunos si, otros no. Por temas de pandemia hubo algunos inconvenientes, pero lo que hacemos actualmente nos permite entregar su producto a los clientes sin ningún problema y cumpliendo con lo establecido y con mucha anticipación.

Anexo 6: Autorización de uso de información de la empresa

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA



Yo Lorenzo Guiz García.....
(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)

identificado con DNI 44334191, en mi calidad de Gerente.....
(Nombre del puesto del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)

..... del área de Gerencia.....
(Nombre del área de la empresa)

..... de la empresa/institución Cooperativa de servicios múltiples.....
(Nombre de la empresa)

Unión y Fe La Coipa

con R.U.C N° 20570810236....., ubicada en la ciudad de San Ignacio - Cajamarca.....

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor Jennifer Patricia Villar Hernández.....
(Nombre completo del Egresado/Bachiller)

identificado con DNI N° 72973053, egresado de la Carrera profesional o Programa de Postgrado
de Administración y Negocios Internacionales.....
(Nombre de la carrera o programa)

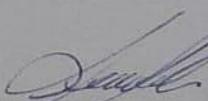
que utilice la siguiente información de la empresa:
Intimidad histórica del negocio de producción, transformación y comercialización
Facilidad de contacto con los socios productores.....
(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación, Tesis o Trabajo de
suficiencia profesional para optar al grado de Bachiller, Maestro, Doctor o Título Profesional.

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:
 Ficha RUC
 *Vigencia de Poder (Para informes de suficiencia profesional)
 Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis,
Trabajo de Investigación o Trabajo de Suficiencia Profesional).

* Nota: En el caso este formato se use como regularización o continuidad del trámite durante la coyuntura de emergencia -
Covid19, se debe de omitir la "Vigencia de Poder" requerido para los informes de Suficiencia Profesional.

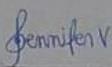
Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o
cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.
 Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 Mencionar el nombre de la empresa.




Firma y sello del Representante Legal **
DNI: 44334191

**Este documento debe ser firmado por un representante inscrito en SUNAT y debe adjuntar una copia de su documento
de identidad (DNI) para verificar la firma.

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis
son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del
procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones
legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado
DNI: 72973053

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	06	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	25/06/2020				

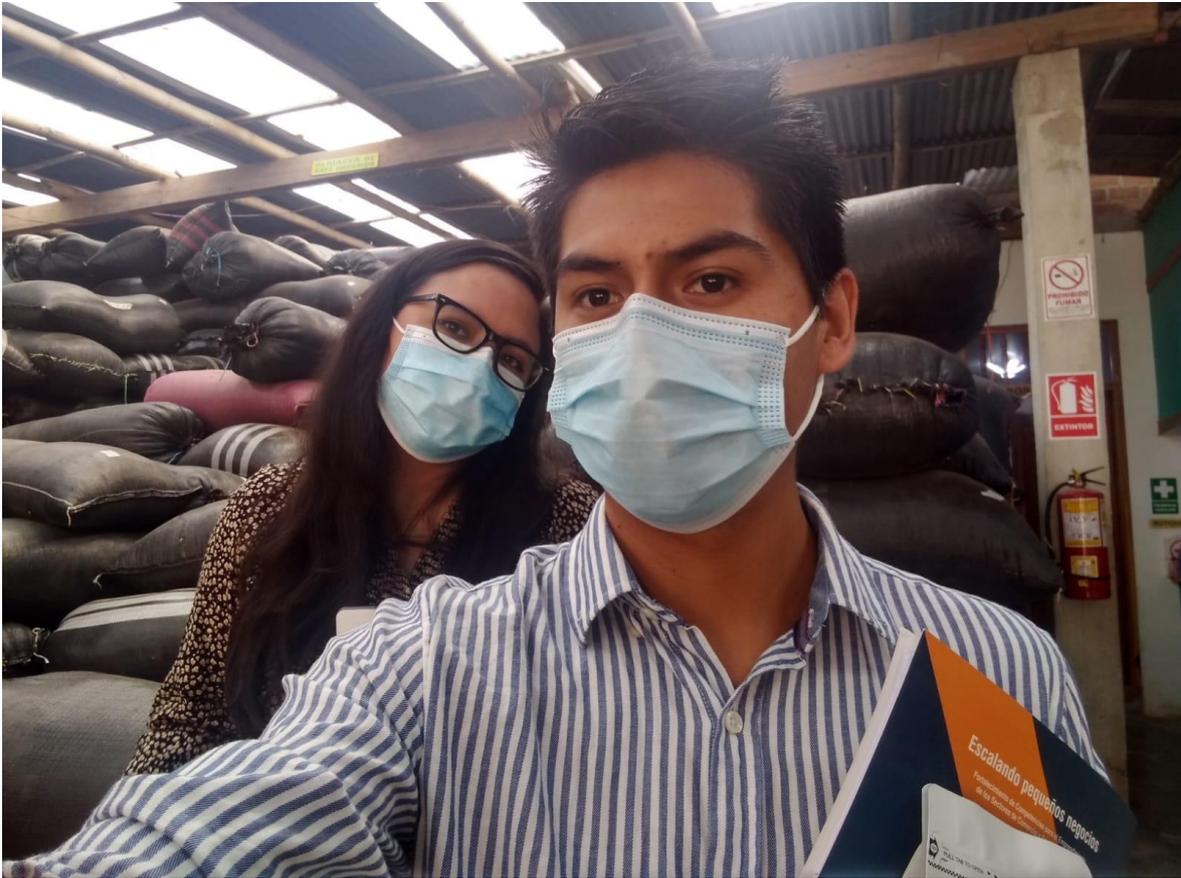
Anexo 8: máquinas de laboratorio para obtener calidad de taza del café



Anexo 9: Acopio de sacos de café pasando por balanza.



Anexo 10: Visita a cooperativa



Anexo II: Entrevista a Administrador de cooperativa



Anexo 12: Entrevista a Gerente de cooperativa

