



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“ACTIVIDADES PRIMARIAS QUE INCIDEN EN LA CADENA DE VALOR DE LA EXPORTACIÓN DE CACAO EN LA COOPERATIVA AGRARIA DE CACAO AROMÁTICO “COLPA DE LOROS” - 2016”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Alyssa Darlene La Barrera Cuadra

Asesor:

Mg. Carlos Márquez Salas

Lima - Perú

2019

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi madre quien me enseñó que el mejor conocimiento que se puede tener es el que se aprende por mismo y que incluso la tarea más grande se puede lograr si se da un paso a la vez.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia, sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas y ponerme en el camino a personas idóneas que ya las menciono líneas abajo.

Agradezco a mis padres y familia por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron. Y como olvidar a mi asesor de tesis Mg. Carlos Eliseo Marquez Salas, quien con su experiencia, paciencia, conocimiento y motivación me oriento en la investigación.

Aprovecho la oportunidad para incluir en mi agradecimiento al señor Economista Dennis Pereyra Díaz, por ser puente de mi estudio con la Cooperativa donde realice la investigación de mi tesis, en la cual estoy muy agradecida por haberme abierto las puertas y facilitarme toda la información requerida.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE ANEXOS	7
RESUMEN	608
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	133
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	6058
REFERENCIAS	6060
ANEXOS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Escala de valoración	12
Tabla 2 - Actividades primarias de logística interna y producción.....	36
Tabla 3 - Actividades primarias de logística interna y producción.....	38
Tabla 4 - Actividades primarias de logística interna y producción.....	39
Tabla 5 - Actividades primarias de logística externa	41
Tabla 6 - Actividades primarias de logística externa	43
Tabla 7 - Actividades primarias de logística externa	45
Tabla 8 - Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios.....	47
Tabla 9 - Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios.....	49
Tabla 10 - Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Grado de nivel de producción	37
Figura 2 - Nivel de calidad de producción	38
Figura 3 - Grado de valoración del producto	40
Figura 4 - Nivel de seguridad en el transporte	42
Figura 5 - Grado de nivel de almacenamiento.....	44
Figura 6 - Grado de cumplimiento en las normas o certificados de seguridad	46
Figura 7 - Nivel de tecnología para una óptima comercialización	48
Figura 8 - Cantidad de oportunidades de diversificación	49
Figura 9 - Cantidad de documentos para la exportación	51

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 - Matriz de consistencia.....	63
Anexo 2 - Lista de cotejo	65
Anexo 3 - Carta de autorización.....	68
Anexo 4 - Certificado de SENASA	69
Anexo 5 - Cacao.....	70
Anexo 6 - Transporte del cacao en grano.....	70
Anexo 7 - Trabajadores de la cooperativa	71
Anexo 8 - Fachada de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”. ..	71
Anexo 9 - Validación 1	72
Anexo 10 - Validación 2	73
Anexo 11 - Validación 3	74

RESUMEN

La cadena de valor es una herramienta propuesta por Michael Porter en su libro titulado “la ventaja competitiva” y es una poderosa herramienta de análisis para una buena planificación estratégica. En la cual participan las actividades de logística interna y producción, logística externa, comercialización y marketing, entre otras. La cadena de valor es esencialmente una forma de analizar las actividades de la empresa o cooperativa en sus partes constitutivas, buscando identificar las fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor.

En consecuencia, la presente investigación tiene como objetivo identificar aquellas actividades primarias en la cadena de valor; por ello se enfatizará en los temas de logística interna y producción, logística externa, y comercialización, marketing y servicios. Los cuales también permitirán conocer los problemas o deficiencias que tiene la Cooperativa.

La formación de una cadena de valor fortalecida en torno a los cultivos del agro exportación peruana es de gran importancia para seguir dinamizando el sector. Por ende, la presente investigación contribuirá a optimizar la cadena de valor de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”, con el fin de desarrollar la capacidad de un mejor manejo en las actividades de competencia y aumentando la creación de valor para los clientes.

Palabras Claves: Logística interna y Producción, Logística externa y Comercialización, Marketing y Servicios.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El Centro de Comercio Internacional, ITC (s/f), refiere que en el ámbito de la inteligencia comercial y de mercado, el ITC tiene como objetivo que las empresas en países en desarrollo sean más competitivas en el mercado global, logrando la aceleración del desarrollo económico y apoyando en conseguir los objetivos de desarrollo del milenio de las Naciones Unidas.

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD (2013), el fraccionamiento de los procesos de la producción y la dispersión internacional de las actividades que los componen han dado lugar a sistemas de producción sin fronteras. Siendo cadenas secuenciales o redes complejas, de alcance mundial o regional, que son conocidas comúnmente como cadenas de valor mundiales. Estas provocan un notorio doble cómputo en el comercio internacional, pues los bienes intermedios se contabilizan varias veces en las exportaciones, pero solo deberían contarse una vez como “valor añadido en el comercio”.

El innovador método de promoción de la competitividad sectorial denominado análisis de la cadena de valor, centrado en la optimización del valor de los bienes y servicios para la exportación, puede ayudar a los países en desarrollo a sacar un máximo beneficio en sus exportaciones.

Desde la perspectiva de los exportadores, dotarse de una estrategia exportadora nacional puede parecer superfluo. A los exportadores les interesará conocer los programas nacionales que brindan apoyo a sus respectivos sectores.

Los planificadores estratégicos deben atender esta preocupación “sectorial”, por dos razones. Primeramente, para que la estrategia rinda frutos, hay que ganar el apoyo de los exportadores. En segundo lugar, sin una orientación hacia un sector preciso, la estrategia no podrá ocuparse de los aspectos esenciales de la competitividad que determinan, en definitiva, el rendimiento de las exportaciones nacionales (Centro Comercial Internacional, 2003).

Según MINCETUR (2016), en cuanto a la posición comercial del cacao, se muestra un crecimiento sostenido del nivel de exportaciones a una tasa promedio anual de 43%. Asimismo, la proporción de la producción que se destina al comercio exterior aumentó significativamente del 24% en el 2010 al 60% en el 2014. Estos resultados sugieren el posicionamiento del cacao en grano en el mercado internacional como resultado de una mejor competitividad del producto.

Las principales empresas exportadoras del cacao en el país son las cooperativas y agroindustriales. Entre las principales empresas exportadoras de cacao se encuentran Amazonas Trading Perú S.A.C., Acopagro, Sumaqaq y Exportadora Romex, que concentraron más del 50% de las exportaciones de cacao en el 2013.

Por ello, podemos conocer que, en el ámbito internacional, el consumo de Cacao en grano y sus diversos derivados tiene porcentajes muy elevados, esto se debe a sus grandes y numerosos beneficios que repercuten en la salud de personas quienes han consumido y/o consumen este producto. En el país, el Cacao no está excepto de este importante consumo y comercialización a nivel mundial, pues existen evidencias de que dicho consumo continúa en crecimiento. El Perú cuenta con diversas empresas dedicadas a la exportación de Cacao en grano y sus derivados, sin embargo, también existen actividades negativas que limitan o se presentan como barreras para la comercialización internacional de este producto.

La Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”, se dedica a la producción y comercialización del cacao en grano aromático orgánico, cumpliendo con estándares de calidad en su producción y generando un valor agregado a su producto. El mercado al cual se dirigen hasta el momento, son los países europeos.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo determinar aquellas actividades primarias que inciden en la cadena de valor de la exportación del Cacao en el año 2016 en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son las actividades primarias que inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera las actividades primarias de logística interna y producción inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?

- ¿De qué manera las actividades primarias de logística externa inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?

- ¿De qué manera las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cuáles son las actividades primarias que inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera las actividades primarias de logística interna y producción inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.

- Determinar de qué manera las actividades primarias de logística externa inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.

- Determinar de qué manera las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

El nivel de incidencia de las actividades primarias de la cadena de valor en la exportación de cacao.

1.4.2. Hipótesis específicas

1.4.2.1. El nivel de incidencia de las actividades primarias de logística interna y producción de la cadena de valor en la exportación de cacao.

1.4.2.2. El nivel de incidencia de las actividades primarias de logística externa de la cadena de valor en la exportación de cacao.

1.4.2.3. El nivel de incidencia de las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios de la cadena de valor en la exportación de cacao.

Tabla 1

Escala de valoración de resultados

VALORACION DE INCIDENCIA	
Bajo	1 a 5
Medio	6 a 11
Alto	12 a 20

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Variable y Operacionalización

2.1. **Variable:** Cadena de valor.

2.2. Operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Cadena de valor	Según el Centro de Comercio Internacional (2003), la cadena de valor de cualquier producto o servicio va desde la investigación y desarrollo, pasando por el suministro de materias primas, la producción y su entrega a los compradores internacionales, hasta la eliminación y el reciclaje.	Actividades primarias de logística interna y producción	_Grado de nivel de producción
			_ Nivel de calidad de la producción
			_Grado de valoración del producto
		Actividades primarias de logística externa	_ Nivel de seguridad en el transporte
			_ Nivel de almacenamiento
			_ Grado de cumplimiento en las normas internacionales
		Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios	_ Nivel de tecnología para una óptima comercialización
			_ Cantidad de oportunidades de diversificación
			_ Cantidad de documentos para la exportación
			_ Nivel de servicio post venta

2.3. Diseño de investigación

Según el autor Santa Paella y Feliberto Martins (2010), el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada una variable. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos.

Por lo tanto, el diseño de investigación es no experimental Transversal - Descriptiva ya que se recolecta datos de una unidad de estudio la cual será la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”, para poder analizar la variable en estudio, la cual tiene un enfoque cuantitativo.

2.4. Unidad de estudio

2.4.1. Unidad de análisis cuantitativa

Esta tesis tiene como unidad de estudio a la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”, situada en la ciudad de Pucallpa - Ucayali.

2.5. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.5.1. Población

Para esta investigación se tomará como población al total de las áreas de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”.

2.5.2. Muestra (muestro o selección)

Para esta investigación se tomará como muestra a tres de las diversas áreas de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”, las cuales son producción, logística y comercialización, ya que estas áreas se tomaron en cuenta como dimensiones para esta tesis.

2.6. Técnicas e instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Se realiza como técnica para la recolección de datos, la lista de cotejo. En este instrumento existen 3 dimensiones, 9 indicadores e ítems que se aplicarán en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”. La lista de cotejo tiene como escala de valoración: (4) Incide positivamente en total medida, (3) incide positivamente, (2) incide

negativamente y (1) incide negativamente en total medida. Con ello, se determinará cuáles son las actividades primarias que inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao, según las 3 dimensiones que son: actividades primarias de logística interna y producción, actividades primarias de logística externa y, actividades primarias de comercialización, marketing y servicios.

2.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Con las investigaciones realizadas, se enfocará el estudio en analizarlas para que permita fundamentar los indicadores.

Enfoques de investigación	Métodos de contacto	Recolección de datos	Muestreo	Instrumento
Procesos	Personal, telefónico, correo electrónico	Cuantitativo	Tamaño de la muestra 33 Trabajadores	Lista de cotejo

2.8. Técnica de recolección de datos y análisis de datos

Para la recolección de análisis de datos se realizarán en tablas estadísticas que dará como resultado un total de cada dimensión y así se determine cuáles son las actividades primarias que inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”-2016.

- Fuentes Primarias: Se realizó una observación directa mediante trabajo de campo en la Cooperativa, para que de esa manera se recolecte datos.
- Fuentes Secundarias: Se recolectó información mediante fotos que se realizaron en la Cooperativa, documentos brindados, entrevista y por medio del instrumento que se expresa en tablas estadísticas.

2.8.1. Términos Básicos

2.8.1.1. Cadena de Valor

La teoría de la cadena de valor es una contribución importante para el campo de la administración. Ha sido un tema abordado por diversos autores y aplicado para diferentes fines y sectores. Asimismo, ha ido evolucionando el concepto apuntando hacia diferentes aspectos del desarrollo organizacional. Por lo que, en la actualidad, existe diversidad de aplicaciones del término, así como conceptos de uso similar.

En primera instancia, se puede indicar que la teoría de la cadena de valor se remonta al ámbito de la estrategia de competitividad empresarial. Profundizando, para comprender el enfoque en su totalidad, será necesario iniciar con la comprensión del concepto de valor para una organización.

Como definición de valor para la organización, se encontró que “el valor es la percepción de los beneficios asociados con un bien o servicio en relación con lo que los compradores están dispuestos a pagar por ellos. La decisión de comprar un bien o servicio se basa en una evaluación realizada por el cliente de los beneficios que percibió en relación con su precio; estos juicios de relación costo-beneficio son los que llevan a los clientes a una satisfacción o insatisfacción” (Collier, 2009). Por lo que, en un marco de cadena de producción, podemos inferir que el valor es lo que va añadiéndose a lo largo del proceso hasta llegar al producto final donde se espera que el cliente sea quien asigne un valor final al producto resultante de sucesivas transformaciones.

Con el concepto claro de lo que significa el valor en el marco del proceso, es posible definir la cadena de valor dentro de una organización o la que se establece en la relación entre varias organizaciones. Uno de los mayores exponentes de los temas de administración, la define como: “el conjunto de actividades de negocio discretas que se realizan dentro del marco de la empresa, llamadas actividades de valor” (Porter: 2006, 41).

Existen muchas conexiones que relacionan las distintas actividades, tanto en el interior de la empresa como con las actividades de sus proveedores, de sus canales, y en último término de sus compradores” (Porter: 2006, 43). De esta forma, la noción de cadena de valor va implicando a un número mayor de

actores, con lo que se registra la idea de la cadena de valor fuera de la organización, incluyendo a proveedores, canales, y los diversos agentes que van agregando valor al producto.

Asimismo, Iglesias (2002, 4) refiere que:

- Las organizaciones involucradas en la cadena de valor presentan metas y visión que pueden complementarse para plasmar objetivos estratégicos comunes.
- Las organizaciones que conforman la cadena de valor tienen sinergias para realizar una inteligencia cooperativa en sus diversas áreas y de esta manera aumentar la competitividad de la cadena de valor.

Según Porter, en su libro *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, la cadena de valor despliega el valor total, y consiste en las actividades de valor y del margen. Las definiciones claves son las siguientes:

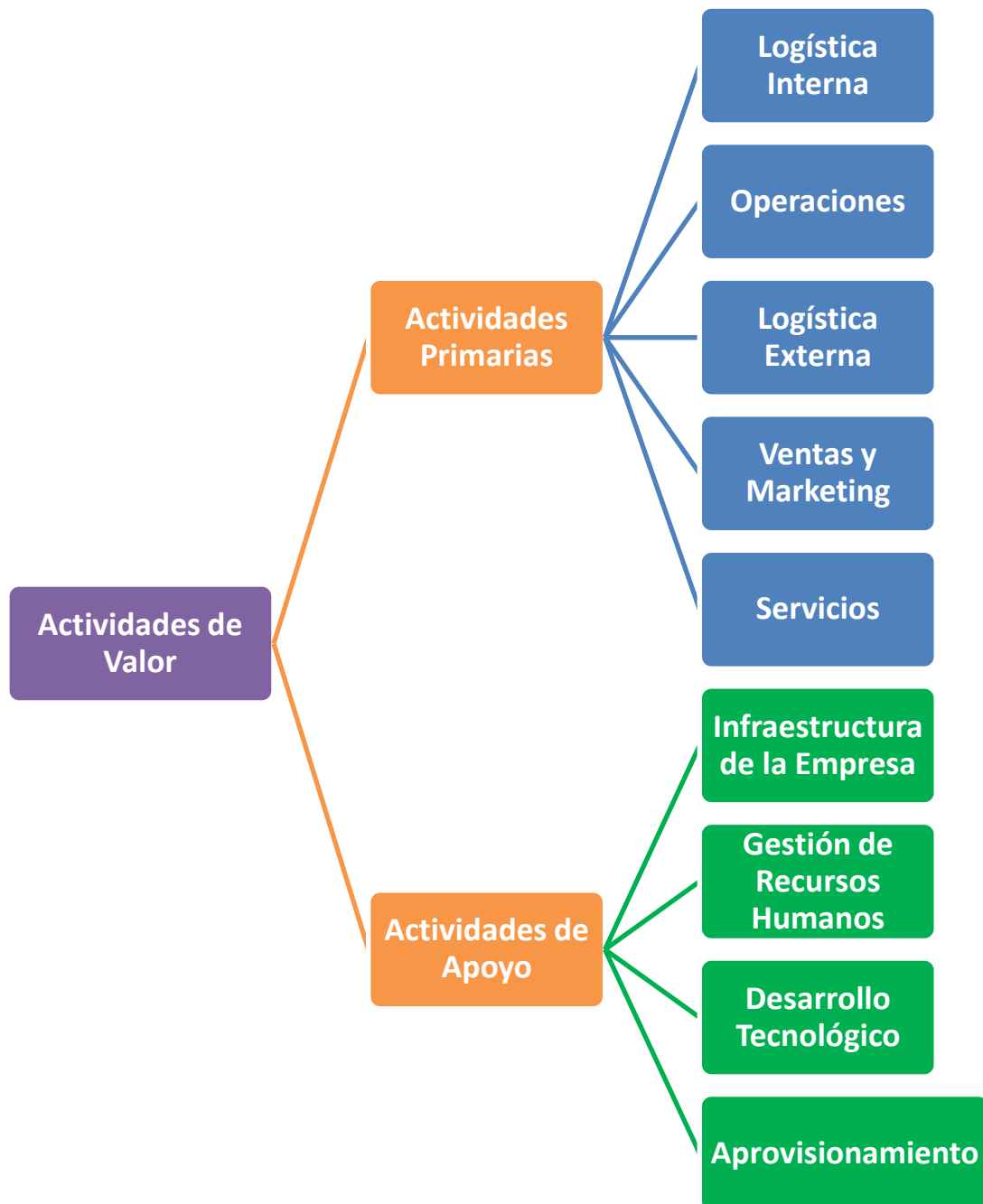
Margen: Es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.

Actividades de valor: Son las distintas actividades que realiza una empresa o corporación y se dividen en dos amplios tipos:

- **Actividades Primarias:** Las actividades primarias en la cadena de valor son las actividades implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior a la venta. Se dividen a su vez en las cinco categorías genéricas que se observan en la imagen.
 - a. **Logística interna:** Las empresas necesitan gestionar y administrar de alguna manera las actividades de recibir y almacenar las materias primas necesarias para elaborar su producto, así como la forma de distribuir los materiales. Cuanto más eficiente sea la logística interna, mayor es el valor generado en la primera actividad primaria de la cadena de valor.
 - b. **Operaciones:** Las operaciones o producción toman las materias primas desde la logística de entrada y crea el producto. Naturalmente, mientras más eficiente sea la producción de una

empresa, más dinero la empresa podrá ahorrar, proporcionando un valor agregado en el resultado final.

- c. Logística externa: Después de que el producto está terminado, la siguiente actividad de la cadena de valor es la logística de salida. Aquí es donde el producto sale del centro de la producción y se entrega a los mayoristas, distribuidores o incluso a los consumidores finales dependiendo de la empresa.
 - d. Ventas y Marketing: Aquí hay que tener cuidado con los gastos de publicidad, los cuales son una parte fundamental de las ventas o comercialización.
 - e. Servicios: Los servicios cubren muchas áreas, que van desde la administración de cualquier instalación hasta el servicio al cliente después del producto.
- Actividades de Apoyo: En la cadena de valor de Michael Porter las actividades de apoyo son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa.



Fuente: Adaptado de la cadena de valor de Michael Porter.

2.8.1.1.1. Actividades primarias de logística interna y producción

- **Grado de nivel de producción**

Los agentes principales de una cadena de valor son aquellos que participan directamente en la provisión de insumos, la reducción, el procesamiento, el transporte y la comercialización, y, por lo tanto, se trata de las empresas que

forman parte de los eslabones. Los proveedores públicos y privados de servicios apoyan el funcionamiento de la cadena, incluyendo el embalaje y la manipulación, la certificación y el apoyo financiero, en la medida que tales actividades no sean llevadas a cabo por los actores propios de las cadenas.

Así mismo los organismos gubernamentales, las asociaciones industriales y las organizaciones internacionales, entre otras entidades, realizan actividades de apoyo y soporte e intervenciones para fortalecer la cadena de valor. Estas acciones pueden incluir, por ejemplo, el desarrollo de capacitaciones específicas en cuanto a la producción y el manejo de estándares internacionales de calidad, el suministro de información sobre los mercados y el asesoramiento en materia de planificación de negocios.

Estos actores despliegan sus acciones en un contexto institucional que incorpora el marco regulatorio, las políticas nacionales, los regímenes comerciales, las intervenciones en el mercado, la infraestructura del territorio y las fuentes de información disponibles, lo que hace que influyan significativamente en el desempeño de las cadenas de valor (Kosakoff y López, 2008).

Según MINCETUR (2017), para exportar alimentos (productos agrícolas y agroindustriales) a la Unión Europea es necesario que la autoridad nacional se encuentre reconocida por la autoridad europea. Para el caso peruano, las autoridades sanitarias son reconocidas (SENASA y DIGESA). Incluso, una de estas entidades es la encargada de emitir los certificados sanitarios necesarios para la entrada de los productos al mercado europeo.

Por otro lado, los establecimientos productores de alimentos registrados por la autoridad competente (SENASA y DIGESA) no requieren estar incluidos en una lista europea de establecimientos aprobados. Solo se requiere que sean reconocidos y registrados por la autoridad del tercer país (país europeo importador), que sean aceptados por los importadores de alimentos de la UE, y que cumplan con las siguientes exigencias:

- Cumplimiento de las normas de higiene alimentaria
- Cumplimiento del control microbiológico

En cuanto a los estándares de empaque, debe destacarse que el cacao deberá ser comercializado en envases que aseguren la protección del producto contra la acción de agentes externos que puedan alterar sus características químicas o físicas; resistir las condiciones de manejo, transporte y almacenamiento (MINAGRI, 2016).

Según PROMPERU (2016), en el etiquetado los productos comercializados en la UE deben respetar los requisitos de etiquetado de la UE, previstos para:

- Proteger la salud, seguridad e intereses de los consumidores
- Proporcionar información sobre el producto: contenido, composición, uso seguro y precauciones especiales, etc.

- **Nivel de calidad de la producción**

Una mayor participación de las empresas locales en cadenas de valor nacionales, regionales y globales, posibilita aumentar su productividad y escalar su contribución en la actual división internacional del trabajo de la economía mundial (Kosakoff y López, 2008).

Uno de los aspectos más importantes que afecta la comercialización internacional de los productos agrícolas es la calidad, un componente importante para crear competitividad en una economía globalizada.

En la cadena del cacao todas las actividades de producción, manejo y procesamiento de cacao afectan el desarrollo de la calidad y del sabor. El desarrollo del sabor del cacao es influenciado por la composición genética del grano (potencial genético de sabor), las condiciones previas a la cosecha que repercuten sobre la incidencia de plagas y enfermedades, el proceso de post cosecha (fermentación y secado), y la manufactura (tostado, molienda y conchado, etc.).

La tarea principal de los productores es garantizar una producción de buena calidad por medio de un buen control del cacaotal (incluyendo control de plagas y enfermedades), así como de buenas prácticas de manejo en cosecha y post cosecha (MINAGRI, 2016).

La ordenanza modelo de las Normas Internacionales para los granos de cacao define que el cacao de calidad comercial debe ser: a) fermentado, completamente seco, sin granos grumosos, libre de olores extraños, y libre de cualquier evidencia de adulteración; b) razonablemente uniforme en tamaño, razonablemente libre de granos rotos, fragmentos y piezas de concha (FAO/OMS 1969).

Según NORMAS ISO (s/f), la implantación de una ISO 9001, es una estrategia de diferenciación de una empresa respecto a las demás y aventajar a la competencia en un mercado competitivo, demostrando que la gestión de la empresa se rige por los estándares de calidad que incorpora Norma ISO 9001.

Sus beneficios son los siguientes:

- Eficiencia en los procesos o actividades de la empresa (Mejora de costes).
- Mejora sustancial en la satisfacción del cliente.
- Herramienta de comunicación para mejora de la imagen de la empresa/marca.
- Aumento del acceso al mercado, sin límites de fronteras.
- Mejora de la comunicación interna, satisfacción de los trabajadores.

Según el Diario Del Exportador (s/f), actualmente la clave del éxito para las empresas, especialmente las que se dedican a la exportación, se encuentra en la diferenciación y competitividad. Las certificaciones internacionales son una alternativa cada vez más utilizada por las empresas, con la mejorar la productividad, conquistar mercados y generar confianza entre los clientes.

Entre ellas tenemos:

- **EU Ecolabel:** Es reconocida en toda Europa, una etiqueta ecológica voluntaria para promover la excelencia medioambiental.
- **Fairtrade International:** El sello de certificación de Comercio Justo FAIRTRADE significa que los productores y comerciantes han cumplido con sus criterios, los cuales están destinados a corregir el

desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio internacional.

- **Global G.A.P:** Ha sido desarrollada por los principales minoristas y cadenas de supermercados en Europa con el fin de establecer normas de Buenas Prácticas Agrícolas para las empresas de producción y de procesamiento de alimentos.
- **IFS – International Food Standard:** La Norma Internacional para los Alimentos, (IFS por sus siglas en inglés) se ha desarrollado para todo tipo de distribuidor (todos los tamaños de empresas y comercios) y para los mayoristas con actividades similares. Todos ellos tienen que garantizar la seguridad de su marca “propia” en los productos que venden.
- **ISO 9001:** Esta certificación provee las exigencias con las que un sistema de calidad tiene que cumplir, pero no dicta cómo se las debe alcanzar. Esto deja una gran posibilidad y flexibilidad para poner en práctica el sistema de calidad en los distintos sectores perteneciendo a diferentes culturas comerciales y nacionales.
- **ISO 14001:** Esta certificación proporciona exigencias para un sistema de gestión ambiental.
- **ISO 22000:** Esta certificación asegura a la totalidad de la cadena de suministro de alimentos. Esta normativa se genera en respuesta al aumento de enfermedades por contaminación alimenticia y a la creación de numerosas certificaciones nacionales y privadas, situación que genera cierta confusión.
- **Kosher:** El certificado Kosher certifica que los alimentos puedan ser consumidos por un mercado con un gran crecimiento que incluye además personas de distintas religiones (musulmanes, budistas, etc.) a nivel mundial.
- **Naturland:** Es una certificación que promueve la agricultura orgánica en todo el mundo.
- **RAS:** La Red de Agricultura Sostenible desarrolla y ejecuta normas sociales y medioambientales aplicables a productos de la silvicultura y de la agricultura tropical.

- **USDA Organic Certification:** Certifica que sigue con las normas internacionales para productos orgánicos, emitido por la USDA (United States Department of Agriculture).
- **Veriflora:** Es una certificación en agricultura sustentable y un programa de etiqueta ecológica, reconocido como el estándar de oro en las industrias de floricultura y horticultura.

- **Grado de valoración del producto**

La competitividad de los componentes de la cadena está vinculada no solamente a la búsqueda permanente de eficiencia operativa, sino también a la continua evolución de sus productos. Esta última es esencial para mantener la diferenciación de los productos, atender las constantes y crecientes solicitudes de los clientes, anticiparlas y en algunos casos crear nuevas necesidades.

Es por ello que es fundamental que se den las condiciones necesarias para que los agentes económicos sigan tomando medidas con fines de innovación de producto y fortalecerlas (Kosakoff y López, 2008).

Es importante resaltar el estancamiento que existe en las exportaciones de los productos derivados del cacao, como son la pasta de cacao, la manteca de cacao en polvo y el chocolate de cacao, que tienen un mayor valor agregado, de estos el que más exporta es la manteca de cacao.

Las exportaciones de cacao con valor agregado han aumentado, aunque a una menor tasa de crecimiento, alcanzado su volumen más importante en el 2014 (31,3 mil toneladas). En tanto, las exportaciones de cacao en grano han ganado un mayor dinamismo. (MNAGRI, 2016).

2.8.1.1.2. Actividades primarias de logística externa

- **Nivel de seguridad en el transporte**

En el proceso de distribución se deben tener en cuenta los servicios de transporte por que se utilizan para recoger los productos en las instalaciones de las empresas que integran la cadena, así como los servicios de transporte internacional que los trasladan a su destino final.

El transporte por carretera no solo es importante como elemento del proceso de distribución, sino que también ofrece posibilidades de incorporación de las pymes a la prestación de servicios de apoyo. Los niveles de eficiencia y de precios de estos servicios se consideran accesibles, lo que facilita el cumplimiento de los plazos para el transporte de carga.

La estrategia sobre seguridad en la cadena logística debe estar destinada a realzar la eficiencia de los procesos de transporte, dar seguimiento a la aplicación de las disposiciones sobre tránsito internacional de mercancías y establecer operadores económicos autorizados. Es decir, definir políticas integrales basadas en criterios de seguridad nacional, logística y facilitación del comercio (Kosakoff y López, 2008).

Según Full Avante News (2018), en los tipos de contenedores existen dos tipos de medidas iniciales para los contenedores básicos, algunos de 20' de largo y otros de 40'. Sin embargo, al pasar los años estas cajas para transporte multimodal de carga se han desarrollado y han variado su forma y tamaños de acuerdo al tipo de carga para la que se utilizan.

A continuación, veremos algunos de los contenedores que se pueden encontrar en la industria marítima y el transporte multimodal:

- Contenedor “High Cube”: Son contenedores de 40' y una altura de 9.6' y son utilizados para productos ligeros, pero a granel.
- Contenedor de granel: Normalmente son de 20' para cargar bienes al granel como alimentos secos, especies, o granos. Este contenedor debe tener escotillas en el techo para ser cargado desde arriba. Debe tener también una manta interna, usualmente hecha de plástico.
- Contenedores refrigerados (Reefer): Contenedores de 20' y 40' equipados con una unidad de refrigeración la cual va conectada a un enchufe eléctrico en el barco o en la terminal portuaria. Algunos contenedores refrigerados tienen su propio set generador a diésel.

La principal carga que se transporta son bienes que deben estar a una temperatura constante o bajo cero en todo el trayecto.

- **Grado de nivel de almacenamiento**

La última etapa de este eslabón consiste en el almacenamiento. La mercadería a almacenar debe estar libre de daños o defectos y los recipientes que lo contengan deben estar bien ventilados y ser lo suficientemente resistentes para soportar el apilado. En general, unas prácticas adecuadas de almacenamiento incluyen el control de la temperatura, de la humedad relativa, de la circulación del aire y del espacio entre las cajas para una ventilación adecuada, así como evitar una mezcla de mercadería incompatible.

En la cadena se pueden utilizar tres medios de transporte: aéreo, marítimo y terrestre; dependiendo del país de destino. Los productos se pueden transportar refrigerados o congelados. En esta etapa también se aplican distintos tipos de embalajes, características y exigencias, que dependen del tipo de producto.

Las exportaciones a los Estados Unidos; por ejemplo, se realizan principalmente por vía marítima y, en segundo lugar, por vía aérea. Los principales puertos de destino son Miami y Everglades en el estado de Florida; Newark en el noreste, y Long Beach y Los Ángeles, en el sur de California. El transporte a Europa también es fundamentalmente por vía marítima, y los principales puertos de destino son Rotterdam en los Países Bajos y Hamburgo en Alemania (Kosakoff y López, 2008).

Según Aguilar (2017), al realizar las actividades de almacenamiento, se deben aplicar las siguientes buenas prácticas para no contaminar el grano de cacao:

- La bodega para almacenar los sacos con cacao debe ser un local de uso exclusivo, techado sin goteras, iluminado y ventilado, piso de cemento y paredes repelladas para evitar la concentración de la humedad. La instalación se debe mantener limpia y aislada de productos que emanen olores fuertes como pesticidas, humo, servicios higiénicos, kerosene, etc.
- El almacén debe contar con un instrumento para registrar la temperatura y humedad relativa del aire para asegurar que esta se encuentre entre 24.0 a 27.0 °C y por debajo del 65% respectivamente, para evitar la reabsorción de humedad por el grano seco.

- El movimiento de los sacos no debe ser violento, sino de forma cuidadosa. Arrojar y tirar los sacos provoca la ruptura de los granos en el interior, lo que facilita la entrada de microorganismos.
- En el almacén los sacos no deben colocarse directamente en el piso, sino sobre una tarima o pallet de madera. En cada estiba se colocan los sacos de forma ordenada y en equilibrio con un máximo de altura de seis sacos, puesto que peso excesivo sobre los sacos inferiores puede quebrar los granos. Las estibas deben estar separadas entre si y entre las paredes, a una distancia mínima de 50cm para facilitar la aireación y el libre tránsito e inspección. Cada lote debe estar separado e identificado.

- **Grado de cumplimiento en las normas de seguridad nacionales e internacionales**

La implementación de sistemas de cumplimiento de los requisitos de normas internacionales garantiza la adopción de importantes medidas de gestión. La certificación de la implementación del sistema conforme a un estándar internacional otorga a las empresas reconocimiento también internacional de su desempeño, que pudiera ser aceptado por sus clientes.

La puesta en marcha de medidas acordes con las normas internacionales incrementaría la eficiencia de los agentes económicos. Además, la correspondiente certificación de esta implementación facilitaría el reconocimiento internacional del satisfactorio cumplimiento de las normas de la ISO.

En la cadena de valor y el medio ambiente hay un elemento clave para el diseño de estrategias para su manejo: La evaluación de interacciones ambientales. A su vez, la gestión de estas interacciones permite a los agentes económicos desarrollar sus actividades en forma sostenible y con muchas de ventajas competitivas (Kosakoff y López, 2008).

Según SUNAFIL (s/f), la Seguridad y Salud en el Trabajo es uno de los aspectos más importantes en la actividad laboral, entendida como conjunto de elementos interrelacionados que tienen como objeto establecer una política de seguridad y salud en el centro trabajo, promoviendo una cultura de

prevención de riesgos, a fin de evitar la ocurrencia de incidentes, accidentes y enfermedades ocupacionales a partir de la mejora de las condiciones de trabajo en la actividad, con el propósito de salvaguardar la seguridad y salud de los empleadores y trabajadores.

Las principales normas legales y reglamentarias son:

- Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo N° 29783.
- Decreto Supremo N° 005-2012-TR. Reglamento de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo del 24-04-2012
- Ley N° 30222 que modifica la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo N° 29783.
- Decreto Supremo N° 006-2014-TR, Reglamento de la Ley N° 30222.
- Decreto Supremo N° 010-2014-TR, aprueban normas complementarias para la adecuada aplicación de la única disposición complementaria transitoria de la Ley N° 30222. Ley que modifica la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo del 19-09-2014.
- Decreto Supremo N° 012-2014-TR, que aprueba el registro único de información sobre accidentes de trabajo, incidentes peligrosos y enfermedades ocupacionales.
- Resolución Ministerial N° 148-2012-TR, guía para el proceso de elección de los representantes de los trabajadores ante el comité.
- Decreto Supremo N° 014-2013-TR, Registro de Auditores Autorizados para la Evaluación Periódica del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Resolución Ministerial N° 374-2008-TR, aprueba listado de agentes físicos, químicos, biológicos, disergonómicos y psicosociales que afectan a la madre gestante, feto o al embrión.
- Resolución Ministerial N° 375-2008-TR, aprueba norma básica de ergonomía y procedimiento de evaluación de riesgo disergonómico.
- Resolución Ministerial N° 050-2013-TR, aprueba formatos referenciales que contemplan la información mínima que deben contener los registros obligatorios del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Resolución Ministerial N° 082-2013-TR, aprueba el sistema simplificado de registros del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para Mypes.

Según el Diario Del Exportador (s/f), las certificaciones sobre responsabilidad social son iniciativas que buscan defender no sólo los derechos de los trabajadores, sino también de su entorno (comunidad).

Entre ellas están las siguientes:

- **Fair For Life:** la certificación es desarrollada por la Bio-Foundation Suiza, garantiza para los agricultores, recolectores y trabajadores en la producción primaria y, a lo largo de la cadena del suministro, buenas condiciones de trabajo, ingresos justos, y comercio saludable.
- **O.H. S.A.S – Occupational Health & Safety Advimore Services:** esta certificación es la evaluación del sistema de gestión de la salud y seguridad laboral, que tiene el mayor reconocimiento a nivel mundial.

2.8.1.1.3. Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios

- **Nivel de tecnología para una óptima comercialización**

Capacitar a los productores en materia de desarrollo y gestión empresarial con apoyo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, teniendo en cuenta la capacitación constante para crear y fortalecer competencias a los actores que forman parte de los eslabones de producción, procesamiento y comercialización. Fortalecer las cooperativas considerando la gestión empresarial y el fomento del uso de tecnologías de la información y la comunicación para contribuir a la planificación económica de la producción. Y, crear servicios móviles que apoyen las actividades de los productores enviándoles información, datos específicos de acuerdo al mercado en que se desarrollan (Kosakoff y López, 2008).

- **Cantidad de oportunidades de diversificación**

La diversificación basada en la innovación y el desarrollo de nuevos productos tendría efectos económicos positivos e influiría favorablemente en la generación de empleo.

Para el cumplimiento de los objetivos se debe apoyar en temas específicos, en ellos destacan la inyección financiera y el apoyo a la innovación tecnológica; tales como incorporar medidas horizontales destinadas al desarrollo de infraestructura, el fortalecimiento de las cadenas productivas y la diversificación de las exportaciones con mayor valor agregado. A través de programas tecnológicos, programas centrados en sectores líderes y programas de competitividad industrial (Kosakoff y López, 2008).

- **Cantidad de documentos para la exportación**

Una de los aspectos más prioritarios del transporte internacional son los relacionados con los trámites aduaneros y pasos de frontera. En relación con los trámites, se destaca la importancia de la eficiencia relacionada a los plazos, la burocracia elevada y la capacidad de tramitación, etc.

Una estrategia que ayudaría en la aplicación de los procedimientos y documentación serían manual Únicos de Operaciones, con el fin de evitar la discrecionalidad, es decir unificar los criterios y trámites aduaneros, y aumentar la credibilidad y transparencia mediante la difusión de información sobre realización de trámites y documentos requeridos (Kosakoff y López, 2008).

Según PROMPERU (2016), en el comercio internacional existe una gran diversidad de documentos, cada uno de ellos tiene un uso y una aplicación que es evidencia de cada fase del proceso comercial logístico. Los documentos son requeridos por los gobiernos (aduanas y organizaciones reguladoras), por la empresa (diversas áreas de la organización, los accionistas) y los proveedores.

- Documentos Emitidos por el Exportador: Cotización comercial, factura proforma, contrato de compra - venta internacional, factura comercial, packing list, guía de remisión, instrucciones de embarque, carta de temperatura, ficha técnica y carta de responsabilidad.
- Documentos Emitidos por el Agente de Aduana: Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) – Formato de Declaración Única de Aduanas (DUA), Declaración Simplificada (DSE) y Declaración de Exporta Fácil (DEF).

- Documentos Emitidos por Empresas de Transporte: Los contratos de transporte y los Incoterms 2010, documentos para el transporte (terrestre, aéreo y marítimo), aviso de llegada y booking note.
- Documentos Emitidos por el Terminal: Ticket balanza, nota de tarja, inspección previa al viaje y reporte intercambio de equipo.
- Documentos Emitidos por el Seguro: Póliza de seguro.
- Documentos Emitidos por el Banco: Carta de crédito, solicitud de carta de crédito, cobranza documentaria, transferencias SWIFT.
- Documentos Emitidos por Instituciones: Certificado de origen, certificado sanitario, certificado fitosanitario, certificado zoosanitario y certificado para productos hidrobiológicos.

Los Costos de una Documentación Mal Preparada: El Centro de Comercio Internacional en su Manual de Capacitación de Documentos de Exportación señala *“Hay muchas pruebas de las consecuencias de unos documentos mal preparados. Los costos para los afectados ascienden a millones de dólares todos los años. Con mucha frecuencia, esos costos acaban siendo pagados por el exportador.*

Los costos son de tres tipos principales:

- *El costo de los intereses que deben pagar los exportadores como consecuencia de demoras en la recepción de los pagos.*
- *Los costos de eliminar un problema: cuentas de teléfono, gastos de mensajería para enviar documentos sustitutos, gastos bancarios de la modificación de documentación como las cartas de crédito y, posiblemente, la pérdida de la cobertura de seguro del crédito.*
- *Quizá lo más grave, pero también lo más difícil de cuantificar, sea el costo para las relaciones entre el exportador y el cliente. Con frecuencia, un nuevo cliente se disgustará tanto por una mala documentación y por los problemas que plantea, que se mostrará reacio a seguir realizando transacciones con el exportador de que se trate”.*

- **Nivel de Servicio Post Venta**

Según Fuerza Comercial (2017), el servicio post venta se ha convertido en un factor clave para incrementar la fidelidad y retención de clientes en un tiempo caracterizado, precisamente, por la infidelidad de éstos.

Llegar al éxito de garantizar la compra reiterada de los clientes, conlleva manejar algunas métricas de marketing, una de las cuales es el Coste de Adquisición de Cliente (CAC), un KPI con un papel protagonista en la rentabilidad de la empresa/marca y en el que influye directamente la inversión derivada de la retención de clientes.

La comercialización de productos y servicios suele conllevar la obligación de ofrecer un servicio post venta, que tiene una gran relevancia para mantener a los clientes. Hacer una llamada a los clientes luego de la entrega del producto, ofrecer asesoramiento, ofrecer regalos o descuentos sorpresa, crear una app para los clientes, proporcionar un servicio de atención al cliente sobresaliente; son algunas de las ideas para mantener a los clientes actuales y también conseguir nuevos clientes (Integria, 2018).

2.8.1.2. Exportación

La exportación es el intercambio legal de productos o servicios con el fin de satisfacer las necesidades de los países extranjeros, ya que algunos no cuentan con dichos productos o servicios. Existe dos tipos de exportación: la definitiva y se define que es la salida del producto o servicio del país exportador hacia el extranjero y es por tiempo ilimitado. Y la temporal que se define como la salida de los productos o servicios del país exportador hacia el extranjero con tiempo limitado ya que se encuentran con una finalidad (Bahamonde, 2015).

Formas de exportar

Según el Diario Del Exportador (2016), las formas de exportar son:

- **Exportación indirecta:** La exportación indirecta consiste en la encomienda de la actividad exportadora a un intermediario (persona física o moral) que puede estar localizado, ya sea en el propio país de exportación o en el extranjero.

- Ventajas de la exportación indirecta:
 - Ahorro de tiempo en trámites y localización de oficinas y puntos de venta.
 - Los costos de la inversión inicial se reducen considerablemente.
 - En algunos casos se reducen los riesgos para la empresa exportadora.
 - La empresa no aumenta su estructura organizacional.
 - No se requiere la especialización de la empresa en ámbitos legales y fiscales.

- Desventajas de la exportación indirecta:
 - Nivel de control de la actividad exportadora bajo o nulo.
 - Dependencia hacia terceros.
 - El porcentaje de utilidad es menor.
 - No existe relación con los clientes.
 - No se brinda servicio post venta directo, sólo mediante terceros.

- **Exportación directa:** La exportación directa se refiere a canales de comercialización mediante los cuales la empresa que está exportando entra directamente en contacto con el mercado del país al que dirige sus exportaciones.
 - Ventajas de la exportación directa:
 - El porcentaje de utilidad es mayor.
 - El manejo de las operaciones lo realiza la propia empresa.
 - Conocimiento del mercado y seguimiento de la cartera de clientes.
 - Relación directa con los clientes en el mercado meta.
 - Prestación directa de servicio post venta por parte de la empresa.

 - Desventaja de la exportación indirecta:

- Se necesita una inversión considerable para infraestructura (oficinas y espacio de comercialización).
- Cobertura excesiva de puntos de venta.
- Pago de costos fijos para cubrir las operaciones de exportación.
- Se deben considerar costos de seguridad social para empleados y demás prestaciones estipuladas en la legislación del país.
- Actualización constante en el sistema fiscal de cada país.

Ventajas y desventajas de la exportación:

Según el Diario Del Exportador (2016), menciona las ventajas y desventajas que se puede obtener mediante una exportación.

- **Ventajas de una exportación:**

- Diversificar el riesgo: no depende solamente del mercado nacional.
- Ampliar facturación.
- Nuevos mercados, nuevas oportunidades y nuevos retos.
- Mejorar imagen de la marca tanto de la empresa o cooperativa y del producto.
- Globalización de la marca.
- Incremento de clientes potenciales al comenzar a exportar.

- **Desventajas de una exportación:**

- Modificar el producto, el envase o su presentación.
- Logística y adaptarse a nuevos canales de distribución.
- Obtener nuevas certificaciones especiales de calidad.
- Tiempo y dedicación para estudiar y conocer el mercado objetivo.
- Solicitar apoyo financiero.
- Crear nuevos productos para adaptarse a nuevos mercados.

Estrategias de exportación:

Según Bretau (2014), las opciones de estrategias de exportación son:

- **Marca propia:** Elegir por exportar una propia marca o una nueva con la que se pueda identificar en el nuevo país objetivo es sin duda la decisión más arriesgada a nivel económico, pero a la vez, la que mayor imagen de marca va a reportar en el futuro.
- **Franquicia:** Crear un sistema de franquicia para aprovechar una estructura existente y el conocimiento del mercado por parte del franquiciado para reducir los costes de penetración en el nuevo país. Con ello se reduce el riesgo a la vez que se sigue cuidando la imagen de marca y controlando ciertos patrones asociados con el punto de venta o los valores que transmite la empresa o cooperativa al cliente final.
- **Marca blanca:** Vender directamente el producto a un distribuidor y que éste se encargue del resto del proceso incrementa en mayor volumen el número de ventas a costa de reducir ostensiblemente el margen obtenido por ellas.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Base de datos:

La lista de cotejo fue aplicada mediante una entrevista al gerente general que fue posteriormente cotejado con el recorrido en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”.

Gerente General: Ing. Ernesto M. Parra y Guerra.

Tabulación de lista de cotejo:

Se realizó lista de cotejo, la cual se aplicó a la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”. Para la tabulación de dicha lista de cotejo se utilizaron cuadros y gráficos en Excel, los cuales se muestran a continuación.

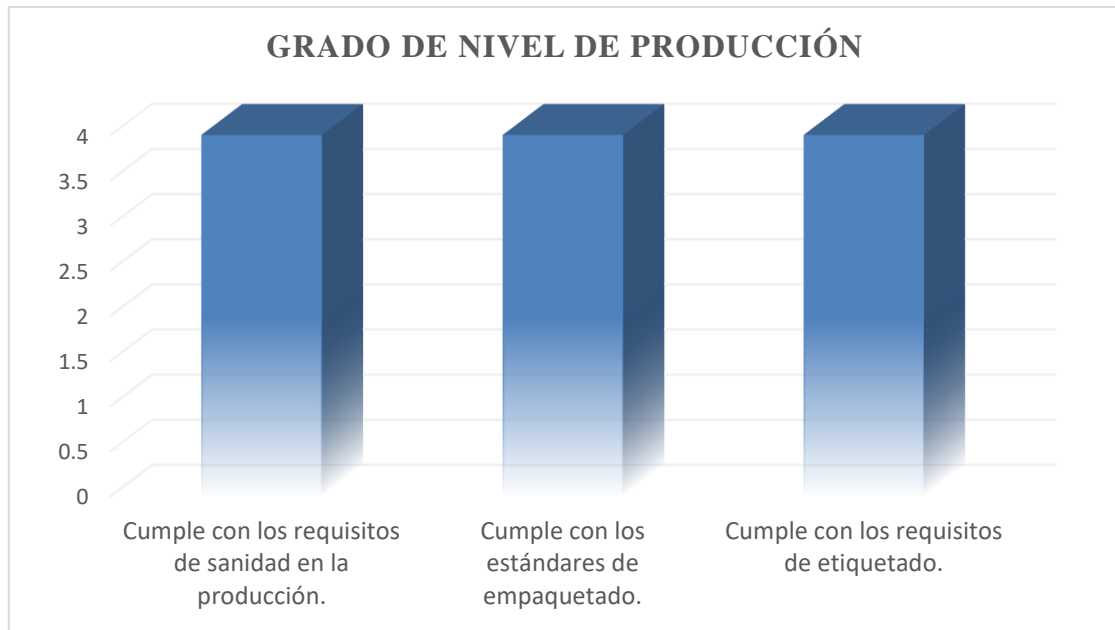
VALORACION DE INCIDENCIA	
Bajo	1 a 5
Medio	6 a 11
Alto	12 a 20

Tabla 2

Actividades primarias de logística interna y producción

Grado de Nivel de Producción	Valoración	Porcentaje (%)
Cumple con los requisitos de sanidad en la producción.	4	33.33
Cumple con los estándares de empaquetado.	4	33.33
Cumple con los requisitos de etiquetado.	4	33.33
TOTAL	12	100

Figura 1: Grado de nivel de producción



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

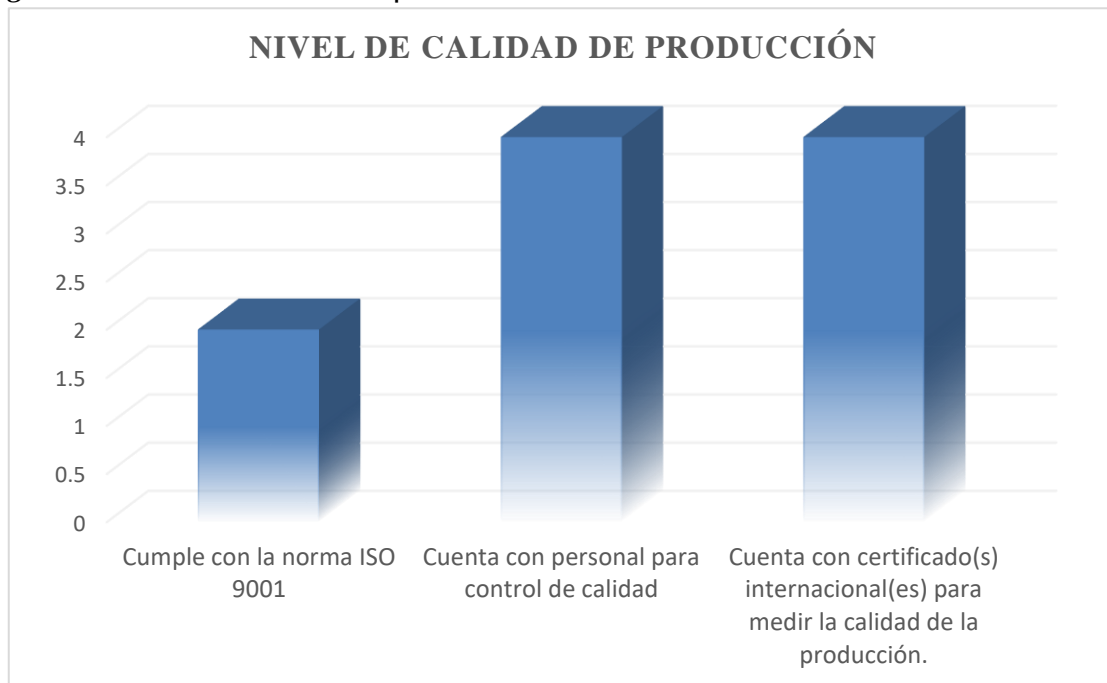
En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de logística interna y producción, su valoración de incidencia es “alta” con un resultado total de 12 en el grado de nivel de producción; esto es porque se ha mantenido eficientemente el grado de nivel de producción del cacao, ya que cumple con todos los requisitos de sanidad, los estándares de empaquetado y los requisitos de etiquetado (éstos son establecidos por el cliente).

Tabla 3

Actividades primarias de logística interna y producción

Nivel de Calidad de Producción	Valoración	Porcentaje (%)
Cumple con la norma ISO 9001.	2	20.00
Cuenta con personal para control de calidad.	4	40.00
Cuenta con certificado(s) internacional(es) para medir la calidad de la producción.	4	40.00
TOTAL	10	100

Figura 2: Nivel de calidad de producción



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

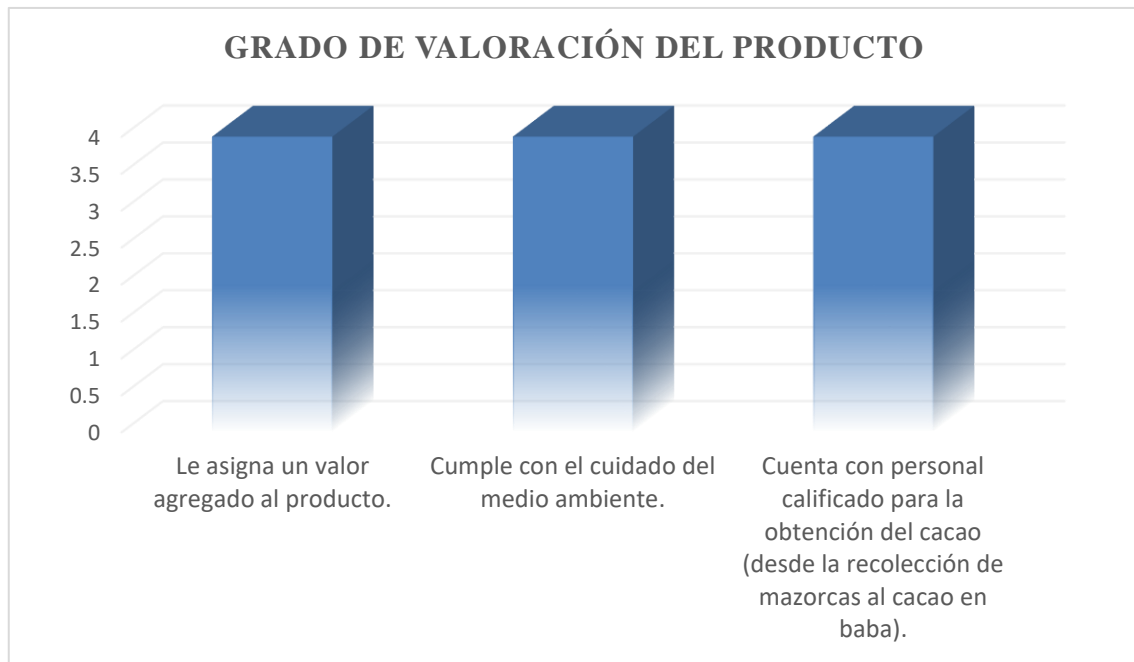
En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de logística interna y producción, su valoración de incidencia es “media” con un resultado total de 10 en el nivel de calidad de producción; esto se debe a que cuenta con personal para control de calidad capacitado y cuenta con certificados internacionales como el Fairtrade y USDA Organic Certification. Sin embargo, la Cooperativa no cuenta con la norma ISO 9001, pues sus normas y certificaciones son según lo requieran y/o establezcan sus clientes.

Tabla 4

Actividades primarias de logística interna y producción

Grado de Valoración del Producto	Valoración	Porcentaje (%)
Le asigna un valor agregado al producto.	4	33.33
Cumple con el cuidado del medio ambiente.	4	33.33
Cuenta con personal calificado para la obtención del cacao (desde la recolección de mazorcas al cacao en baba).	4	33.33
TOTAL	12	100

Figura 3: Grado de valoración del producto



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

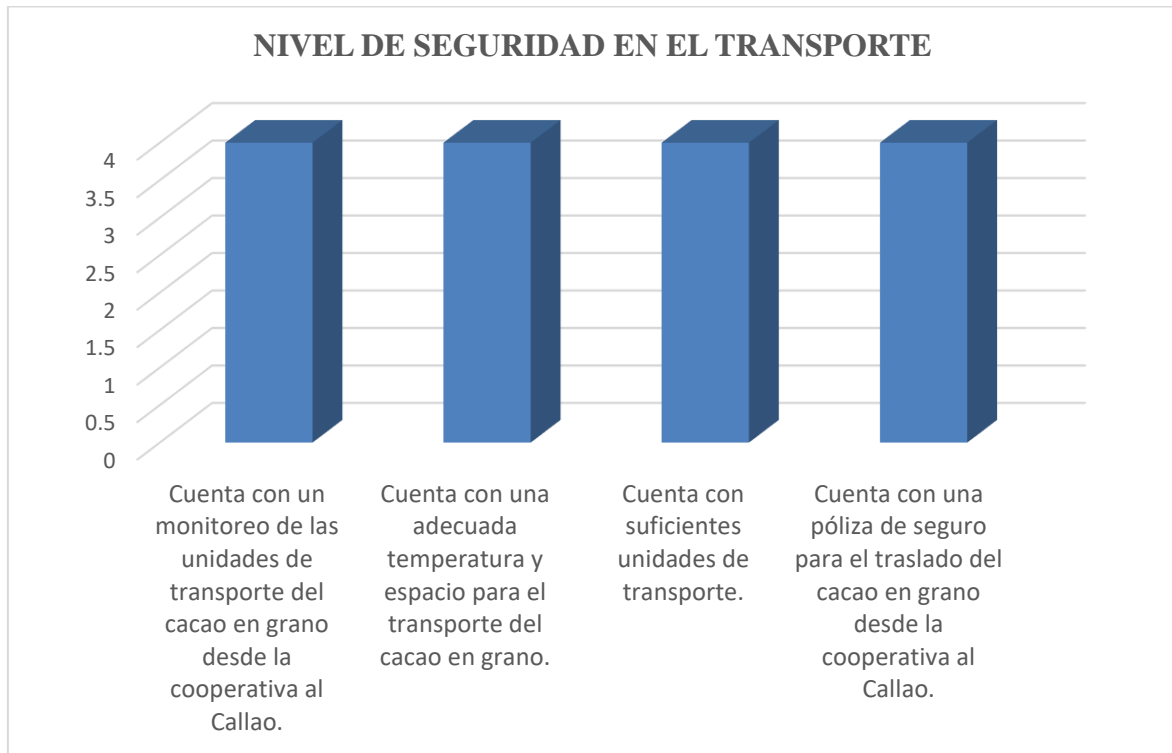
En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de logística interna y producción, su valoración de incidencia es “alta” con un resultado total de 12 en el grado de valoración del producto; ya que trabaja diferenciándose a la competencia al producir cacao en grano aromático orgánico y al manejar un eficiente proceso de calidad desde la producción hasta la embarcación.

Tabla 5

Actividades primarias de logística externa

Nivel de Seguridad en el Transporte	Valoración	Porcentaje (%)
Cuenta con un monitoreo de las unidades de transporte del cacao en grano desde la cooperativa al Callao.	4	25.00
Cuenta con una adecuada temperatura y espacio adecuado para el transporte del cacao en grano.	4	25.00
Cuenta con suficientes unidades de transporte.	4	25.00
Cuenta con una póliza de seguro para el traslado del cacao en grano desde la cooperativa al Callao.	4	25.00
TOTAL	16	100

Figura 4: Nivel de seguridad en el transporte



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

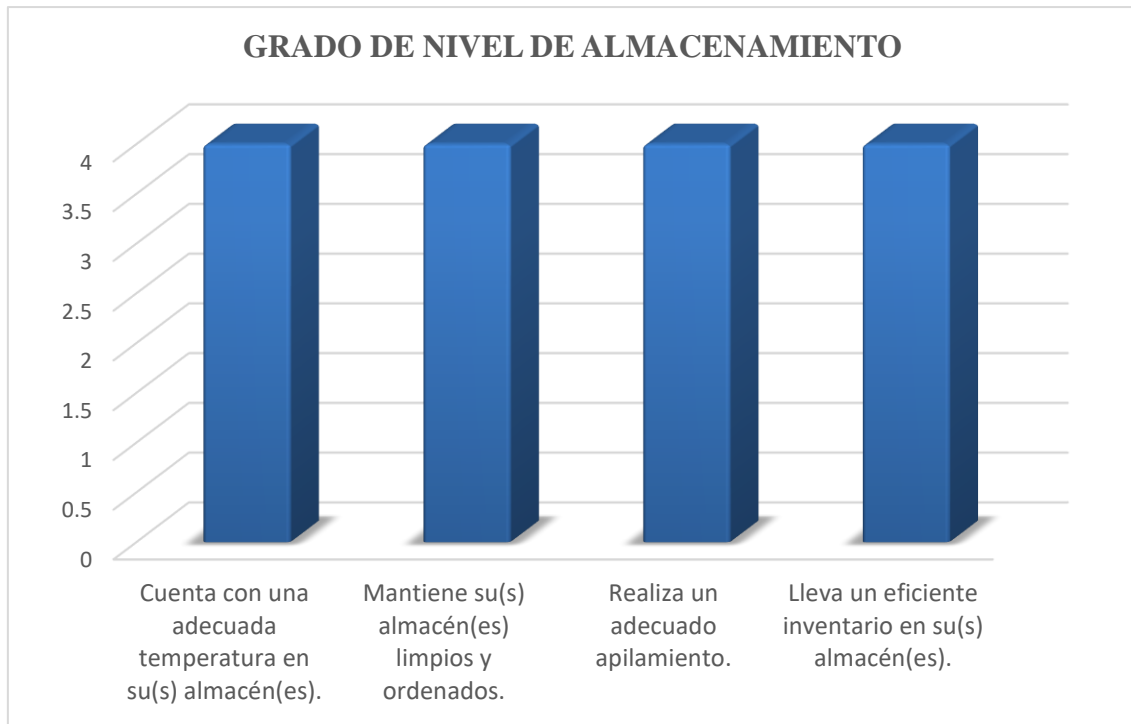
En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de logística externa, su valoración de incidencia es “alta” con un resultado total de 16 en el nivel de seguridad en el transporte; esto es porque aunque tercerizan trabajando con dos empresas que se encargan una de su transporte y una en su logística internacional, cuenta con un monitoreo de las unidades de transporte del cacao en grano desde la Cooperativa al Callao, una adecuada temperatura y espacio para el transporte del cacao en grano, cuenta con suficientes unidades de transporte y cuenta con una póliza de seguro para el traslado del cacao en grano desde la Cooperativa al Callao.

Tabla 6

Actividades primarias de logística externa

Grado de Nivel de Almacenamiento	Valoración	Porcentaje (%)
Cuenta con una adecuada temperatura en su(s) almacén(es).	4	25.00
Mantiene su(s) almacén(es) limpios y ordenados.	4	25.00
Realiza un adecuado apilamiento.	4	25.00
Lleva un eficiente inventario en su(s) almacén(es).	4	25.00
TOTAL	16	100

Figura 5: Grado de nivel de almacenamiento



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de logística externa, su valoración de incidencia es “alta” con un resultado total de 16 en el grado de nivel de almacenamiento; esto se debe a que cuenta con una adecuada temperatura en sus almacenes, mantiene sus almacenes limpios y ordenados, realiza un adecuado apilamiento y lleva un eficiente inventario en sus almacenes.

Tabla 7

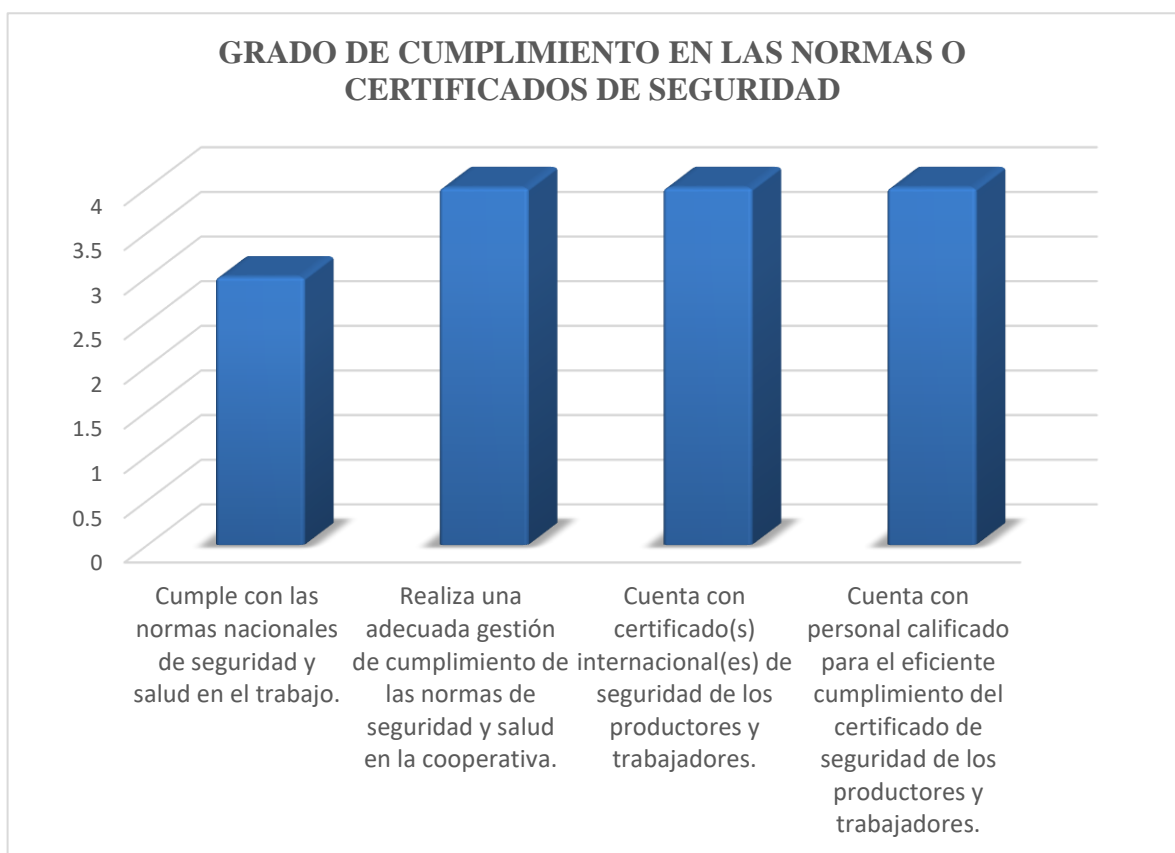
Actividades primarias de logística externa

Grado de	Valoración	Porcentaje (%)
Cumplimiento en las Normas o Certificados de Seguridad		
Cumple con las normas nacionales de seguridad y salud en el trabajo.	3	20.00
Realiza una adecuada gestión de cumplimiento de las normas de seguridad y salud en la cooperativa.	4	26.67
Cuenta con certificado(s) internacional(es) de seguridad de los productores y trabajadores.	4	26.67
Cuenta con personal calificado para el eficiente cumplimiento	4	26.67

**del certificado de
seguridad de los
productores y
trabajadores.**

TOTAL	15	100
--------------	-----------	------------

Figura 6: Grado de cumplimiento en las normas o certificados de seguridad



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de logística externa, su valoración de incidencia es “alta” con un resultado total de 15 en el grado de cumplimiento en las normas o certificados de seguridad; ya que realiza una adecuada gestión de cumplimiento de las normas de seguridad y salud en la

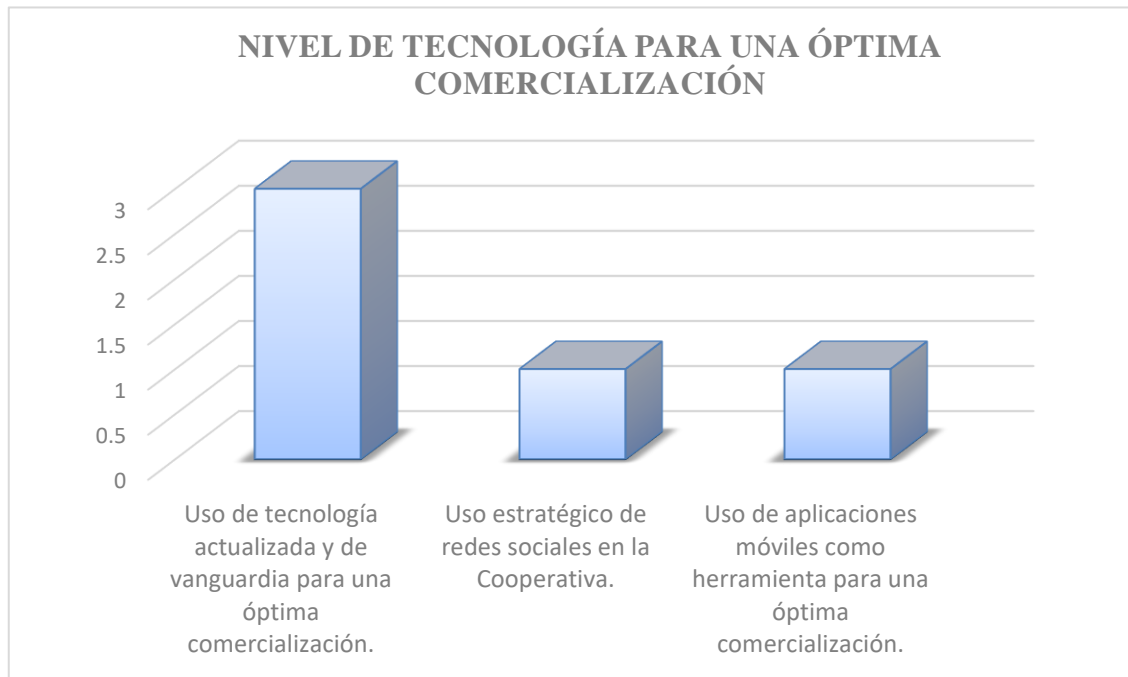
cooperativa, cuenta con un certificado internacional de seguridad de los productores y trabajadores (Fair For Life); y cuenta con personal calificado para el eficiente cumplimiento del certificado de seguridad de los productores y trabajadores. Por otro lado, cumple con las normas nacionales de seguridad y salud en el trabajo, pero no totalmente, pues algunas veces los trabajadores han cometido ciertas imprudencias.

Tabla 8

Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios

Nivel de Tecnología para una Óptima Comercialización	Valoración	Porcentaje (%)
Uso de tecnología actualizada y de vanguardia para una óptima comercialización.	3	60.00
Uso estratégico de redes sociales en la Cooperativa.	1	20.00
Uso de aplicaciones móviles como herramienta para una óptima comercialización.	1	20.00
TOTAL	5	100

Figura 7: Nivel de tecnología para una óptima comercialización



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios, su valoración de incidencia es “baja” con un resultado total de 5 en el nivel de tecnología para una óptima comercialización; ya que en el uso de tecnología actualizada y de vanguardia para una óptima comercialización para comunicarse con sus clientes y puedan llegar a un acuerdo de venta, sólo lo hacen vía Skype y por correos electrónicos. Sin embargo, no cumplen con el uso estratégico de redes sociales en la Cooperativa y el uso de aplicaciones móviles como herramienta para una óptima comercialización, consiguiendo no ser tan conocida al comercializar con su marca propia. La Cooperativa para captar a sus clientes envía muestras del cacao en grano al exterior.

Tabla 9

Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios

Cantidad de Oportunidades de Diversificación	Valoración	Porcentaje (%)
Cuenta con un registro de ventas de sus productos.	4	44.44
Cuenta con un monitoreo de diversificación de la competencia.	2	22.22
Realiza investigaciones sobre nuevas presentaciones de cacao.	3	33.33
TOTAL	9	100

Figura 8: Cantidad de oportunidades de diversificación



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

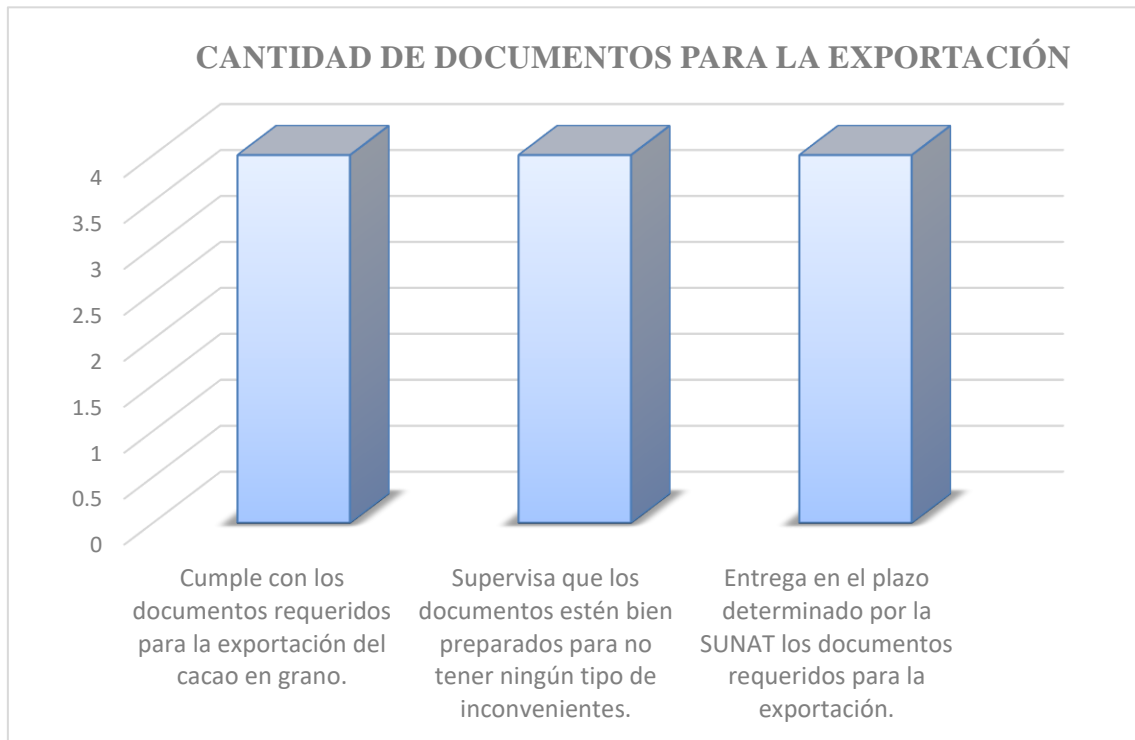
En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios, su valoración de incidencia es “media” con un resultado total de 9 en la cantidad de oportunidades de diversificación; pues cuenta con un eficiente registro de ventas de sus productos, para así poder acogerse al drawback. Por otro lado, realiza en menor medida investigaciones sobre nuevas presentaciones de cacao y cuenta con poco monitoreo de diversificación de la competencia.

Tabla 10

Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios

Cantidad de Documentos para la Exportación	Valoración	Porcentaje (%)
Cumple con los documentos requeridos para la exportación del cacao en grano.	4	33.33
Supervisa que los documentos estén bien preparados para no tener ningún tipo de inconvenientes.	4	33.33
Entrega en el plazo determinado por la SUNAT los documentos requeridos para la exportación.	4	33.33
TOTAL	12	100

Figura 9: Cantidad de documentos para la exportación



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

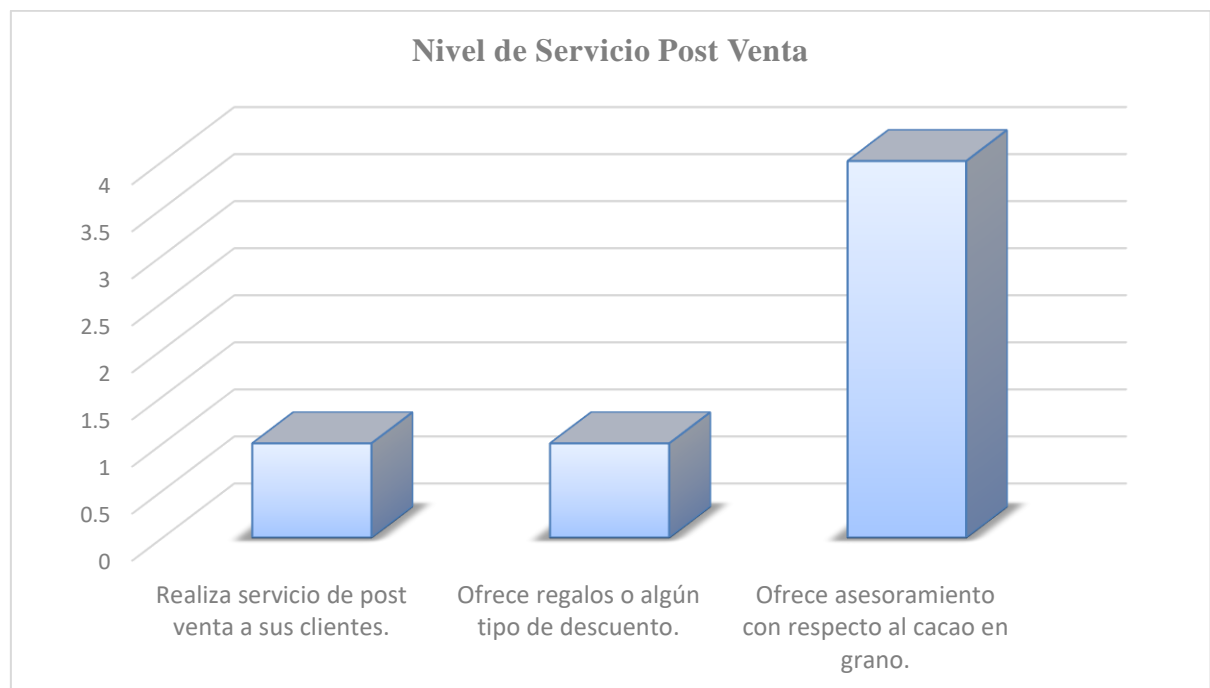
En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios, su valoración de incidencia es “alta” con un resultado total de 12 en la cantidad de documentos para la exportación; esto se debe a que cumple con los documentos requeridos para la exportación del cacao en grano, supervisa que los documentos estén bien preparados para no tener ningún tipo de inconvenientes y entrega en el plazo determinado por la SUNAT los documentos requeridos para la exportación.

Tabla 11

Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios

Nivel de Servicio Post Venta	Valoración	Porcentaje (%)
Realiza servicio de post venta a sus clientes.	1	16.67
Ofrece regalos o algún tipo de descuento.	1	16.67
Ofrece asesoramiento con respecto al cacao en grano.	4	66.67
TOTAL	6	100

Figura 10: Nivel de Servicio Post Venta



Fuente: Elaboración propia.

Descripción

En la presente figura se observa que la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” durante el año 2016, en las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios, su valoración de incidencia es “baja” con un resultado total de 6 en el nivel de servicio post venta; pues aunque ofrece asesoramiento a sus clientes con respecto al cacao en grano, la Cooperativa no realiza servicio de post venta ni ofrece algún tipo de regalos o descuento como parte de fidelizar a sus clientes.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Habiendo identificado las fuentes de información y los resultados arrojados por la lista de cotejo realizada, procederemos a comprobar las hipótesis planteadas en la presente tesis con el fin generar una discusión a ser analizada.

Hipótesis General:

El nivel de incidencia de actividades primarias de la cadena de valor en la exportación de cacao.

Hipótesis Específicas (1):

El nivel de incidencia de las actividades primarias de logística interna y producción de la cadena de valor en la exportación de cacao.

Grado de Nivel de Producción	12
-------------------------------------	-----------

Nivel de Calidad de Producción	10
---------------------------------------	-----------

Grado de valoración del producto	12
---	-----------

Según los resultados de los indicadores de la primera dimensión, demuestra que el nivel de incidencia es alto, debido a que dos de los indicadores se encuentran dentro del rango de valoración “alto” y solo un indicador está dentro del rango de valoración “medio”. En el capítulo anterior se ha demostrado que en esta primera dimensión incide positivamente en total medida en casi todos los ítems de los indicadores expuestos, menos en el cumplimiento de la Norma ISO 9001, donde tiene un puntaje bajo. Cabe resaltar que si cumple con otros certificados de calidad.

Hipótesis Específicas (2):

El nivel de incidencia de las actividades primarias de logística externa de la cadena de valor en la exportación de cacao.

Nivel de Seguridad en el Transporte	16
--	-----------

Grado de Nivel de Almacenamiento	16
---	-----------

Grado de Cumplimiento en las Normas o Certificados de Seguridad	15
--	-----------

Según los resultados de los indicadores de la segunda dimensión, demuestra que el nivel de incidencia es alto, debido a que los tres indicadores se encuentran dentro del rango de valoración “alto”. Esta sería la dimensión con mayor incidencia positiva respecto a sus resultados de cada indicador.

Hipótesis Específicas (3):

El nivel de incidencia de las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios de la cadena de valor en la exportación de cacao.

**Nivel de Tecnología para una
Óptima Comercialización**

5

**Cantidad de Oportunidades de
Diversificación**

9

**Cantidad de Documentos para la
Exportación**

12

Nivel de Servicio Post Venta

6

Según los resultados de los indicadores de la tercera dimensión, se concluye que el nivel de incidencia es bajo, pues los resultados del primer y último indicador se encuentran dentro del rango de valoración “bajo”. Además, solo en el tercer indicador su nivel de incidencia es alto, ya que tienen deficiencias por mejorar como el óptimo uso de la tecnología para la comercialización y una mayor realización de investigaciones sobre nuevas presentaciones de cacao; también la implementación del uso de las redes sociales y aplicaciones móviles como herramienta para una óptima comercialización, pues la Cooperativa no cuenta con una página web y tampoco se encuentra en ninguna red social. Por último, tienen otras deficiencias como la falta de un mayor monitoreo de diversificación de la competencia, no cuenta con servicio de post venta y no ofrece regalos ni algún tipo de descuento como manera de fidelizar a sus clientes.

4.2 Conclusiones

Dimensión 1:

Se visualiza que, en las actividades primarias de logística interna y producción, la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” cumple con un alto

grado de nivel de producción y grado de valoración del producto, logrando diferenciarse en cuanto a conciencia del cuidado del medio ambiente y al manejar un buen proceso de calidad del cacao en grano. Sin embargo, en el nivel de calidad de producción donde se evalúa si cumple con la norma ISO 9001, la Cooperativa no lo cumple pues no cuenta con esta norma, siendo esto parte de una de sus deficiencias; cabe resaltar que si cuenta con otras normas de calidad que son requeridas por sus clientes.

Dimensión 2:

Se observa que, en las actividades primarias de logística externa, la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” cumple positivamente con el nivel de seguridad en el transporte y en el grado de nivel de almacenamiento, esto se debe a que terciarizan el transporte del cacao en grano y también lo que corresponde a la logística internacional. Sin embargo, en el grado de cumplimiento en las normas o certificados de seguridad nacionales e internacionales, lo cumple en menor medida en lo que corresponde a las normas nacionales de seguridad y salud en el trabajo pues en ocasiones los trabajadores han cometido imprudencias que hicieron que la Cooperativa reciba observaciones a la hora de una auditoria. Por otro lado, en esta dimensión los resultados en las valoraciones son altos a diferencia de las otras dimensiones.

Dimensión 3:

Se concluye que, en las actividades primarias de comercialización, marketing y servicios, la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” cumple efectivamente con la cantidad de documentos para la exportación. No obstante, en el nivel de tecnología para una óptima comercialización, cumple en menor medida en cuanto al uso de tecnología actualizada y de vanguardia para una óptima comercialización; ya que se comunican con sus clientes sólo mediante Skype y correos electrónicos. Además, al no contar con el uso estratégico de redes sociales en la Cooperativa y con el uso de aplicaciones móviles como herramienta para una óptima comercialización, ambos inciden negativamente en total medida, siendo algo por mejorar para poder conseguir que su marca sea reconocida y tengan una mejor comercialización. En donde se evalúa la cantidad de oportunidades de

diversificación, cuentan con un eficiente registro de ventas de sus productos. Incluso, realiza investigaciones sobre nuevas presentaciones de cacao, pero lo cumple en menor medida, pues pese a que tienen un proyecto a largo plazo para la exportación de cacao gourmet en grano, ellos no priorizan estas investigaciones. Finalmente, no cuenta con un monitoreo de diversificación de la competencia, pues cuenta con poco conocimiento en ello; la Cooperativa no realiza servicio de post venta, ni ofrece regalos o algún tipo de descuento a sus clientes como estrategia de fidelización.

En conclusión, las actividades primarias que inciden positivamente en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”, pertenecen a las dos primeras dimensiones: actividades primarias de logística interna y producción, y actividades primarias de logística externa. Es así como logra mantenerse en el mercado, siendo competitiva y eficiente, pese a que tiene poco tiempo en él y está aún en crecimiento. No obstante, entre éstas dos dimensiones, las actividades primarias de logística externa son las que tienen mayor incidencia. En lo que corresponde a la tercera dimensión, tiene deficiencias por mejorar, pero cuenta con un buen registro de ventas y manejo de documentos que hace que puedan acogerse al drawback.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda implementar la Norma ISO 9001, ya que es una de las normas más importantes y reconocidas a nivel mundial. Si bien es cierto, la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” cuenta con dos certificados internacionales: Fairtrade International y USDA Organic Certification; sin embargo, para un mejor sistema de gestión de calidad que permitirá demostrar no sólo su capacidad de satisfacer los requisitos del cliente, y tener una mejor comunicación con sus trabajadores, sino que también aumentará el acceso al mercado, siendo sin límites de fronteras.

- ✓ Realizar un mayor control a sus trabajadores para un eficiente cumplimiento de las normas nacionales de seguridad y salud en el trabajo, por ejemplo, poner medidas disciplinarias. Aunque se puede entender que por el clima tropical donde se encuentra la Cooperativa sea tedioso trabajar y al mismo tiempo usar herramientas y/o equipos de trabajo, es necesario que tomen conciencia de las consecuencias que trae no sólo a la Cooperativa sino también a los mismos trabajadores o productores al no cumplir con éstas normas.

- ✓ Dado que, en el indicador nivel de tecnología para una óptima comercialización de la tercera dimensión ha obtenido una menor valoración, se recomienda optimizar la tecnología para una comercialización más eficiente. Por ejemplo: implementar las redes sociales y aplicaciones móviles para una mejor comunicación con los clientes y también para que nuevos clientes conozcan y se informen acerca de la Cooperativa.

- ✓ Implementar mecanismos promocionales como: envío de muestras a los clientes, participación en ferias, roadshows y misiones. Así como también conseguir certificaciones internacionales con la finalidad de mejorar la productividad, conquistar mercados nuevos y generar confianza entre los clientes.

- ✓ Aplicar un monitoreo de la competencia; mediante un estudio de mercado, seguimiento de prensa, base de datos, informes comerciales, monitorizar sus redes sociales y páginas web, informes internacionales, entre otros. Es importante conocer los puntos fuertes y débiles de la competencia, sacándole un buen provecho a las fortalezas de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros” sin descuidar las debilidades. Es una práctica constante que ayuda a estar al tanto de lo que sucede en el mercado, haciendo que sea más proactivo y no simplemente reactivo.

- ✓ Ofrecer otros tipos de presentación del producto o derivados del cacao en grano aromático orgánico, basándose en los atributos del producto, como sus propiedades alimenticias y nutricionales, para así poder alcanzar mercados internacionales más rentables.

- ✓ Brindar un servicio de post venta, ya que es una manera de fidelizar los clientes y que la Corporación sea recordada para así aumentar la frecuencia y la cantidad de ventas cerradas. La Cooperativa podría elaborar una estrategia de post venta que consiste en hacer seguimiento y mantener contacto con el cliente, crear un programa de fidelización, informar a sus clientes sobre lanzamientos y sugerencias, enviar regalos en fechas especiales e implementar una línea gratuita para que el cliente pueda comunicarse ante cualquier duda o información necesaria.

REFERENCIAS

Bibliografía y Consultas Adicionales

(s.f.).

1. Aguilar, H. (2017). *Guía de Buenas Prácticas de Poscosecha de Cacao*.
Obtenido de:
http://www.fhia.org.hn/downloads/cacao_pdfs/Guia_buenas_practicas_de_poscosecha_de_cacao.pdf
2. Bretau (2014). *Estrategias de exportación*. Obtenido de:
<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/estrategias-de-exportacion>
3. Centro de Comercio Internacional. (S/F). Obtenido de:
<http://www.intracen.org/itc/acerca-del-itc/>
4. Centro de Comercio Internacional. (2003). *Análisis de la cadena de valor: Cómo aumentar el ingreso por exportaciones*. Obtenido de:
<http://www.forumdecomercio.org/An%C3%A1lisis-de-la-cadena-de-valor-C%C3%B3mo-aumentar-el-ingreso-por-exportaciones/>
5. Diario Del Exportador (S/F). *¿Qué es una certificación internacional y cuáles son las más importantes?* Obtenido de:
<https://www.diariodelexportador.com/2016/09/que-es-una-certificacion-internacional.html>
6. Diario Del Exportador (S/F). *Certificaciones de Responsabilidad Social: FAIR FOR LIFE*. Obtenido de:
https://www.diariodelexportador.com/2017/11/certificaciones-de-responsabilidad_13.html
7. Diario Del Exportador (2016). *Exportación Indirecta vs Exportación Directa*. Obtenido de: <https://www.diariodelexportador.com/2016/08/exportacion-indirecta-vs-exportacion.html>
8. Diario Del Exportador (2016). *¿Cuáles son las ventajas y desventajas de exportar para la empresa?*. Obtenido de:
<https://www.diariodelexportador.com/2016/08/cuales-son-las-ventajas-y-desventajas.html>
9. Figueroa, M. (2010). *Calidad Total*. Madrid: CSIC.

10. Full Avante News (2018). *Tipos de Contenedores, Usos y sus Características*. Obtenido de: <https://fullavantenews.com/tipos-de-contenedores-teu/?lang=es>
11. Fuerza Comercial (2017). *El Servicio Post venta. Claves y Beneficios*. Obtenido de: <http://www.fuerzacomercial.es/el-servicio-postventa-claves-y-beneficios/>
12. Integria (2018). *Servicio post venta*. Obtenido de: <https://integriaims.com/servicio-post-venta/>
13. Kosakoff, B & López, A. (2008). América Latina y las Cadenas Globales de Valor: debilidades y potencialidades.
14. MINAGRI. (2016). *Estudio del CACAO en el Perú y en el mundo*. Obtenido de: <file:///C:/Users/Hp/Downloads/estudio-cacao-peru-julio-2016.pdf>
15. MINCETUR. (2017). *Guía de Requisitos Sanitarias y Fitosanitarias para la Agroexportación a la Unión Europea*. Obtenido de: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/medidas_Sanitarias_Fitosanitarias/Guia_UE_Alta.pdf
16. MINCETUR. (2016). *Análisis Integral de la Logística en el Perú*. Obtenido de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/P_Cacao.pdf
17. NORMAS ISO (S/F). *ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad*. Obtenido de: <https://www.normas-iso.com/iso-9001/>
18. Padilla. R. (2014). Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial.
19. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press, New York.
20. Porter, M. E. & Kramer, Mark R. (2006). *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review.
21. PROMPERU. (2016). *Cartillas de Información Postal: UNIÓN EUROPEA*. Obtenido de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/exportaciones/360637008radBD269.pdf>

22. PROMPERU. (2016). *Manual de Documentos de Exportación*. Obtenido de:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
23. Riquelme, M. (2018). *La Cadena de Valor de Michael Porter*. Obtenido de:
<https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
24. Santa Palella y Feliberto Martins (2010). *Tipos y Diseño de la Investigación*.
Obtenido de:
http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenio-de-la-investigacion_21.html
25. SUNAFIL. (S/F). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de:
<https://www.sunafil.gob.pe/seguridad-y-salud-en-el-trabajo.html>
26. UNCTAD. (2013). *Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Obtenido de:
<http://unctad.org/es/paginas/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=113>

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGO	METODOLOGIA
<p>Problema General</p> <p>¿ Cuáles son las actividades primarias que inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar cuáles son las actividades primarias que inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.</p>	<p>Actividades primarias de logística interna y producción</p>	<p>_Grado de nivel de producción</p> <p>_ Nivel de calidad de la producción</p>	<p>(1-3)</p>	<p>4= Incide positivamente en total medida</p> <p>3= Incide positivamente</p>	<p>Optima</p>	<p><u>Enfoque de investigación:</u></p> <p>Cuantitativo</p> <p><u>Tipo de investigación:</u></p> <p>Básica</p> <p><u>Nivel de estudio:</u></p> <p>Descriptivo</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿De qué manera las actividades primarias de logística interna y producción inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?</p> <p>¿De qué manera las actividades primarias de logística externa inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar de qué manera las actividades primarias de logística interna y producción inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.</p> <p>Determinar de qué manera las actividades primarias de logística externa inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de</p>		<p>Actividades primarias de logística externa</p>		<p>_ Nivel de seguridad en el transporte</p> <p>_Grado de nivel de almacenamiento</p> <p>_Grado de cumplimiento en las normas o certificados de seguridad nacionales e internacionales</p>		
		<p>Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios</p>	<p>_ Nivel de tecnología para una óptima comercialización</p>				

<p>Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?</p> <p>¿De qué manera las actividades primarias de comercialización y marketing inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016?</p>	<p>Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.</p> <p>Determinar de qué manera las actividades primarias de comercialización y marketing inciden en la cadena de valor de la exportación de cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS” en el año 2016.</p>		<p>_Cantidad de oportunidades de diversificación</p> <p>(1-3)</p> <p>_Cantidad de documentos para la exportación</p> <p>_Nivel de servicio post venta</p>			<p>Se aplicará la técnica de la observación mediante una lista de cotejo.</p> <p><u>Población:</u></p> <p>Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”</p>
--	--	--	---	--	--	---

Valoración:

- 4=Incide positivamente en total medida**
- 3=Incide positivamente**
- 2=Incide negativamente**
- 1=Incide negativamente en total medida**

Línea de investigación:

Aplicación de la inteligencia comercial para la generación de ideas de negocio orientados al comercio internacional

Anexo N° 2: Lista de cotejo.

ASPECTOS	ITEMS	VALORACIÓN			
I. Actividades primarias de logística interna y producción					
Nivel de producción	Cumple con los requisitos de sanidad en la producción.	4	3	2	1
	Cumple con los estándares de empaquetado.	4	3	2	1
	Cumple con los requisitos de etiquetado.	4	3	2	1
Nivel de calidad de producción	Cumple con la norma ISO 9001.	4	3	2	1
	Cuenta con personal para control de calidad.	4	3	2	1
	Cuenta con certificado(s) internacional(es) para medir la calidad de la producción.	4	3	2	1
Grado de valoración del producto	Le asigna un valor agregado al producto.	4	3	2	1
	Cumple con el cuidado del medio ambiente.	4	3	2	1
	Cuenta con personal calificado para la obtención del cacao (desde la recolección de mazorcas al cacao en baba).	4	3	2	1
II. Actividades primarias de logística externa					
Nivel de seguridad en el transporte	Cuenta con un monitoreo de las unidades de transporte del cacao en grano desde la cooperativa al Callao.	4	3	2	1
	Cuenta con una adecuada temperatura y espacio adecuado para el transporte del cacao en grano.	4	3	2	1
	Cuenta con suficientes unidades de transporte.	4	3	2	1
	Cuenta con una póliza de seguro para el traslado del cacao en grano desde la cooperativa al Callao.	4	3	2	1
Nivel de almacenamiento	Cuenta con una adecuada temperatura en su(s) almacén(es).	4	3	2	1

	Mantiene su(s) almacén(es) limpios y ordenados.	4	3	2	1
	Realiza un adecuado apilamiento.	4	3	2	1
	Lleva un eficiente inventario en su(s) almacén(es).	4	3	2	1
Grado de cumplimiento en las normas o certificados de seguridad nacionales e internacionales	Cumple con las normas nacionales de seguridad y salud en el trabajo.	4	3	2	1
	Realiza una adecuada gestión de cumplimiento de las normas de seguridad y salud en la cooperativa.	4	3	2	1
	Cuenta con certificado(s) internacional(es) de seguridad de los productores y trabajadores.	4	3	2	1
	Cuenta con personal calificado para el eficiente cumplimiento del certificado de seguridad de los productores y trabajadores.	4	3	2	1
III. Actividades primarias de comercialización, marketing y servicios					
Nivel de tecnología para una óptima comercialización	Uso de tecnología actualizada y de vanguardia para una óptima comercialización.	4	3	2	1
	Uso estratégico de redes sociales en la Cooperativa.	4	3	2	1
	Uso de aplicaciones móviles como herramienta para una óptima comercialización.	4	3	2	1
Cantidad de oportunidades de diversificación	Cuenta con un registro de ventas de sus productos.	4	3	2	1
	Cuenta con un monitoreo de diversificación de la competencia.	4	3	2	1
	Realiza investigaciones sobre nuevas presentaciones de cacao.	4	3	2	1
Cantidad de documentos para la exportación	Cumple con los documentos requeridos para la exportación del cacao en grano.	4	3	2	1
	Supervisa que los documentos estén bien preparados para no tener ningún tipo de inconvenientes.	4	3	2	1
	Entrega en el plazo determinado por la SUNAT los documentos requeridos para la exportación.	4	3	2	1

Nivel de Servicio Post Venta	Realiza servicio de post venta a sus clientes.	4	3	2	1
	Ofrece regalos o algún tipo de descuento.	4	3	2	1
	Ofrece asesoramiento con respecto al cacao en grano.	4	3	2	1

Anexo N°3: Carta de Autorización.

Formato 4

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA OBTENCIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL

Yo Ernesto Moses Porra y Guerra
(Nombre del representante del área de la empresa)
identificado con DNI N° 22412717 en mi calidad de Gerente General
(Nombre del puesto del representante del área de la empresa)
del área de _____
(Nombre del área de la empresa)
de la empresa/institución Cooperativa Agraria de Cacao Aromático Colpa de Loros
(Nombre de la empresa)
con R.U.C N° 20600390911 ubicada en la ciudad de Neshuya
Ucayali

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,
Al señor Alvora Darlene La Barrera Cuadra
(Nombre completo del bachiller)
identificado con DNI N° 47595930 bachiller en la carrera de Administración y Negocios Internacionales
(Nombre de la carrera profesional)
Logística y comercialización para que utilice la información del área de producción
(Nombre completo del área) de esta empresa/institución;
con la finalidad de que pueda desarrollar su Tesis (X) o Trabajo de Suficiencia Profesional () y de esta manera optar al Título Profesional.

28 de Febrero del 2019

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:
() Sólo Para Modalidad Suficiencia Profesional: Adjunta Vigencia Poder Del Representante Legal de la Empresa con vigencia no menor a 90 días.

COOPERATIVA AGRARIA DE CACAO AROMATICO "COLPA DE LOROS"
Ing. Ernesto M. Porra y Guerra
GERENTE GENERAL
Firma del Representante de la Empresa
DNI: 22412717

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

AB
Firma del Bachiller
DNI: 47595930

Código: COR-F-REC-SA-17.08 UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C. Vigencia: 06/06/2018
Pág.: 1 de 1 Versión: 02

Anexo N°4: Certificado de SENASA.

	PERÚ	Ministerio de Agricultura y Riego	
Año del Buen Servicio al Ciudadano			
CERTIFICADO DE REGISTRO DE ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA			
N° PE-02-MINAGRI-SENASA			
La Subdirección de Producción Orgánica de la Dirección de Insumos Agropecuarios e Inocuidad Agroalimentaria del Servicio Nacional de Sanidad Agraria -SENASA,			
CERTIFICA :			
La inscripción de la empresa :	COOPERATIVA AGRARIA DE CACAO AROMATICO COLPA DE LOROS		
Con RUC N°	:	20800380811	
Con domicilio fiscal en	:	Car. Federico Basadre Km. 88	
Distrito	:	Nechuya	
Provincia	:	Padre Abad	
Departamento	:	Ucayali	
Teléfonos	:	844 847 637	
Para los ámbitos	:	Producción Agrícola; recolección, procesamiento, comercialización	
Conforme a lo dispuesto en la normatividad vigente (D.S. 044-2006-AG y 061-2006-AG).			
			La Molina, 10 de octubre de 2017
	 Ing. FELIX OSWALDO MAQUERA CUAYLA Director Subdirección de Producción Orgánica		
Av. La Molina N° 1915, La Molina - Lima T. (511) 313-3300 www.senasa.gob.pe www.minagri.gob.pe			

Anexo N°5: Cacao.



Anexo N°6: Transporte del caco en grano.



Anexo N°7: Trabajadores de la Cooperativa.



Anexo N°8: Fachada de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “COLPA DE LOROS”.



Anexo N°9: Validación 1.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, CANALETS LO ROSA - JORGE LUIS,
con documento de identidad N° 15614483, de profesión Lic. Administración
con Grado de TITULAR, ejerciendo actualmente como DOCENTE,
en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el
Instrumento (Lista de Cotejo), a los efectos de su aplicación en el Trabajo de
Investigación - Tesis Titulada "Actividades Primarias que
Inciden en la cadena de valor de la Exportación de Cacao en la
Cooperativa Agraria de Cacao Aromático "Colpa de Loros" - 2016"
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Fecha: 09-12-2019


Firma
DNI N° 15614483

Anexo N°10: Validación 2.


CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Juan Carlos Ocampo Risca
con documento de identidad N° 25663389, de profesión economista
con Grado de Magister ejerciendo actualmente como docente
en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el
Instrumento (Lista de Cotejo), a los efectos de su aplicación en el Trabajo de.....
Investigación: Tesis Titulada: Actividades Primarias que Inciden en la
cadena de valor de la Exportación de Cacao en la Cooperativa
Agraria de Cacao Aromático "Colpa de Loros" - 2016"
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Fecha:


Firma
DNI N°2.566.33.89

Anexo N°11: Validación 3.

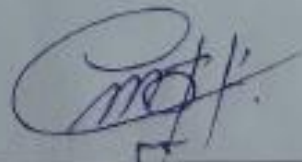
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, CARLOS BLISBO MARQUEZ SALAS
 con documento de identidad N° 07060411, de profesión INGENIERO
 con Grado de MAGISTER, ejerciendo actualmente como DOCENTE
 en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (Lista de Cotejo), a los efectos de su aplicación en el Trabajo de Investigación - Tesis Titulada "Actividades Primarias que Inciden en la cadena de valor de la Exportación de Cacao en la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático "Colpa de Loros" - 2016"
 Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems				✓
Amplitud de contenido				✓
Redacción de los ítems				✓
Claridad y precisión				✓
Pertinencia				✓

Fecha:



Firma
 DNI N° 07060411.....