



# FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Factores críticos que impiden la asociatividad en los productores de café del Distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

**Autor:**

Romina Lisset Aguilera Rodriguez

**Asesor:**

Dra. Ena Cecilia Obando Peralta

Trujillo - Perú

2020

## DEDICATORIA

En primer lugar, deseo dedicarle este logro a Dios,  
quien me ha dado la fortaleza para poder seguir  
adelante con la presente investigación.

A mis padres y hermano, quienes con su apoyo  
incondicional y aliento durante todo el proceso, me  
motivaron a nunca rendirme y que todo sacrificio vale  
realmente la pena.

Romina Aguilera Rodriguez.

## AGRADECIMIENTOS

Dar las gracias a Dios, por darme la paciencia, sabiduría y por haberme permitido culminar con éxito este ciclo de mi vida profesional.

A mis padres y a mi hermano por su amor incondicional y su apoyo constante para hacer esto posible. Por confiar en mí y darme todas las oportunidades para crecer tanto como persona y profesional

A mi asesora, la Dra. Ena Cecilia Obando Peralta por todos los conocimientos brindado durante el desarrollo de esta investigación.

A mi querido grupo de amigos con quienes compartí gratos momentos durante el trayecto de mi carrera universitaria.

A todos los docentes por inculcarme sus conocimientos en lo largo de mi etapa universitaria. Y gracias a la Universidad Privada del Norte por brindarme todas las herramientas y facilidades para convertirme en un gran profesional.

La Autora.

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| DEDICATORIA.....  | 1  |
| AGRADECIMIENTOS.....  | 2  |
| ÍNDICE DE TABLAS.....   | 3  |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS.....                                       | 4  |
| RESUMEN.....  | 4  |
| ABSTRACT.....   | 5  |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....                                 | 6  |
| CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....                                 | 24 |
| CAPÍTULO III. RESULTADOS.....                                 | 31 |
| CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....                    | 36 |
| 4.1. Discusión:.....  | 36 |
| 4.2. Conclusiones:.....                                       | 45 |
| REFERENCIAS.....  | 47 |
| ANEXOS.....   | 52 |
| ANEXO N° 1. Matriz de Consistencia.....                       | 52 |
| ANEXO N° 2. Matriz de Operacionalización de Variables.....    | 54 |
| ANEXO N°3. Formato de Encuesta a los productores de café..... | 61 |
| ANEXO N°4. Validación de Expertos.....                        | 65 |
| ANEXO N° 5. Alpha de CronBach.....                            | 69 |
| ANEXO N° 6. Evidencia fotográfica.....                        | 70 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Matriz general del Nivel de factor crítico por cada dimensión ..... | 32 |
| Tabla 2. Nivel de Factor Organizacional según sistema de cuartiles .....     | 34 |
| Tabla 3. Nivel de Factor Financiero según sistema de cuartiles .....         | 34 |
| Tabla 4. Nivel de Factor Producción según sistema de cuartiles .....         | 35 |
| Tabla 5. Nivel de Factor Comercialización según sistema de cuartiles .....   | 35 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Resumen general del nivel de factor crítico por cada dimensión en porcentaje .. | 32 |
|---|----|

## RESUMEN

La presente investigación denominada “Factores críticos que impiden la asociatividad en los productores de café del Distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020”, tiene como objetivo, determinar cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco. Se utilizó un tipo de investigación cuantitativa descriptiva, no experimental y de alcance temporal transversal. Se midieron dimensiones como: Organizacional, Financiero, Producción y Comercialización. Los resultados demuestran que el factor organizacional tiene un nivel de factor crítico de 58%; el factor financiero, 83%; el factor producción con un nivel de 47% y el factor comercialización con un 51%. Se concluye que los factores críticos que impiden la asociatividad en los productores de café del Distrito de Huaranchal son el factor Organizacional, Producción y Comercialización.

**Palabras Clave:** Asociatividad, productores de café, Factores Críticos.

## ABSTRACT

The present investigation called "Critical factors that prevent associativity in the coffee producers of the District of Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020", aims to determine which are the critical factors that prevent the associativity of coffee producers of the Huaranchal district - Otuzco. A descriptive, non-experimental type of quantitative research with a transversal temporal scope was used. Dimensions such as: Organizational, Financial, Production and Commercialization were measured. The results show that the organizational factor has a critical factor level of 58%; the financial factor, 83%; the production factor with a level of 47% and the commercialization factor with 51%. It is concluded that the critical factors that prevent associativity in the coffee producers of the Huaranchal District are the Organizational, Production and commercialization factor.

**Keywords:** Associativity, producers of coffee, Critical Factors.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática:

La globalización juega un papel fundamental para el desarrollo de una empresa, pues le brinda oportunidades de acceso a nuevos mercados. Los cambios en la economía mundial han llevado a que las empresas que tienen como objetivo fundamental el crecimiento, dirijan su mirada hacia los mercados extranjeros (Puerto, 2010).

Sin embargo, en un entorno internacional altamente competitivo apunta a pensar que sólo las empresas más poderosas, específicamente las más grandes, son las únicas que pueden competir en este contexto. Excluyendo a las más pequeñas o más débiles que, seguramente, no logran atender idóneamente las múltiples exigencias que el mercado mundial establece. Por ello, se les imposibilita crecer con base en los mercados externos, poniendo incluso en riesgo su propia supervivencia (Lozano, 2010).

En el Perú, esto mayormente se ve reflejado en los pequeños empresarios, quienes debido a su reducido tamaño comparado con el de las grandes empresas, no cuentan con una estructura financiera que les proporcione una capacidad de producción significativa y una gestión de costos eficiente que les permita abarcar mercados nacionales e internacionales. Tal es el caso del sector agrícola, uno de los sectores que más influye en la economía del país, quienes sus principales agentes del dinamismo de este sector, los pequeños productores, no cuentan con las capacidades necesarias tales como capacidad productiva, financiamiento, tecnología agrícola, gestión organizacional, comercialización, entre otros. Y debido a la necesidad, por la mala situación económica que muchos de ellos tienen, venden su producción a los acopiadores de las grandes agroindustrias, recibiendo un precio subvaluado por su producto. Lo que conlleva a que no puedan competir de manera individual con las grandes empresas, pero si podrían si es que buscan la manera de trabajar en conjunto con otros productores.

Esta problemática existe en muchos lugares del Perú, sobre todo en las zonas rurales; sin embargo, algunos agricultores han buscado la manera de progresar mediante la cooperación y el trabajo en conjunto con otros productores como es el caso de la Asociación de productores de Agropecuarios Santa Rosa de Lima del distrito de Acraquia en Huancavelica, que gracias a la asociación recibieron un cofinanciamiento por parte del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), a través del Proyecto de Desarrollo Territorial Sostenible de Agro Rural (PDTS), para que puedan mejorar su producción de lácteos al adquirir nuevas herramientas y equipos. Otro ejemplo de éxito es la Cooperativa Agraria de Granos de Oro (CECAGRO) ubicada en Puno, quienes exportan semillas andinas como la quinua orgánica a los mercados extranjero de Estados Unidos, México y Alemania. La Cooperativa Central de Productores del Valle de Santa Catalina ubicada en Trujillo, dedicada a la comercialización de palta hass, piña maracuyá y hortalizas, es otro ejemplo de éxito de una asociatividad. Lidia Alayo Reyes, presidenta de la organización en el 2015 menciona que decidieron asociarse porque no podían competir con las grandes empresas y los compradores les pagaban precios muy bajos, cansados de esta situación decidieron agruparse y ahora sus productos son llevados hacia los mercado europeos, americano y canadiense. Alayo (2015) afirma que cuando hay mucho individualismo las instituciones fracasan. En el caso del café existen cooperativas de éxito como la Cooperativa Agraria Cafetalera Valle de Incahuasi, Cooperativa Agraria Cafetalera San Fernando y la Asociación De Productores Agro Ecológicos El Tunky Cuenca Salkantay ubicadas en Cusco y en la región San Martín la Cooperativa de Servicios Múltiples Bosque del Alto Mayo (COOPBAM) quienes exportan café sostenible hacia los mercados de Alemania, Estados Unidos y Japón.

En el caso del distrito de Huaranchal, ubicado en la provincia de Otuzco, en el departamento de La Libertad aún existe esta problemática. Huaranchal ha sido reconocido como la capital del café peruano en la región liberteña; sin embargo, la mayoría de liberteños no saben de su existencia. Haro (2012), explicó que en la región La Libertad se tiene 328,5 hectáreas instaladas de café: Otuzco, con 120 hectáreas, ubicadas especialmente en Huaranchal (85 hectáreas); Usquil, 35 hectáreas; Pataz, 28 hectáreas; y Bolívar, 25 hectáreas. En total son alrededor de 422 productores que se dedican a esta actividad, encontrándose en Huaranchal 385 productores, que representa el 91% del total. Sin embargo, un productor de Huaranchal llega a cosechar solamente 1 quintal de café al año, lo que demuestra que efectivamente de manera individual no cuentan con la capacidad productiva para satisfacer la demanda nacional ni muchos menos internacional. Esto es generado por la falta de capacitación agrícola que tienen los productores por parte de las entidades del gobierno.

Este distrito es la principal zona de producción de café a nivel regional. El café producido es de variedad típica, denominada comúnmente “Caracolillo” o “Castilla”, aunque existen también variedades mejoradas como Catimor, Caturra y Cathuai. A pesar de ello, no ha sido tomado como un eje primordial para procesar y comercializar café de muy buena calidad hacia el mercado local, nacional y en el futuro internacional.

Huaranchal es un distrito en el que aún existe pobreza extrema. La producción de 1 quintal de café equivale a 20 latas y el precio por lata que reciben los caficultores de Huaranchal varía entre S/10.00 y S/17.00, por lo que los productores obtienen un ingreso anual aproximado de S/ 300. Esto es porque al no tener una gran cantidad de volumen de producción no pueden negociar mejores precios. Muchos de los productores están migrando hacia otros cultivos como la granadilla porque el café no les está generando buenos ingresos. El precio que reciben por su producto es tan barato que algunos de

ellos han decidido dejar definitivamente el cultivo de café en incluso existen huertas abandonadas. Lo que conlleva a que los hijos de los agricultores no puedan acceder a una educación superior y se dediquen a la minería ilegal de carbón, arriesgando su vida y desligándose definitivamente de la agricultura familiar porque ya no continúan con la producción del café. Es por ello, que muchos de los caficultores de la zona están en busca del desarrollo de su producto, ya que saben que de manera individual no lo lograrán porque no cuentan con todas las capacidades para competir con las empresas grandes en el mercado, por eso creen que trabajando en conjunto sería una de las mejores maneras para contrarrestar esta situación, poder desarrollarse y obtener mejores precios. No obstante, saben que el miedo, la desconfianza, el conformismo y la falta de capacitaciones para obtener una café de mejor calidad de taza puede ser un obstáculo para lograrlo.

Por ello, con el propósito de vencer estos problemas se busca incentivar la asociatividad, como mecanismo apropiado para incrementar la competitividad. Y en algunos casos, como la única alternativa de supervivencia para competir en el mercado nacional e internacional (Liendo & Martínez, 2001).

Sin embargo, muchos mencionan y están de acuerdo con que la asociatividad es un mecanismo de solución para mejorar la competitividad en los pequeños empresarios, pero muchas veces solo se queda en palabras y no se llega a formar una asociación o algún otro modelo asociativo. Es por eso, que la razón de este estudio es explicar las causas o los factores clave que impiden el desarrollo y fortalecimiento de una asociatividad, ya que es sumamente importante identificar cuáles son estos factores antes de iniciar algún proceso asociativo.

Por lo tanto, en la presente investigación se pretende identificar cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad en los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020. De acuerdo a ello, se presentan algunas investigaciones realizadas anteriormente que vienen a ser el sustento y soporte de la investigación.

En el ámbito internacional, Araque (2013), en su tesis denominada “Factores determinantes de la asociatividad como alternativa para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias” para optar por el grado de doctor en Administración de la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador, tuvo como objetivo general proponer las directrices fundamentales de carácter económicos y extraeconómico, de un modelo de asociatividad dirigido al fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias. Con este trabajo de investigación el autor buscaba entender cómo actuaban los factores económicos y extraeconómicos que conlleva un proceso asociativo. La investigación fue de tipo descriptiva con enfoque mixto. Se realizó un foro de análisis, dos talleres de discusión sobre la problemática de los procesos asociativos, 16 entrevistas y una encuesta aplicada a 251 propietarios de pequeñas y medianas empresas afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha. Como resultado se obtuvo que dentro de los factores económicos clave de la asociatividad está el acceso a fuentes de financiamiento, incentivos para la investigación y desarrollo, la productividad, cobertura de mercado, entre otros. Entre los factores extraeconómicos identificaron a la confianza, compromiso, liderazgo, honestidad, etc. Se concluye que para el progreso efectivo de una asociatividad en el sector empresarial de las pymes, se debe lograr un equilibrio entre los factores económicos y extraeconómicos.

Mendoza & Guerrero (2020), en su tesis titulada “Análisis de Factores relacionados con la Asociatividad en el sector confección área metropolitana de Bucaramanga” para

obtener el título profesional de Contabilidad en la Universidad Cooperativa de Colombia, tuvieron como objetivo general analizar los factores que definen la asociatividad empresarial para relacionarlos con el éxito y logro de los objetivos empresariales en el contexto de las organizaciones del sector de confección de prendas de vestir en el área metropolitana de Bucaramanga. La investigación fue de tipo descriptiva con enfoque mixto. Los autores aplicaron una encuesta con preguntas cerradas y abiertas a 100 empresas del sector confección. Para ello, clasificaron los datos en factores sociales, económicos y ambientales; obteniendo como resultado dentro del factor económico que el 100% de las empresas pertenecen a un régimen tributario responsable, que la mayoría solo cuenta con un establecimiento comercial porque tienen ingresos propios insuficientes y baja rentabilidad, que no llevan un control adecuado de los precios de ventas, que sólo el 1% de las empresas cuenta con capacidad para vender al por mayor a empresas grandes y/o multinacionales, que no tienen deseos de acceder a créditos para mejorar su producción y la mayoría de las empresas encuestadas no cuentan con un certificado que acredite la calidad de sus productos. Con respecto a los factores sociales, se obtuvo que en la mayoría de las empresas existe una relación de confianza y mayor compromiso por parte del trabajador hacia sus empleadores; sin embargo, el 40% de los empresarios no cuentan con un nivel académico profesional para aplicar estrategias que incrementen la productividad empresarial y la mayoría no cuenta con una marca inscrita. De los factores ambientales, se supo que pocas empresas cumplen con la legislación ambiental. Asimismo, la mayoría de las empresas no conocen ni tienen interés por conocer sobre las actividades asociativas. Sin embargo, las empresas que lograron tener la experiencia de asociarse manifestaron que la asociatividad les dejó más gastos que beneficios o reciben mayor prioridad las empresas grandes. Finalmente, se concluyó que las empresas del sector textil de Bucaramanga no logran ver a la asociatividad como una estrategia para aumentar su productividad debido

a las falencias que tuvieron algunos al intentar participar de un proceso asociativo y no conseguir los beneficios esperados.

Callejas (2017), en su tesis “Factores de éxito de la Asociación de Tecnólogos y Productores de Bilbao, una empresa asociativa en el posconflicto” para optar por el título de Magíster en Estudios y Gestión del Desarrollo de la Universidad de La Salle en Bogotá-Colombia, tuvo como objetivo general explicar cuáles fueron los factores de éxito que fomentaron la asociatividad de Asotbilbao. El tipo de investigación fue cuantitativa. La autora utilizó como técnica e instrumento la aplicación del índice de capacidad organizacional y entrevistas semiestructuradas a los productores cafetaleros de Asotbilbao. Como resultado se obtuvo que los principales factores de éxito de la asociatividad de Asotbilbao son causa del poco acceso a la educación, la baja presencia estatal y las dificultades ocasionadas por el conflicto armado. Esto generó en la comunidad la necesidad de entablar relaciones sociales que persigan un objetivo común para el beneficio mutuo. Es así que dentro de los factores más importantes que se desarrolló en esta asociación es la confianza, compromiso, disciplina, trabajo en equipo, la calidad de la producción, capacidad organizacional y gestión administrativa por parte de la mayoría de sus líderes. Se concluye que la asociatividad es una de las pocas formas de salir adelante especialmente en territorios rurales donde las personas buscan nuevas oportunidades para el desarrollo de su región y que el cumplimiento de estos factores ha generado un proyecto con resultados exitosos como es el caso de Asotbilbao.

Asimismo, Rodríguez, Ramírez & Restrepo (2017) en su trabajo de investigación “Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales de Colombia”, tuvieron como objetivo identificar los factores determinantes de la sostenibilidad de la agroempresa asociativa rural. El tipo de investigación fue cualitativa. Se utilizó como muestra a productores pertenecientes a cuatro programas de

acompañamiento al fortalecimiento de la asociatividad rural llevados a cabo en cuatro departamentos de Colombia: Antioquia, Cauca, Nariño y Valle del Cauca. Los datos fueron recolectados mediante 79 entrevistas semiestructuradas con diversos actores. Como resultado se obtuvo la identificación de 50 variables que fueron agrupadas en dos componentes y tres subcomponentes: Socio organizacional (Capital social, Planeación organizacional e Integración territorial) y Empresarial (Económico, Productivo tecnológico y orientación al mercado), para definir el índice de sostenibilidad de la agroempresa rural (Isoar). El cálculo del Isoar permitió identificar que los dos subcomponentes menos destacados en todos los casos estudiados fueron el Productivo-Tecnológico y la Orientación al mercado, mientras en los casos más exitosos los componentes más destacados fueron el capital social y la integración territorial. Se concluye que la sostenibilidad de las agroempresas asociativas rurales se debe a que han logrado fortalecer sus relaciones de confianza y cooperación con la planeación organizacional, así como también con el factor económico, productivo y tecnológico.

En el ámbito nacional, García & Balta (2018) en su tesis denominada “Los factores críticos que impiden la Asociatividad para la exportación por parte de los productores de calzado del distrito El Porvenir” para optar por el título profesional de licenciado en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte en Perú, se plantearon como objetivo general determinar cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad para la exportación por parte de los productores de calzado del distrito del Porvenir. El tipo de investigación fue aplicada de nivel descriptiva. En el presente estudio se realizó una encuesta a los productores, al presidente de la cámara de calzado y al gerente de desarrollo económico local, con la finalidad de determinar si se aceptaba la hipótesis general, en la cual se menciona a la colaboración, cooperación, trabajo en equipo, coordinación, unión de voluntades, iniciativas y recursos como los

factores críticos que impiden la asociatividad. Como resultado se obtuvo que los factores críticos que impiden la asociatividad para la exportación de los productores de calzado del distrito del Porvenir fueron colaboración y trabajo en equipo pero según la pregunta abierta de la encuesta número 25 los tres sectores encuestados indicaron que el financiamiento también es un factor crítico. Por lo tanto, concluyeron que los factores críticos que impiden la asociatividad para la exportación de los productores de calzado del distrito del Porvenir son colaboración, trabajo y equipo y el financiamiento.

Asimismo, Canchari, Carhuachin & Gutierrez (2017) en su tesis titulada “Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetalera del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible” para optar por el título profesional de Administración de empresas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo general de la investigación fue analizar los principales factores que dificultan la asociatividad en las cooperativas cafetaleras del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y su impacto en la gestión empresarial sostenible. El tipo de investigación fue la teoría fundamentada. Se aplicó entrevistas a profundidad y/o grupos focales a los dirigentes, gerentes y socios de cooperativas cafetaleras del valle de Chanchamayo, gerentes de cooperativas agrarias de ahorro y crédito, expertos del sector y autoridades del gobierno. Los autores obtuvieron diversos hallazgos que no habían planteado como objetivos de la investigación pero que sirvieron para validar aún más su hipótesis al identificar factores como la plaga de la roya amarilla, el limitado conocimiento de la legislación tributaria sobre cooperativas por parte del consejo administrativo, gerentes y contadores, la existencia de socios oportunistas (free riders), falta de comunicación entre el gerente y el consejo de administración, la falta de recursos humanos capacitados en gestión empresarial, limitada oferta de crédito, el escaso apoyo de parte del Estado al sector

cooperativo, entre otros. Concluyeron que los principales factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetalera del distrito de Perené son el limitado conocimiento de los socios sobre la estructura organizacional en la cooperativa, problemas de supervisión entre el consejo de administración de la cooperativa y el gerente, la falta de capacitación en gestión empresarial para los socios y directivos, falta de confianza de los socios hacia los órganos de gobierno de las cooperativas, el limitado y difícil acceso a créditos, la falta de compromiso por parte de los socios y las escasas políticas apoyo por parte del Estado que sólo se centra en la agricultura a gran escala y no en el modelo de negocios cooperativo.

Con respecto al concepto de asociatividad, este se remonta hacia 1890 con Alfred Marshall, como uno de sus precursores, éste introdujo el concepto de economías de aglomeración “en el que hacía referencia de ventajas asociadas a la proximidad geográfica entre las industrias” (Grueso, Gómez & Garay, 2009). Asimismo, la naturaleza de la asociatividad ha llevado a la formulación de diferentes definiciones. Según Acevedo & Buitrago (2009), es un instrumento que permite reducir significativamente los efectos propios de la globalización puesto que provee mecanismos a las empresas para el ingreso a mercados internacionales, reducción de costos y precios competitivos.

Para Narváez, Fernández, Gutiérrez, Revilla & Pérez (2009) la asociatividad tiene la capacidad de transformar la economía de los países, por lo tanto se vale del conocimiento local, la vinculación de los sistemas técnicos, científicos, productivos y la participación e interacción entre actores económicos.

La asociatividad es una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de un agente económico, mediante la cooperación con otros agentes económicos (Fernández & Narváez, 2011).

Magnazo & Orchasky (2007), definen a la asociatividad como un mecanismo de relación y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores, empresas, personas u organizaciones, interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente.

Se puede definir entonces a la asociatividad como una herramienta de colaboración y cooperación entre productores que buscan expandirse tanto en el mercado nacional como internacional, donde cada uno decide por voluntad propia participar en busca de un propósito común, sin perder su independencia y autonomía como productor.

Además, se consideraron algunas definiciones conceptuales sobre la asociatividad con el fin de dar un mayor afianzamiento al trabajo.

De manera general, los objetivos de la asociatividad se enfocan en compartir riesgos conjuntos y disminuir costos, pero pueden resumirse en objetivos de comercialización, financieros y organizacionales. Dentro de los objetivos de comercialización está la apertura de nuevos mercados, alianzas comerciales, investigación de mercados, etc. En los financieros está el acceso a financiamiento, ahorro por compras conjuntas y la inversión conjunta. Y en los objetivos organizacionales se encuentran la mejora en los procesos productivos, nuevas formas de administración, capacitación conjunta, acceso a tecnología (MINCETUR, 2014).

Por otro lado, al hablar de las características de la asociatividad, Soto (2014) menciona que su incorporación es voluntaria, ninguna empresa o productor es forzado a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar; no excluyen a ninguna empresa o productor porque estos modelos son aplicables a cualquier tipo de empresa sin importar a la industria que pertenecen; se mantiene la autonomía general de las partes, no se trata de que las decisiones de cada participante están en función de las necesidades de las demás; y se puede adoptar distintas modalidades, tanto organizacionales como jurídicas.

MINCETUR (2014), menciona que los modelos asociativos más utilizados en muchos sectores son la asociación, una organización estable de personas naturales o jurídicas, o de ambas, que a través de una actividad común persigue un fin lucrativo; la cooperativa que está formada por un grupo de personas naturales o jurídicas que buscan promover el beneficio de sus socios por medio de la provisión de bienes y servicios; y los Contratos Asociativos, aquellos en donde dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico.

Sin embargo, el éxito o fracaso de un modelo asociativo dependen de ciertos factores críticos que se presentan en los distintos agentes económicos que buscan asociarse.

Los factores críticos de la asociatividad son aquellas actividades y capacidades que impiden la formación y fortalecimiento de este mecanismo de cooperación entre distintos actores, empresas, personas o pequeños productores, donde cada uno decide voluntariamente participar en busca de un objetivo común, sin perder su independencia y autonomía.

Para Amézaga, Rodríguez, Núñez & Herrera (2013) la gestión asociativa está compuesta por dos tipos de factores: los socio-organizativos, que incluyen la definición de una visión y misión común entre los miembros de la organización, así como la promoción y consolidación de una serie de principios y valores básicos (la confianza, el liderazgo, la comunicación, la participación y el compromiso); y los socio-empresariales, que incluyen los temas económicos y productivos, los cuales se asientan en un proceso de planificación que se materializa en tres niveles: el plan estratégico, el plan de agronegocios y el plan operativo.

De igual forma, Rodríguez, Ramírez & Restrepo (2017) en su investigación engloba a los factores determinantes de la asociatividad en dos factores: Socio-organizacional y Empresarial. Dentro del factor socio-organizacional abarca el capital social, la planeación organizacional y la integración territorial. Dentro del factor empresarial menciona al factor económico, productivo-tecnológico y la orientación al mercado.

Asimismo, Fernández y Narváez (2011) en su artículo de investigación mencionan la confianza, objetivos y metas comunes, trabajo en equipo, cooperación, participación, transparencia y la integración con otras organizaciones locales como el gobierno, como factores necesarios para la ejecución de una estrategia asociativa.

Araque (2013) agrupa a los factores críticos que inciden en la asociatividad en dos grupos: factores económicos y extraeconómicos. Según Araque (2013), los factores económicos son aquellos que se basan en el desarrollo de la competitividad empresarial y están relacionados con la producción, administración, comercialización y la gestión de los recursos financieros y tecnológicos. En cambio, los factores extraeconómicos se relacionan con los principios que deben existir para la construcción de un modelo asociativo, tales como la confianza, transparencia, cooperación, solidaridad, respeto,

democracia, relaciones de poder, institucionalización, identidad cultural, compromiso con los objetivos comunes, trabajo en equipo, etc. Finalmente, Araque menciona que los factores extraeconómicos junto a los factores económicos deber ser tratados bajo un enfoque de complementariedad, ya que la ausencia de los unos puede generar problemas a los otros y viceversa.

En base lo investigado, se definió a cuatro factores críticos de acuerdo a las dimensiones de la variable asociatividad, los cuales fueron analizados en la presente investigación. El primero fue el factor organizacional, cuyas características son una gestión administrativa eficiente y el cumplimiento de los principios éticos del capital social. El propósito de este factor abarcó analizar la percepción de la asociatividad por parte de los productores, acceso a capacitaciones y/o certificaciones, nivel de confianza, cooperación y compromiso. El factor Financiero se caracteriza por una buena gestión de la estructura financiera y/o económica. Su propósito fue analizar el acceso a financiamiento, gestión de los costos de producción, las compras conjuntas y la inversión conjunta. Con respecto al factor producción, sus características se basan en tener una gran capacidad productiva, alto nivel de calidad del producto, acceso a la tecnología adecuada, investigación y desarrollo. En este factor el propósito fue estudiar el volumen de producción, control de merma y el uso de tecnología. Finalmente, el factor Comercialización se caracteriza por tener una buena investigación de mercados, la apertura de nuevos mercados y una logística y distribución eficiente. Su propósito en la investigación fue analizar el mercado de destino, el tipo de cliente y el medio de transporte utilizado en la comercialización del producto.

Esta tesis tuvo justificación teórica en las investigaciones realizadas al analizar diferentes documentos relacionados a la asociatividad y sus factores críticos. La cual se pudo conceptualizar como el mecanismo o estrategia entre diferentes actores como

empresas, personas u organizaciones, que buscan expandirse tanto en el mercado nacional como internacional y se unen voluntariamente para trabajar por objetivos comunes y de esa manera acceder a beneficios que no podrían lograr individualmente. Asimismo, que el éxito o fracaso de este mecanismo depende de los factores críticos tales como la confianza o compromiso.

Con respecto a la justificación aplicativa, se pudo determinar que dentro del sector agrícola hay productos que cuentan con gran potencial exportador, pero debido a las dificultades que presentan los productores individuales, es casi imposible que puedan expandirse tanto a nivel nacional como internacional. Como es el caso de Huaranchal, reconocida como la capital del café peruano en la región liberteña, pero a pesar de ello no ha sido tomada en cuenta como un eje primordial para procesar y comercializar café de muy buena calidad hacia el mercado local, nacional e internacional.

Como justificación valorativa, se consideró que el estudio sobre determinar cuáles eran los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal ayudaría a conocer las principales razones por las que no se forma un tipo de asociatividad en los agricultores, lo que permitirá tener una propuesta clara para impulsar el comercio del café y lograr que el departamento de La Libertad sea reconocido también como productor de este grano.

A su vez, este trabajo sirvió como una guía teórico-práctico la cual se podrá tomar como objeto de estudio futuro para los estudiantes de la Facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte que se encuentren interesados en realizar una investigación sobre la asociatividad y sus factores críticos dentro del sector agrícola como la producción de café.

## **1.2. Formulación del problema:**

¿Cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020?

### **1.3. Objetivos:**

#### **1.3.1. Objetivo general:**

Determinar cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020.

#### **1.3.2. Objetivos específicos:**

- **OE1:** Identificar si el factor organizacional es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.
- **OE2:** Identificar si el factor financiero es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.
- **OE3:** Identificar si el factor productivo es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.
- **OE4:** Identificar si el factor comercialización es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.

### **1.4. Hipótesis:**

#### **1.4.1. Hipótesis general:**

Los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020 son:

- Organizacional
- Financiero
- Producción
- Comercialización

#### **1.4.2. Hipótesis específicas:**

- El factor organizacional es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.
- El factor financiero es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.
- El factor productivo es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.
- El factor comercialización es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

En este capítulo se detalla la estructura metodológica que funciona como guía y describe los pasos y actividades a desarrollar para llevar a cabo el presente trabajo de investigación de forma sistemática, empírica y crítica (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), permitiendo dar validez científica al objeto de estudio.

### 2.1. Tipo y diseño de investigación:

- **Tipo de investigación:**

- **Según su naturaleza:** Hernández, Fernández & Baptista (2014) refieren que una investigación es cuantitativa porque utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Entonces según lo investigado, el tipo de investigación fue cuantitativa porque los datos se representaron mediante números y se analizaron con métodos estadísticos. Asimismo, es de alcance explicativo porque pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian.

- **Según su carácter:** Un investigación descriptiva, según Hernández, Fernández & Baptista (2014), busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Por lo tanto, se definió esta investigación como descriptiva porque al recoger la información sobre la variable de estudio describe las características de una comunidad.

- **Diseño de investigación:**

El diseño de investigación es no experimental, porque se basa en la recopilación de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin realizar manipulación de variables. De alcance temporal transversal, debido a que la investigación y recolección de datos se realizaron una sola vez con una muestra definida y en un punto específico de tiempo.

*Esquema Diseño transversal*

| Estudio | T1 |
|---------|----|
| M       | O  |

Donde:

M: Muestra      O: Observación

## 2.2. Población y muestra:

- **Población:** La población que abarcó este estudio estuvo conformada por 385 productores de café, de acuerdo al registro proporcionado por el Gobierno Regional de la Libertad.
- **Muestra:** De la población se tomó una muestra probabilística de 77 productores de café del distrito de Huaranchal, para ello se tuvo en cuenta un nivel de confianza del 95% y un margen de error de muestreo del 10%. Se utilizó se simboliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq} = 77.03$$

Donde:

N= 77.03 productores de café del distrito de Huaranchal

Z: 385 productores de café del distrito de Huaranchal (población)

Z= nivel de confianza de 95% =1.96

D= margen de error de 10% = 0.10

P= 0.5

Q= 0.5

- **Tipo de Muestreo:** Muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple porque todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para conformar parte de la muestra.
- **Objeto de estudio:** Productores del distrito de Huaranchal provincia de Otuzco, perteneciente a la quinta generación de productores de café de Huaranchal, zona principal de producción de café a nivel regional. Los caficultores de Huaranchal cuentan mayormente con ¼ de hectárea dedicada a este cultivo, producen específicamente la variedad típica o denominada comúnmente caracolillo. Están dedicados a la agricultura familiar desde mucho antes de la fundación del distrito de Huaranchal, es decir hace más de 300 años aproximadamente, cultivando un café orgánico ancestral de calidad de manera artesanal, el cual gracias a su sabor y aroma ha llegado a obtener 83 puntos en calidad de taza en el 2018 durante una pasantía en Jaén realizado por el Programa Nacional de Innovación Agraria – PNIA y la cooperativa Lankidetzta. Esto es debido a que los productores de Huaranchal cultivan el café en “huertos vergel”, el cual es un

huerto que convive con otras frutas como la naranja, lima, la granadilla, lúcuma o frutos silvestres como la zarzamora y uña de gato.

▪ **Criterios de Selección:**

- Solo productores de café perteneciente a algún caserío del distrito de Huaranchal como: El Milagro, La Colpa, Huaranchal pueblo, Chapihual, entre otros.
- Rango de edad: Entre los 20 años a más.
- Diferentes grados de instrucción.
- Sexo indistinto, femenino o masculino.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

#### **2.3.1. Técnica para la recolección de datos:**

**Encuesta:**

La encuesta sirvió para establecer contacto con las unidades de estudio por medio del cuestionario previamente establecido.

#### **2.3.2. Instrumento para la recolección de datos:**

**Cuestionario:**

Está comprendido por 28 preguntas y dividido en 5 secciones tomando en cuenta los objetivos de la investigación y las dimensiones de la variable (Ver Anexo N°3: Formato de Encuesta a los productores de café).

**-Información Demográfica:** 4 preguntas para respaldar que la muestra cumple con los criterios de selección.

**-Organizacional:** 6 preguntas alineadas a cumplir el OE1 del trabajo de investigación.

**-Financiero:** 6 preguntas alineadas a cumplir el OE2 del trabajo de investigación.

**-Producción:** 6 preguntas alineadas a cumplir el OE3 del trabajo de investigación.

**-Comercialización:** 6 preguntas alineadas a cumplir el OE4 del trabajo de investigación.

### **2.3.3. Requisitos de los instrumentos de recolección de datos:**

Toda medición debe reunir dos requisitos esenciales, la validez y la confiabilidad.

**Validez:** Se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). En este caso se utilizó la validez por el criterio del juicio de expertos, obteniendo un CVR de 1.00, lo que indica que el instrumento es aceptable (Ver anexo N°4: Validación por el Criterio del Juicio de Expertos).

- Mg. Mercy Evelyn Angulo Cortejana - Catedrática de la Carrera de Administración y Gestión Comercial de la Universidad Privada del Norte Sede Trujillo (Anexo N°4: Juicio de Experto #1).
- Mg. Jose Roberto Huamán Tuesta – Catedrático de la Carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte Sede Trujillo (Anexo N°4: Juicio de Experto #2).

- Mg. Luis Enrique Quiroz Veliz – Catedrático de la Carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte Sede Trujillo (Anexo N°4: Juicio de Experto #3).

**Confiabilidad:** Es el grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Se utilizó el Alpha de CronBach a una prueba piloto de 25 personas, obteniendo como resultado 0.92. Esto indica que la confiabilidad del instrumento es alta.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right] = 0.92$$

Donde:

- K (número de ítems) = 24
- Vi (varianza de cada ítem) = 17.7472
- Vt (varianza total) = 144.24

## 2.4. Procedimiento:

### 2.4.1. Procedimiento de Recolección de datos:

Para la recolección de los datos de la tesis primero se realizó una recopilación de información de diferentes fuentes bibliográficas como libros, revistas y tesis, que permitieron la elaboración de los ítems del cuestionario. Se determinó una muestra de 77 productores de café del Distrito de Huaranchal. Se realizó validación y confiabilidad del instrumento a través del juicio de tres expertos y una prueba piloto a 25 productores para calcular el Alpha de CronBach. El trabajo de campo se llevó cabo en 2 etapas. En la primera fase se les informó a los caficultores del distrito de Huaranchal en qué consistía el presente trabajo de investigación. En la segunda fase, se aplicó el cuestionario, el cual estuvo comprendido por 28 preguntas, 4 preguntas

referentes a los datos demográficos de la unidad de estudio y 24 preguntas cerradas según la escala de Likert referentes a los objetivos de la investigación. Toda la información obtenida se traslada a una base de datos en Microsoft Excel según cada pregunta del cuestionario y persona encuestada.

#### **2.4.2. Procedimiento de Tratamiento y Análisis de datos:**

Una vez que se le asignó un puntaje a todas las alternativas de las preguntas del cuestionario según la escala de Likert, se procedió a elaborar una nueva matriz o base de datos en el programa Microsoft Excel, la cual se divide en las preguntas o ítems del cuestionario y el número de persona encuestada. Luego, se procedió a llenar la base de datos con los valores que corresponde según las respuestas al instrumento de medición. Se sumó el valor de cada elemento para poder calcular el valor total por cada ítem. Posteriormente, se sacó el porcentaje equivalente para cada dimensión, se elaboró tablas para cada factor con su puntaje respectivo y se interpretó según el sistema de cuartiles.

#### **2.5. Aspectos éticos:**

De acuerdo con los principios establecidos en la normatividad de la Universidad Privada del Norte, y considerando la validez de esta investigación, se tomó en cuenta lo siguiente:

- Todos los participantes de la investigación proporcionaron su consentimiento acerca de su colaboración con el presente trabajo de investigación. Ningún sujeto de la investigación fue involucrado sin su autorización.
- Para la recopilación de los datos prevaleció el anonimato. Se informó a cada uno de los participantes del estudio que se mantendrá en absoluta reserva su identidad.

- El acceso a los resultados finales de la investigación fue de libre acceso para los participantes de la investigación.
- Todos los datos obtenidos de la presente investigación fueron reportados con total transparencia y sin ningún indicio de plagio.

### **CAPÍTULO III. RESULTADOS**

En este capítulo, se pretendió determinar cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco. Primero, se procedió a elaborar un matriz con los datos obtenidos de la encuesta. Se dividió en cuatro columnas por cada factor colocando el valor obtenido por pregunta en cada encuesta. Segundo, se sumó el total por cada pregunta y se comparó con el total esperado en el caso de que todos los encuestados hubieran respondido con el máximo valor que es 5.

Después, se realizó una regla de tres simple para hallar el porcentaje por cada pregunta. Se halló la suma total por cada dimensión y se comparó con el total esperado en el caso de que en todas las preguntas los encuestados hubieran respondido con el máximo valor que es 5. Finalmente, se volvió a realizar una regla de tres simple para hallar el porcentaje por cada factor. Estos porcentajes se analizaron en base a un sistema de cuartiles, los cuales indican que si el porcentaje está entre 76% a 100% no es un factor crítico. En la figura 1, se observa un resumen de los porcentajes obtenidos por cada factor.

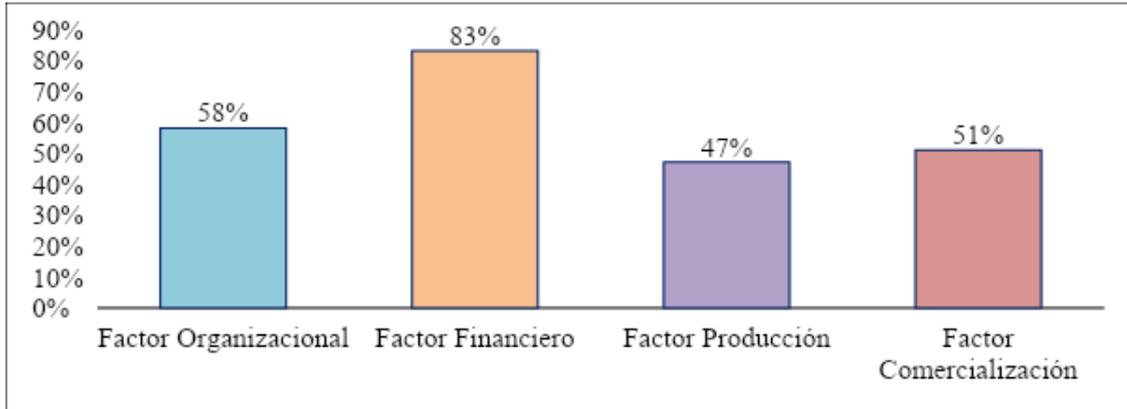


Figura 1. Resumen general del nivel de factor crítico por cada dimensión en porcentaje

Fuente: Encuesta.  
Elaboración: Propia

Tabla 1. Matriz general del Nivel de factor crítico por cada dimensión

| N° | Variable          |    |    |    |     |     |            |     |     |     |     |     |            |     |     |     |     |     |                  |     |     |     |     |   |
|----|-------------------|----|----|----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|-----|------------------|-----|-----|-----|-----|---|
|    | Factores Críticos |    |    |    |     |     |            |     |     |     |     |     |            |     |     |     |     |     |                  |     |     |     |     |   |
|    | Dimensiones       |    |    |    |     |     |            |     |     |     |     |     |            |     |     |     |     |     |                  |     |     |     |     |   |
|    | Organizacional    |    |    |    |     |     | Financiero |     |     |     |     |     | Producción |     |     |     |     |     | Comercialización |     |     |     |     |   |
| P5 | P6                | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12        | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18        | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24              | P25 | P26 | P27 | P28 |   |
| 1  | 1                 | 1  | 1  | 1  | 4   | 4   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 4   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 4   | 3   | 3   | 1 |
| 2  | 1                 | 1  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 3  | 1                 | 4  | 1  | 4  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 5   | 1   | 1   | 1                | 5   | 5   | 1   | 1   | 5 |
| 4  | 1                 | 1  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 5   | 5                | 1   | 4   | 3   | 3   | 1 |
| 5  | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 4   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 6  | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 7  | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 2   | 5          | 5   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 5   | 5                | 1   | 4   | 3   | 1   | 3 |
| 8  | 1                 | 4  | 1  | 4  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 9  | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 10 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 4   | 5   | 2   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 11 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 4   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 12 | 1                 | 4  | 1  | 4  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 13 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 14 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 4          | 5   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 15 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 4   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 16 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 17 | 1                 | 5  | 1  | 1  | 4   | 5   | 5          | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 4                | 3   | 4   | 3   | 3   | 3 |
| 18 | 4                 | 4  | 1  | 4  | 5   | 5   | 5          | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 4                | 3   | 4   | 3   | 3   | 3 |
| 19 | 1                 | 5  | 1  | 4  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 20 | 1                 | 5  | 1  | 1  | 5   | 4   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 4   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 4   | 3   | 2   | 3 |
| 21 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 22 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 23 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 24 | 1                 | 4  | 1  | 3  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 25 | 1                 | 4  | 1  | 1  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 26 | 1                 | 5  | 1  | 1  | 5   | 4   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 27 | 1                 | 4  | 1  | 4  | 5   | 4   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 4          | 2   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 4   | 3   | 3   | 3 |
| 28 | 1                 | 5  | 1  | 1  | 5   | 4   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 29 | 1                 | 5  | 1  | 3  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 4   | 3   | 3   | 1 |
| 30 | 1                 | 5  | 1  | 1  | 5   | 5   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |
| 31 | 1                 | 4  | 1  | 3  | 5   | 4   | 5          | 5   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   | 5                | 1   | 5   | 1   | 1   | 1 |

|      |            |     |     |     |     |     |     |      |            |     |      |     |     |            |     |     |     |     |            |     |     |     |     |     |
|------|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------------|-----|------|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 32   | 1          | 4   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 33   | 1          | 4   | 1   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 4   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 34   | 1          | 5   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 4          | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   |
| 35   | 1          | 4   | 1   | 1   | 5   | 2   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 36   | 1          | 5   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 5   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 4          | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   |
| 37   | 1          | 5   | 1   | 3   | 5   | 2   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 38   | 1          | 5   | 1   | 3   | 5   | 2   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 2   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 39   | 1          | 5   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 40   | 1          | 4   | 1   | 1   | 5   | 2   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 4          | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   |
| 41   | 1          | 5   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 42   | 1          | 5   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   |
| 43   | 1          | 4   | 1   | 1   | 5   | 2   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   |
| 44   | 1          | 4   | 1   | 1   | 5   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   |
| 45   | 1          | 5   | 1   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 46   | 4          | 5   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5    | 3          | 5   | 5    | 5   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1          | 5   | 4   | 3   | 1   | 5   |
| 47   | 1          | 5   | 1   | 3   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 48   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 4          | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   |
| 49   | 1          | 5   | 1   | 3   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 3   | 1   |
| 50   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 51   | 1          | 4   | 1   | 3   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 52   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 53   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 54   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 55   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 56   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 57   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5    | 1          | 4   | 5    | 4   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 58   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 59   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 60   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5    | 1          | 4   | 5    | 4   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 61   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 2   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   |
| 62   | 4          | 5   | 1   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 4   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 63   | 1          | 5   | 1   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 4   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 4          | 3   | 4   | 3   | 1   | 3   |
| 64   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 65   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 3   | 1   |
| 66   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 2   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 67   | 1          | 5   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 3          | 4   | 5    | 2   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 2   | 3   |
| 68   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 69   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 70   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 5   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 71   | 4          | 4   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 5   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 4          | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   |
| 72   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 2   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 3   | 1   |
| 73   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 74   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5    | 1          | 4   | 5    | 2   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   |
| 75   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 76   | 1          | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 4   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 5   | 1          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 77   | 1          | 4   | 1   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 1          | 5   | 5    | 4   | 4   | 2          | 5   | 1   | 1   | 1   | 5          | 1   | 5   | 1   | 1   | 1   |
| 385  | 89         | 320 | 77  | 174 | 337 | 338 | 380 | 385  | 87         | 363 | 385  | 328 | 355 | 107        | 377 | 85  | 77  | 85  | 369        | 101 | 361 | 125 | 104 | 109 |
| 100% | 23%        | 83% | 20% | 45% | 88% | 88% | 99% | 100% | 23%        | 94% | 100% | 85% | 92% | 28%        | 98% | 22% | 20% | 22% | 96%        | 26% | 94% | 32% | 27% | 28% |
| 2310 | 1335       |     |     |     |     |     |     |      | 1928       |     |      |     |     | 1086       |     |     |     |     | 1169       |     |     |     |     |     |
| 100% | <b>58%</b> |     |     |     |     |     |     |      | <b>83%</b> |     |      |     |     | <b>47%</b> |     |     |     |     | <b>51%</b> |     |     |     |     |     |
| 9240 | 5518       |     |     |     |     |     |     |      |            |     |      |     |     |            |     |     |     |     |            |     |     |     |     |     |
| 100% | <b>60%</b> |     |     |     |     |     |     |      |            |     |      |     |     |            |     |     |     |     |            |     |     |     |     |     |

Nota: 5 = Totalmente de acuerdo/Siempre; 4= De acuerdo/Casi siempre; 3 = Indeciso/A veces; 2 =En desacuerdo/Casi nunca; 1 = Totalmente en desacuerdo/Nunca

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Propia

**3.1. OE1:** Identificar si el factor organizacional es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.

Tabla 2. *Nivel de Factor Organizacional según sistema de cuartiles*

| Cuartiles | Nivel    | Puntaje | Nivel del factor Organizacional |
|-----------|----------|---------|---------------------------------|
| 0-25%     | Muy bajo |         |                                 |
| 26%-50%   | Bajo     |         |                                 |
| 51%-75%   | Alto     | 1335    | <b>58%</b>                      |
| 76%-100%  | Muy alto |         |                                 |

| Cuartiles | Nivel    | Puntaje | Nivel del factor Financiero |
|-----------|----------|---------|-----------------------------|
| 0-25%     | Muy bajo |         |                             |
| 26%-50%   | Bajo     |         |                             |
| 51%-75%   | Alto     | 1928    | <b>83%</b>                  |
| 76%-100%  | Muy alto |         |                             |

Fuente: Encuesta.  
Elaboración: Propia

En la tabla número 1 se observa que el nivel obtenido para el factor organizacional es 58%, lo que indica según el sistema de cuartiles que SÍ es un factor crítico; ya que para no considerarse factor crítico, el nivel óptimo debería estar entre 76% y 100%.

**3.2. OE2:** Identificar si el factor financiero es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.

Tabla 3. *Nivel de Factor Financiero según sistema de cuartiles*

Fuente: Encuesta.  
Elaboración: Propia

En la tabla número 2 se observa el nivel obtenido para el factor financiero, el cual es 83%, lo que indica según el sistema de cuartiles que NO es un factor crítico.

**3.3. OE3:** Identificar si el factor productivo es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.

Tabla 4. *Nivel de Factor Producción según sistema de cuartiles*

Fuente: Encuesta.  
Elaboración: Propia

El nivel obtenido para el factor producción es 47% como se puede observar en la tabla número 3, lo que indica según el sistema de cuartiles que SÍ es un factor crítico.

| Cuartiles | Nivel    | Puntaje | Nivel del factor Comercialización |
|-----------|----------|---------|-----------------------------------|
| 0-25%     | Muy bajo |         |                                   |
| 26%-50%   | Bajo     |         |                                   |
| 51%-75%   | Alto     | 1169    | <b>51%</b>                        |
| 76%-100%  | Muy alto |         |                                   |

**3.4. OE4:** Identificar si el factor comercialización es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.

Tabla 5. *Nivel de Factor Comercialización según sistema de cuartiles*

Fuente: Encuesta.  
Elaboración: Propia

En la tabla número 4 se observa el nivel obtenido para el factor comercialización, el cual es 51%, lo que indica según el sistema de cuartiles que SÍ es un factor crítico.

| Cuartiles | Nivel    | Puntaje | Nivel del factor Producción |
|-----------|----------|---------|-----------------------------|
| 0-25%     | Muy bajo |         |                             |
| 26%-50%   | Bajo     |         |                             |
| 51%-75%   | Alto     | 1086    | <b>47%</b>                  |
| 76%-100%  | Muy alto |         |                             |

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Discusión:

Siendo el objetivo general de la investigación determinar cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal, se puede observar que se logró el OE1, comprobándose la hipótesis específica: “El factor organizacional es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal”, con un 58% de nivel de factor crítico. Este resultado se demuestra en los datos obtenidos en la encuesta, los cuales indican que casi el 100% de la población encuestada no tienen conocimiento específico sobre lo que es la asociatividad y sus beneficios, puesto que no han recibido capacitaciones por parte de alguna entidad, lo que resulta una debilidad en los productores si es que se busca fomentar algún modelo asociativo en el lugar.

Aunque parezca contradictorio, la mayoría de los caficultores encuestados están de acuerdo con formar parte de un modelo asociativo solo porque asocian la definición de este mecanismo con el hecho de “pertenecer a una cooperativa que les ayudará a obtener un mejor beneficio económico”; sin embargo, los productores mencionaron que no estarían seguros en confiar plenamente en los miembros de la asociación, debido a que ya han sufrido engaños por parte de otras entidades. Muchos de ellos afirmaron haber sido engañado por ONG’S y autoridades del gobierno, incluso algunos productores llegaron a formar parte de una cooperativa que estuvo mal administrada y

que según ellos no les brindaban información acerca de la gestión administrativa y comercialización del producto, lo que ha generado un alto índice de desconfianza por parte de los caficultores ante cualquier proyecto que se les presente.

Por otro lado, los productores encuestados creen que obtendrían más ventajas trabajando en conjunto con otros caficultores que si estuvieran solos, lo que indica que existe un alto índice de cooperación:

Si nos ayudamos entre todos claro que tendremos mayores beneficios que trabajando solo, tendremos mejores precios y mejoraría nuestra calidad de vida también (B. Horna Alonzo, comunicación personal, 07 de Octubre de 2020).

Asimismo, expresan que están totalmente de acuerdo en que es una obligación cumplir con todas las actividades que se desarrollan dentro de una asociación. Esto demuestra que no existirían los socios con comportamiento oportunista o también llamados “free riders”, que significa el abandono a sus cooperativas por parte de los socios oportunistas ante la aparición de dificultades (Canchari, Carhuachin & Gutierrez, 2017). Lo que indica que existe un alto nivel de compromiso por parte de los productores ante una asociatividad. Estos resultados concuerdan con los hallazgos de Canchari, Carhuachin & Gutierrez (2017), quienes señalan que el limitado conocimiento de los socios con respecto al funcionamiento de la estructura cooperativa y la falta de capacitación de los miembros dificulta la asociatividad. Asimismo, que las malas gestiones del pasado como falta de transparencia, errores en la toma de decisiones, y falta de comunicación generan que muchos de los socios no confíen plenamente en los miembros de su cooperativa. Esto es justificado por Callejas (2017) en su trabajo de investigación, donde sus hallazgos demuestran que los factores de éxito de la asociación Asotbilbao son la cooperación entre sus asociados, trabajo en equipo, la confianza, el compromiso y la disciplina como pilares fundamentales de la estructura organizacional.

Con respecto al OE2, se rechaza la hipótesis específica: “El factor financiero es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal”, con un 83% de nivel de factor crítico. Esto debido a que más del 90% de los productores consideran que sí es necesario y están dispuestos a obtener financiamiento para hacer crecer su negocio, pero que no lo solicitan porque las tasas de interés son muy altas y algunos no conocen cuáles entidades financieras son las que les ofrecen estos créditos. Esto no va acorde con Mendoza & Guerrero (2020) acerca de los factores relacionados con la asociatividad en el Sector confección del área metropolitana de Bucaramanga, quienes clasifican a los factores de la asociatividad en tres dimensiones: social, económico y ambiental; obteniendo como resultado en el factor económico que es igual al factor financiero, que los productores del sector confección no están interesados en adquirir obligaciones financieras y no cuentan con inversión extranjera, impidiendo sus posibilidades de crecimiento. Esto indica que en la investigación de Mendoza & Guerrero (2020), el factor financiero sí es un factor crítico porque no existe la capacidad económica que requiere el mercado para crecer y consolidarse.

Por el contrario, los productores de café del distrito Huaranchal sí están totalmente de acuerdo en que formando parte de una asociación podrían acceder a nuevas y/o mejores fuentes de financiamiento:

Sería mucho más fácil obtener créditos para mejorar nuestra producción si fuéramos parte de una asociación, tendríamos más facilidades y sería más seguro porque tendríamos un respaldo...solos es muy difícil que nos den un préstamo (M. Rodríguez Chávez, comunicación personal, 07 de Octubre de 2020).

La mayoría de los caficultores no lleva un control adecuado de los costos de producción de su cultivo de café, lo que no les permite conocer con exactitud cuánto es su utilidad. Aunque, mencionaron que si formaran parte de una asociación, les gustaría recibir capacitaciones sobre costos para que ellos mismos puedan conocer cuánto es lo que están invirtiendo y recibiendo como ingresos. Asimismo, están totalmente de acuerdo en que formando parte de una asociación pueden disminuir sus costos de producción y que realizando compras conjuntas pueden obtener los bienes y materiales para la producción del café a menor precio. Además, la mayoría de los caficultores está totalmente de acuerdo en que a través de la asociación se realice inversiones conjuntas que les permita tener acceso a tecnología e insumos. Muchos de ellos manifestaron que estarían de acuerdo en adquirir maquinarias e insumos en conjunto siempre y cuando el uso de estas herramientas sea de manera equitativa. Todos estos hallazgos indicaron que el factor financiero en los productores de café de Huaranchal no es un punto crítico que impida una asociatividad.

Sin embargo, los resultados en esta dimensión no concuerdan con los hallazgos obtenidos por García & Balta (2018), quiénes en su trabajo de investigación concluyeron que el factor financiero es un factor a tener en cuenta como crítico. Asimismo, tampoco coincide con los hallazgos de Canchari, Carhuachin & Gutierrez (2017), quienes mencionaron que una de las mayores dificultades que tienen las cooperativas agrarias para su correcto desarrollo empresarial es el limitado y difícil acceso a los créditos. En el caso de que logren acceso al crédito, muchas veces las tasas son muy altas y luego tienen dificultad para pagarlas. Esto se debe a que los productores no realizan un seguimiento a sus costos de producción, comercialización, transformación, compra de equipos y capacitación técnica, lo que hace difícil que puedan demostrar solvencia y por ello requieren de un garante para poder acceder al crédito. Esto es respaldado por

Rodríguez, Ramírez & Restrepo (2018), quienes mencionaron que dentro del factor económico o financiero, tener una definición clara de la estructura de costos, tener claro el punto de equilibrio y definidos los márgenes de comercialización son factores determinantes de la sostenibilidad de una asociatividad.

Se logró el OE3 comprobándose la hipótesis específica: El factor productivo es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal, con un nivel de factor crítico de 47%. Los resultados nos muestran que más del 60% de los productores poseen menos de 1 hectárea de café, a veces cultivan  $\frac{1}{2}$  o  $\frac{1}{4}$  de hectárea de café. La variedad que mayormente cultivan es caracolillo o caturra. Son pocos los caficultores que llegan a cultivar entre 1 a 3 hectáreas como máximo. Por lo tanto, el número de hectáreas sembradas normalmente por los productores de Huaranchal es en promedio de 1 Ha por agricultor. Según Casavilca (2019), el 95% de los agricultores peruanos que se dedican a este cultivo cuentan con menos de 5 hectáreas, extensión de tierra que es insuficiente si no producen un volumen significativo.

Asimismo la producción anual de café oscila siempre entre 1 quintal y 5 quintales (qq). La mayoría de los productores de Huaranchal cosechan en promedio 1 qq anual, siendo este un nivel muy bajo comparado con el resto del mercado nacional e internacional. Solamente en el cultivo tradicional se cosecha entre 6 qq y 10 qq y en el cultivo intensivo entre 15 qq a más de 30 qq. El rendimiento nacional promedio es de 13 qq por hectárea, ubicándose las mayores áreas de producción en los departamentos de Cajamarca, Junín, Cuzco, Amazonas y San Martín, que juntos representan el 85% del mercado total nacional (Díaz & Carmen, 2017). Estos rendimientos promedio están por debajo de los logrados por países como Colombia, Costa Rica y Brasil, cuyos promedios alcanzan 25 qq/ha hasta más de 40 qq/ha (INIA, 2003). Esto se debe a que

los caficultores de la zona carecen de asistencia técnica por parte de las entidades del estado como el Ministerio de Agricultura, Gobierno Regional, Municipalidades, etc

Además, el 100% de los productores revelaron que nunca llevan un control de su merma, porque desconocen del tema, lo que genera una reducción en la capacidad de producción del café. Con respecto, al manejo agrícola, casi el 100% no utiliza ningún tipo de tecnología para la producción del café y todo el proceso lo hacen de manera artesanal. No cuentan con tecnologías agronómicas que mejoren la eficiencia de la cosecha y post cosecha del cultivo. Para Casavilca (2019), una de las principales razones de la baja productividad se debe a que el agricultor no aplica un programa de nutrición balanceada a base de fertilizantes por desconocimiento, falta de acceso o tradición. Todo esto afecta significativamente la calidad y productividad del cultivo, lo que no les permite una rentabilidad que mejore su calidad de vida. Son muy pocos los agricultores que utilizan tecnología debido al tipo de café que venden:

Poco a poco hemos ido adquiriendo estas máquinas como la despulpadora y piladora debido a que nosotros trabajamos el proceso para obtener el café pergamino (P. Rodríguez Chávez, comunicación personal, 07 de Octubre del 2020).

Estos resultados demuestran que la capacidad y volumen de producción no justifican una producción en crecimiento, sumado a esto está el no uso de tecnologías adecuadas. Asimismo, estos hallazgos están respaldados con lo que menciona Araque (2013) en su investigación acerca los de factores económicos y factores extraeconómicos de la asociatividad, los cuales deben ser vistos bajo un enfoque de “acción complementaria mutua”. Esto significa que no se debe dar mayor importancia solo a un tipo de factor. Los factores extraeconómicos como la confianza, cooperación,

compromiso, trabajo en equipo, etc, son importantes al momento de impulsar algún modelo asociativo, de igual manera, los factores económicos como el incremento de la producción a través del uso de la tecnología, la tendencia hacia la innovación permanente, y la presencia de procesos y productos con alto nivel de estandarización son también factores indispensables en un proceso asociativo.

Estos resultados concuerdan también con los hallazgos de Rodríguez, Ramírez & Restrepo (2018), en cuanto a la importancia de los factores productivo-técnico determinantes que permiten la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales, como la prestación del servicio de asistencia técnica para el mejoramiento de los sistemas de producción y programas de promoción e implementación de buenas prácticas agropecuarias. Asimismo, Callejas (2017) menciona como factores de éxito de la Asociación de Tecnólogos y Productores de Bilbao, en el factor producción, a la importancia de tener recursos para trabajar en procesos de acopio, contar con un laboratorio de análisis de café, una bodega con capacidad aproximada de diez toneladas, conocimiento por parte de los productores en el área técnica y maquinarias y equipos idóneos para el almacenamiento del café. En general, hay que tener una gran capacidad productiva y buen manejo agrícola para llevar a cabo un proceso de mejoramiento técnico que beneficie el proceso productivo en una asociación.

En cuanto al OE4 se comprueba la hipótesis específica: “El factor comercialización es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal”, con un nivel de factor crítico de 51%. En lo referente a mercado de destino, un punto débil de los productores de café de Huaranchal es que más del 80% destina siempre su producción al mercado local. Esto quiere decir que solamente vende su producto dentro del mismo Huaranchal y a la provincia de Otuzco. Esta es una de las razones por las que el café huaranchalino no es reconocido en otras

partes de La Libertad ni en el Perú. Son pocos los productores que llevan su producción al mercado nacional en busca de obtener un mejor precio, siendo estos lugares Cascas, Trujillo, Chiclayo y Lima. Pero que no han generado algún impacto porque el café huaranchalino aún no es reconocido en el mercado, a pesar de haber sido evaluado en calidad de taza obteniendo un puntaje de 83 puntos, lo que lo clasifica como un café de “Especialidad”.

El hecho de que los caficultores vendan su café dentro del mismo Huaranchal se debe a que mayormente le venden su producción a un intermediario o acopiador, el cual les paga un precio no razonable por el producto. Esto se debe a la poca capacidad de producción y a la necesidad económica que tienen los agricultores de recibir el dinero de inmediato.

Sin embargo, existen algunos productores que ya están desarrollándose y empezaron a vender su café a bodegas y a cafeterías. Existen dos productores que dejaron de vender su café a los acopiadores por el precio barato que les pagaban y se unieron con dos cafeterías que se encuentran en Otuzco y en Lima, las cuales les pagan un precio justo por el café. No solo reconocen y valoran su labor como agricultores, sino también los impulsan a mejorar la calidad de su café constantemente.

Asimismo, otros caficultores manifestaron que a veces han logrado vender su producción al cliente final porque han sacado su propia marca de café y han participado en ferias de emprendimiento, otros mencionaron que lo empacan y lo venden de manera ambulancia en los mercados.

Quise obtener un ingreso extra y se me ocurrió empacar mi café en bolsas de 100 gr para venderlo directo al cliente. Empecé a venderlo a veces en la Hermelinda los fines de semana cuando iba a Trujillo...Ahora, tengo mi propia marca de café

llamada Paqcha café de altura que ya cuenta con registro sanitario, el cual lo vendo directamente al cliente mediante pedidos o cuando participo en ferias de emprendimiento (M. Aguilera Garate, comunicación personal, 07 de Octubre del 2020).

Por otra parte, más del 80% de los caficultores no utiliza algún tipo de vehículo motorizado para la comercialización de su producto. Esto se justifica por ser pequeñas cantidades las que ellos comercializan y a que la mayoría vende su café dentro del mismo Huaranchal, por lo que para el traslado del producto utilizan bestias como caballos o mulas. Asimismo, varias chacras de los agricultores no tienen acceso a carreteras, por ende no pueden utilizar vehículos motorizados. Lo que significa una gran dificultad si se pretende comercializar el producto al mercado nacional e internacional.

La falta de buenas carreteras no permite que algunos productores vendan su café porque algunos acopiadores no quieren ir hasta sus chacras por lo alejadas que se encuentran y por el difícil acceso para vehículos motorizados. Entonces lamentablemente esos caficultores se quedan con la producción y pierden dinero (M. Aguilera Garate, comunicación personal, 07 de Octubre del 2020).

Los únicos que utilizan vehículos motorizados son los productores-acopiadores de la zona que compran el café a los otros productores y lo venden en el mercado nacional como Trujillo o Chiclayo a otros acopiadores más grandes o directo a la planta de Café Altomayo; sin embargo, los vehículos no son de su propiedad.

Todos estos resultados coinciden en parte con los hallazgos de Mendoza & Guerrero (2020), los cuales también encuentran crítico que en el factor comercialización, la mayoría de las empresas del sector confección de Bucaramanga solo mantienen como cliente principal al consumidor final mientras que únicamente el

1% evolucionó a multinacionales. Lo cual es respaldado por Araque (2013) en su investigación acerca de los factores económicos de comercialización que son determinantes para la asociatividad. Con respecto a lo comercial, Araque menciona que al mejorar la posición productiva en términos cuantitativos permite, de forma directa, aumentar la capacidad de negociación del grupo asociado y que el aumento de la cobertura de mercado brinda acceso a nuevos mercados y/o a la ampliación de los ya existentes. Lo que se ve reflejado también como factor determinante de la sostenibilidad de la asociatividad en los departamentos Antioquia, Cauca, Nariño y Valle del Cauca, debido a la existencia de diversidad de canales de comercialización (Rodríguez, Ramírez & Restrepo, 2018).

Asimismo, se enfrentó limitaciones tales como la falta de estudios previos acerca del tema de investigación, y de la unidad de estudio no se obtuvo registros exactos o actualizados. Se tuvo una ubicación geográfica de la unidad de estudio un poco inaccesible por la situación del Covid-19 y un corto periodo de tiempo de 1 semana para la recolección de datos.

Finalmente, la implicancia de esta investigación es dar a conocer cierta información que se contradice con respecto a la teoría y estudios previos, como es el caso del factor financiero, el cual según la investigación realizada no es un factor crítico que impida la asociatividad, pero para otros autores este factor sí es considerado como crítico. Desde el punto de vista práctico, la implicancia de esta tesis permite tomarse como ejemplo para la toma de decisiones futuras por parte de los productores de Huaranchal en el caso de que quisieran empezar a desarrollar un modelo asociativo.

#### **4.2. Conclusiones:**

- Se concluye que el factor organizacional sí es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, debido a que existe un alto grado de desconfianza entre los agricultores, así como también la falta de capacitaciones acerca de lo que es la asociatividad.
- Se concluye que el factor financiero no es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, porque hay gran disposición por parte de los caficultores para adquirir créditos si es que formaran parte de una asociación. Asimismo, están dispuestos a realizar compras e inversiones conjuntas para la mejora de su producción.
- Se concluye que el factor productivo sí es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, porque los agricultores no tienen una capacidad productiva competitiva ni un adecuado manejo agrícola.
- Se concluye también que el factor comercialización sí es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, debido a que mayormente comercializan su producción al mercado local, es decir le venden su producto a acopiadores de la zona, por la poca capacidad productiva que tienen y el difícil acceso de vehículos motorizados hasta sus chacras.
- Finalmente se concluye que los factores críticos que impiden la asociatividad en los productores del distrito de Huaranchal son el factor organizacional, el factor producción y el factor comercialización.

## REFERENCIAS

- Acevedo & Buitrago (2009). *Asociatividad empresarial, crecimiento productivo innovación el caso de las PYMES del sector textil y confecciones en Bogotá*. (Tesis de licenciatura). Universidad de la Salle, Colombia. Recuperado de <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/145/>
- Alayo (03 de Setiembre del 2015). CEPROVASC: la certificación su mejor aliado para la exportación. [En línea]. Diario GS1 Perú. Recuperado de <https://gs1pe.org/gs1-newsletter/content/ceprovasc-la-certificacion-su-mejor-aliado-para-la-exportacion>

- Amézaga, Rodríguez, Núñez & Herrera (2013). *Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa*. Documento de investigación. Recuperado de <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>
- Araque (2013). *Factores determinantes de la asociatividad como alternativa para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias*. (Tesis de doctorado). Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3438>
- Callejas (2017). Factores de éxito de la Asociación de Tecnólogos y Productores de Bilbao, una empresa asociativa en el posconflicto. *Revista Equidad y Desarrollo*, (27) pp 169-194. Universidad de la Salle, Colombia. Recuperado de <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq/vol1/iss27/9/>
- Canchari, Carhuachin & Gutierrez (2017). *Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetaleras del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible*. (Tesis de licenciatura) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/621865>
- Casavilca (22 de Agosto del 2019). Día Nacional del Café: el cultivo ya no es rentable en el Perú. *Diario Stakeholders Sostenibilidad*. [En línea]. Recuperado de <https://stakeholders.com.pe/notas/dia-nacional-del-cafe-cultivo-ya-no-rentable-peru/>
- Díaz & Carmen (2017). *Línea de Base del Sector Café en el Perú*. Documento de Trabajo. Ministerio de Agricultura y Riego. Recuperado de <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/2017/pncafe/sector-cafe-peru.pdf>
- Fernández & Narváez (2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. *Revista Visión Gerencial*, (2) pp. 295-308.

Universidad de los Andes, Venezuela. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545891005>

García & Balta (2018). *Los factores críticos que impiden la asociatividad para la exportación por parte de los productores de calzado del distrito El Porvenir*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Privada del Norte, Perú. Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21367#:~:text=Se%20trabaj%C3%B3%20con%20la%20hip%C3%B3tesis,de%20voluntades%2C%20iniciativas%20y%20re cursos.>

Grueso, M. Gómez, J. y Garay, L. (2009). *Procesos de asociatividad empresarial: Aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional*. Documento de investigación. Universidad del Rosario, Colombia. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/3783>

Haro (23 de Junio del 2012) Declaran a Huaranchal como capital del café en La Libertad. *Diario El Correo*. [En línea] Recuperado de <https://diariocorreo.pe/peru/declaran-a-huaranchal-como-capital-del-cafe-en-la-libertad-254331/>

Hernández, Fernández & Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. [En línea] (6ta ed.). México, DF: McGraw-Hill/Interamericana editores. Recuperado de [https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)

Instituto Nacional de Innovación Agraria (2001). *Plan de Acción Ecorregional de la Innovación Tecnológica Agraria en el Perú*. Recuperado de <http://entreamigosycolegas-cafe.blogspot.com/2013/07/hace-10-anos-ya-habia-un-plan-para-el.html>

Liendo & Martínez (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. Documento de investigación. Universidad del Rosario, Argentina. Recuperado de <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/8044>

Lozano (2010). La Asociatividad como Modelo de Gestión para promover las exportaciones en las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 5(2), pp 161-191. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-30632010000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007)

Magnazo & Orchasky (2007). Estrategias asociativas para micro y pequeñas empresas. *Revista de la OIT en Argentina*, 1 pp 1-26. Recuperado de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos\\_aires/documents/publication/wcms\\_bai\\_pub\\_97.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_bai_pub_97.pdf)

Mendoza & Guerrero (2017). *Análisis de Factores Relacionados con la Asociatividad en el sector Confección Área Metropolitana de Bucaramanga*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia. Recuperado de [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18335/1/2020\\_an%C3%A1lisis\\_factores\\_relacionados.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18335/1/2020_an%C3%A1lisis_factores_relacionados.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). *Guía de Asociatividad de comercio exterior*. [En línea]. Recuperado de <http://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/176>

Narváez, Fernández, Gutiérrez, Revilla & Pérez (2009) Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná. *Revista Multiciencias*, 9(2) pp 157-166. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411687007>

Puerto (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Revista Pensamiento & Gestión*, (28) pp 171-195. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176009>

Rodríguez, Ramírez & Restrepo (2017). Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales. *Revista de Economía y Sociología Rural*, 56(1) pp 107-122. Recuperado de [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-20032018000100107&lng=es&tlng=es](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032018000100107&lng=es&tlng=es)

Soto (2014). *Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe - departamento de Lambayeque*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo, Perú. Recuperado de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT\\_63bf920fac0137d2c684c8ff1132159b/Details](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT_63bf920fac0137d2c684c8ff1132159b/Details)

ANEXOS

ANEXO N° 1. Matriz de Consistencia

| PROBLEMA  | OBJETIVOS   | HIPÓTESIS  | VARIABLE   | TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN   | POBLACIÓN Y MUESTRA  |
|---|---|--|--|--|--|
| ¿Cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020? | <p><b>Objetivo general:</b><br/>Determinar cuáles son los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar si el factor organizacional es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.</li> <li>• Identificar si el factor financiero es un factor crítico que impide la</li> </ul> | <p><b>Hipótesis general:</b><br/>Los factores críticos que impiden la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020 son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizacional</li> <li>- Financiero</li> <li>- Producción</li> <li>- Comercialización</li> </ul> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> | <p><b>Variable independiente:</b><br/>Factores críticos de la asociatividad.</p> | <p><b>Tipo de investigación:</b><br/>-Según su naturaleza, Cuantitativa.<br/>-Según su carácter, Descriptiva.</p> <p><b>Diseño de investigación:</b><br/>No experimental, transversal.</p> | <p><b>Población:</b> 385 productores de café del distrito de Huaranchal.</p> <p><b>Muestra:</b> De la población se tomó una muestra de 77 productores de café del distrito de Huaranchal, para ello se tuvo en cuenta un margen de confianza del 95% y un margen</p> |

|  |   |   |  |  |                                      |
|--|---|---|--|--|--------------------------------------|
|  | <p>asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar si el factor productivo es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.</li> <li>• Identificar si el factor comercialización es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El factor organizacional es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.</li> <li>• El factor financiero es un factor crítico que impide la asociatividad de los productores de café del distrito de Huaranchal de la provincia de Otuzco, Trujillo 2020.</li> <li>• El factor productivo es un factor crítico que impide la</li> </ul> |  |  | <p>de error de muestreo del 10%.</p> |
|--|---|---|--|--|--------------------------------------|

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  | <p>asociatividad de los<br/>productores de café del<br/>distrito de Huaranchal de<br/>la provincia de Otuzco,<br/>Trujillo 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El factor comercialización<br/>es un factor crítico que<br/>impide la asociatividad de<br/>los productores de café del<br/>distrito de Huaranchal de<br/>la provincia de Otuzco,<br/>Trujillo 2020.</li> </ul> |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|

Elaboración: Propia

### ANEXO N° 2. Matriz de Operacionalización de Variables

| Variable | Definición<br>conceptual | Definición<br>operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Respuestas |
|----------|--------------------------|---------------------------|-------------|-------------|-------|------------|
|----------|--------------------------|---------------------------|-------------|-------------|-------|------------|

|                                       |  |   |                |                                    |   |  |
|---------------------------------------|--|---|----------------|------------------------------------|---|--|
| Factores críticos de la Asociatividad | Los factores críticos de la asociatividad son aquellos elementos que influyen en la formación de esta. Según Araque (2013), la asociatividad tiene factores económicos como la capacidad productiva, acceso a recursos financieros, acceso a tecnología, entre otros, y factores extraeconómicos como confianza, cooperación, compromiso, trabajo en equipo, entre otros, los cuales son determinantes en su | Los factores críticos de la asociatividad son aquellas actividades y capacidades que impiden la formación de este mecanismo de cooperación entre distintos actores, empresas, personas o pequeños productores, donde cada uno decide voluntariamente participar en busca de un objetivo común, sin perder su independencia y autonomía. Los factores de asociatividad se pueden agrupar en 4 dimensiones: Organizacional, | Organizacional | Percepción de la asociatividad     | ¿Tiene conocimiento sobre lo que es la asociatividad y sus beneficios?                                    | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |
|                                       |  |   |                |                                    | ¿Qué tan de acuerdo estás con formar parte de un modelo asociativo?                                       | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |
|                                       |  |   |                | Capacitaciones y/o certificaciones | ¿Ha recibido capacitaciones/certificaciones sobre lo que es la asociatividad por lo menos una vez al mes? | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |
|                                       |  |   |                | Confianza                          | Si usted fuera parte de algún modelo asociativo, ¿confiaría en los miembros de la asociación?             | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |
|                                       |  |   |                | Cooperación                        | ¿Usted considera que trabajando en conjunto con otros   | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en  |

|  |   |                   |            |  |   |
|--|---|-------------------|------------|--|---|
| <p>formación. Tomando en cuenta las dimensiones de la Asociatividad que son el factor Organizacional, Financiero, Producción y de Comercialización, se puede agrupar dichos indicadores dentro de cada factor.</p> | <p>Financiero, Producción y Comercialización.</p> |                   |            | <p>caficultores podría obtener más ventajas que si estuviera solo?</p>   | <p>desacuerdo y totalmente en desacuerdo.</p>   |
|  |   |                   | Compromiso | <p>¿Considera que es una obligación cumplir con todas las actividades que se realizan dentro de una asociación?</p>    | <p>Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.</p> |
|  | Financiero  | Acceso a créditos |            | <p>¿Considera que es necesario obtener financiamiento para hacer crecer su negocio?</p>                                | <p>Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.</p> |
|  |   |                   |            | <p>¿Cree usted que formando parte de una asociación podría acceder a nuevas y/o mejores fuentes de financiamiento?</p> | <p>Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.</p> |

|  |  |  |  |                     |   |  |
|--|--|--|--|---------------------|---|--|
|  |  |  |  | Costo de producción | ¿Usted considera que lleva un control adecuado de los costos de producción de su cultivo de café?                             | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |
|  |  |  |  |                     | ¿Considera que formando parte de una asociación puede disminuir sus costos de producción?                                     | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |
|  |  |  |  | Compras conjuntas   | ¿Considera que través de la asociatividad se puede obtener los bienes y materiales para la producción del café a menor costo? | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |
|  |  |  |  | Inversión conjunta  | ¿Estaría de acuerdo en que a través de la asociación se realice inversiones   | Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. |

|  |  |  |            |                                       |   |  |
|--|--|--|------------|---------------------------------------|---|--|
|  |  |  |            |                                       | conjuntas que permitan tener acceso a tecnología e insumos? |  |
|  |  |  | Producción | Número de hectáreas dedicadas al café | ¿Usted cultiva menos de 1 hectárea de café?                 | Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca. |
|  |  |  |            |                                       | ¿Usted cultiva entre 1 y 5 hectáreas de café?               | Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca  |
|  |  |  |            | Volumen de Producción                 | ¿Su producción anual de café oscila entre 1 QQ y 5 QQ?      | Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca. |
|  |  |  |            |                                       | ¿Su producción anual de café oscila entre                   | Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca. |

|  |  |  |                  |   |   |  |
|--|--|--|------------------|---|---|--|
|  |  |  |                  |   | 10 QQ y más de 15<br>QQ?  |  |
|  |  |  |                  | Merma   | ¿Lleva un control de<br>su merma?                                       | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |
|  |  |  |                  | Uso de tecnología<br>en el manejo<br>agrícola | ¿Utiliza algún tipo de<br>tecnología para el<br>cultivo de café?        | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |
|  |  |  | Comercialización | Mercado de destino                            | ¿Con qué frecuencia<br>destina su<br>producción al<br>mercado local?    | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |
|  |  |  |                  |   | ¿Con qué frecuencia<br>destina su<br>producción al<br>mercado nacional? | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |
|  |  |  |                  | Tipo de cliente                               | ¿Con qué frecuencia<br>le vende su<br>producción a un                   | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |

|  |  |  |  |                        |   |  |
|--|--|--|--|------------------------|---|--|
|  |  |  |  |                        | intermediario y/o<br>acopiador?   |  |
|  |  |  |  |                        | ¿Con qué frecuencia<br>le vende su<br>producción a una<br>empresa o<br>asociación?              | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |
|  |  |  |  |                        | ¿Con qué frecuencia<br>le vende su<br>producción al cliente<br>final?                           | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |
|  |  |  |  | Medio de<br>transporte | ¿Utiliza algún tipo de<br>vehículo motorizado<br>para la<br>comercialización de<br>su producto? | Siempre, casi siempre, a<br>veces, casi nunca,<br>nunca. |

Elaboración: Propia

### ANEXO N°3. Formato de Encuesta a los productores de café

Universidad Privada del Norte

Facultad de Negocios

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Encuesta dirigida a los productores de café del distrito de Huaranchal para determinar cuáles son los factores críticos que impiden la formación de una asociatividad.

-----  
Saludos cordiales, soy Romina Aguilera Rodriguez, bachiller de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte y estoy conversando con personas como usted sobre importantes temas concernientes a su actividad productora. De ante mano agradezco su colaboración.

**Instrucciones:** Marque la alternativa que describa mejor su situación.

**Fecha:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

#### A. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA:

1. **Edad:** a) 20-30                      b) 31-40                      c) 41-50                      d) 51- a más
2. **Sexo:**                      M                       F
3. **Instrucción:** a) Ninguno                      b) Primaria                      c) Secundaria                      d) Técnica                      e) Superior
4. **Residencia:** \_\_\_\_\_

#### B. ORGANIZACIONAL:

##### Percepción de la asociatividad

5. ¿Tiene conocimiento sobre lo que es la asociatividad y sus beneficios?
- a) Totalmente de acuerdo                      c) Indeciso                      e) Totalmente en desacuerdo
- b) De acuerdo                      d) En desacuerdo
6. ¿Qué tan de acuerdo estás con formar parte de un modelo asociativo?

- a) Totalmente de acuerdo      c) Indeciso      e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo      d) En desacuerdo

### Capacitaciones y/o certificaciones

7. ¿Ha recibido capacitaciones/certificaciones sobre lo que es la asociatividad por lo menos una vez al mes?

- a) Totalmente de acuerdo      c) Indeciso      e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo      d) En desacuerdo

### Confianza

8. Si usted fuera parte de algún modelo asociativo, ¿confiaría en los miembros de la asociación?

- a) Totalmente de acuerdo      c) Indeciso      e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo      d) En desacuerdo

### Cooperación

9. ¿Usted considera que trabajando en conjunto con otros caficultores podría obtener más ventajas que si estuviera solo?

- a) Totalmente de acuerdo      c) Indeciso      e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo      d) En desacuerdo

### Compromiso

10. ¿Considera que es una obligación cumplir con todas las actividades que se realizan dentro de una asociación?

- a) Totalmente de acuerdo      c) Indeciso      e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo      d) En desacuerdo

## C. FINANCIERO:

### Acceso a créditos

11. ¿Considera que es necesario obtener financiamiento para hacer crecer su negocio?
- a) Totalmente de acuerdo    c) Indeciso    e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo    d) En desacuerdo
12. ¿Cree usted que formando parte de una asociación podría acceder a nuevas y/o mejores fuentes de financiamiento?
- a) Totalmente de acuerdo    c) Indeciso    e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo    d) En desacuerdo

### **Costo de producción**

13. ¿Usted considera que lleva un control adecuado de los costos de producción de su cultivo de café?
- a) Totalmente de acuerdo    c) Indeciso    e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo    d) En desacuerdo
14. ¿Considera que formando parte de una asociación puede disminuir sus costos de producción?
- a) Totalmente de acuerdo    c) Indeciso    e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo    d) En desacuerdo

### **Compras conjuntas**

15. ¿Considera que través de la asociatividad se puede obtener los bienes y materiales para la producción del café a menor costo?
- a) Totalmente de acuerdo    c) Indeciso    e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo    d) En desacuerdo

### **Inversión conjunta**

16. ¿Estaría de acuerdo en que a través de la asociación se realice inversiones conjuntas que permitan tener acceso a tecnología e insumos?
- a) Totalmente de acuerdo    c) Indeciso    e) Totalmente en desacuerdo  
b) De acuerdo    d) En desacuerdo

## **D. PRODUCCIÓN:**

### Número de hectáreas dedicadas al café

17. ¿Usted cultiva menos de 1 hectárea de café?

- a) Siempre            c) A veces            e) Nunca  
b) Casi siempre    d) Casi nunca

18. ¿Usted cultiva entre 1 y 5 hectáreas de café?

- a) Siempre            c) A veces            e) Nunca  
b) Casi siempre    d) Casi nunca

### Volumen de Producción

19. ¿Su producción anual de café oscila entre 1 QQ y 5 QQ?

- a) Siempre            c) A veces            e) Nunca  
b) Casi siempre    d) Casi nunca

20. ¿Su producción anual de café oscila entre 10 QQ y más de 15 QQ?

- a) Siempre            c) A veces            e) Nunca  
b) Casi siempre    d) Casi nunca

### Merma

21. ¿Lleva un control de su merma?

- a) Siempre            c) A veces            e) Nunca  
b) Casi siempre    d) Casi nunca

### Uso de tecnología en el manejo agrícola

22. ¿Utiliza algún tipo de tecnología para el cultivo de café?

- a) Siempre            c) A veces            e) Nunca  
b) Casi siempre    d) Casi nunca

## E. COMERCIALIZACIÓN:

### Mercado de destino

23. ¿Con qué frecuencia destina su producción al mercado local?

- a) Siempre            c) A veces            e) Nunca

b) Casi siempre      d) Casi nunca

24. ¿Con qué frecuencia destina su producción al mercado nacional?

a) Siempre              c) A veces              e) Nunca

b) Casi siempre      d) Casi nunca

### Tipo de cliente

25. ¿Con qué frecuencia le vende su producción a un intermediario y/o acopiador?

a) Siempre              c) A veces              e) Nunca

b) Casi siempre      d) Casi nunca

26. ¿Con qué frecuencia le vende su producción a una empresa o asociación?

a) Siempre              c) A veces              e) Nunca

b) Casi siempre      d) Casi nunca

27. ¿Con qué frecuencia le vende su producción al cliente final?

a) Siempre              c) A veces              e) Nunca

b) Casi siempre      d) Casi nunca

### Medio de transporte

28. ¿Utiliza algún tipo de vehículo motorizado para la comercialización de su producto?

a) Siempre              c) A veces              e) Nunca

b) Casi siempre      d) Casi nunca

## ANEXO N°4. Validación de Expertos

| VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS                                 |  |
|--|--|
| <b>Título de la investigación:</b>                         | “Factores críticos que impiden la Asociatividad en los productores de café del Distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020” |
| <b>Línea de investigación:</b>                             | Desarrollo sostenible y Gestión empresarial  |
| <b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b> | Factores críticos de la Asociatividad  |

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

| Ítems | Preguntas   | Aprecia |    | Observaciones |
|-------|---|---------|----|---------------|
|       |   | SÍ      | NO |               |
| 1     | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?  | X       |    |               |
| 2     | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?                                 | X       |    |               |
| 3     | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?                                   | X       |    |               |
| 4     | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?                         | X       |    |               |
| 5     | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?  | X       |    |               |
| 6     | ¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?  | X       |    |               |
| 7     | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?     | X       |    |               |
| 8     | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?                                   | X       |    |               |
| 9     | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?   | X       |    |               |
| 10    | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?  | X       |    |               |
| 11    | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | X       |    |               |

Sugerencias:

Nombre completo: MERCY EVELYN ANGULO CORTEJANA  
DNI: 40099386  
Profesión: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
Grado: MASTER EN MANAGEMENT  
INTERNATIONAL



Firma del Experto

### Juicio de Experto #1

Mg. Mercy Evelyn Angulo Cortejana - Catedrática de la Carrera de Administración y  
Gestión Comercial de la Universidad Privada del Norte Sede Trujillo.

## Juicio de Experto #2

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

|  |  |
|--|--|
| <b>Título de la investigación:</b>                         | “Factores críticos que impiden la Asociatividad en los productores de café del Distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020” |
| <b>Línea de investigación:</b>                             | Desarrollo sostenible y Gestión empresarial  |
| <b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b> | Factores críticos de la Asociatividad  |

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

| Ítems | Preguntas   | Aprecia |    | Observaciones |
|-------|---|---------|----|---------------|
|       |   | SÍ      | NO |               |
| 1     | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?  | X       |    |               |
| 2     | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?                                 | X       |    |               |
| 3     | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?                                   | X       |    |               |
| 4     | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?                         | X       |    |               |
| 5     | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?  | X       |    |               |
| 6     | ¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?  | X       |    |               |
| 7     | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?     | X       |    |               |
| 8     | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?                                   | X       |    |               |
| 9     | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?   | X       |    |               |
| 10    | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?  | X       |    |               |
| 11    | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | X       |    |               |

Sugerencias:

Nombre completo: JOSE ROBERTO HUAMÁN TUESTA  
DNI: 17814526  
Profesión: INGENIERO QUÍMICO  
Grado: MAESTRO EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA  
UNIVERSITARIA



Firma del Experto

Mg. Jose Roberto Huamán Tuesta - Catedrático de la Carrera de Administración y Negocios  
Internacionales de la Universidad Privada del Norte Sede Trujillo.

## Juicio de Experto #3

Mg. Luis Enrique Quiroz Veliz - Catedrático de la Carrera de Administración y Negocios  
Internacionales de la Universidad Privada del Norte Sede Trujillo.

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

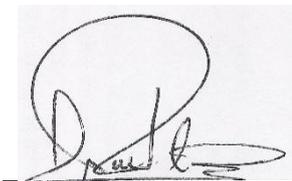
|  |  |
|--|--|
| <b>Título de la investigación:</b>                         | “Factores críticos que impiden la Asociatividad en los productores de café del Distrito de Huaranchal-Otuzco, Trujillo 2020” |
| <b>Línea de investigación:</b>                             | Desarrollo sostenible y Gestión empresarial  |
| <b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b> | Factores críticos de la Asociatividad  |

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

| Ítems | Preguntas   | Aprecia |    | Observaciones |
|-------|---|---------|----|---------------|
|       |   | SÍ      | NO |               |
| 1     | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?  | X       |    |               |
| 2     | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?                                 | X       |    |               |
| 3     | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?                                   | X       |    |               |
| 4     | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?                         | X       |    |               |
| 5     | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?  | X       |    |               |
| 6     | ¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?  | X       |    |               |
| 7     | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?     | X       |    |               |
| 8     | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?                                   | X       |    |               |
| 9     | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?   | X       |    |               |
| 10    | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?  | X       |    |               |
| 11    | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | X       |    |               |

**Sugerencias:**

Nombre completo: LUIS ENRIQUE QUIROZ VELIZ  
DNI: 17806730  
Profesión: Ingeniero industrial  
Grado: Magister



Firma del Experto

### ANEXO N° 5. Alpha de Cronbach

| N°       | P5   | P6   | P7 | P8   | P9   | P10  | P11 | P12  | P13 | P14  | P15  | P16 | P17  | P18  | P19 | P20 | P21  | P22 | P23  | P24  | P25  | P26  | P27  | P28  | Suma |
|----------|------|------|----|------|------|------|-----|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|-----|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|
| 1        | 5    | 5    | 5  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 3    | 5    | 2    | 3    | 2    | 94   |
| 2        | 1    | 5    | 5  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 3    | 5    | 2    | 3    | 2    | 90   |
| 3        | 1    | 4    | 1  | 4    | 5    | 2    | 5   | 5    | 1   | 2    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 1    | 5    | 1    | 1    | 1    | 72   |
| 4        | 1    | 3    | 1  | 4    | 5    | 2    | 5   | 4    | 1   | 5    | 5    | 5   | 4    | 4    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 1    | 5    | 2    | 1    | 1    | 72   |
| 5        | 4    | 5    | 4  | 4    | 4    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 4    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 2    | 5    | 1    | 2    | 2    | 86   |
| 6        | 5    | 5    | 4  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 4    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 3    | 5    | 1    | 1    | 1    | 88   |
| 7        | 4    | 5    | 4  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 2    | 5    | 1    | 1    | 1    | 87   |
| 8        | 1    | 5    | 4  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 4    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 1    | 5    | 2    | 2    | 1    | 84   |
| 9        | 1    | 5    | 1  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 4    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 5    | 1    | 1    | 1    | 78   |
| 10       | 1    | 4    | 1  | 5    | 4    | 4    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 2    | 5    | 1    | 1    | 1    | 78   |
| 11       | 1    | 5    | 1  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 4    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 2    | 4    | 1    | 2    | 1    | 80   |
| 12       | 1    | 5    | 1  | 5    | 5    | 2    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 1    | 5    | 1    | 1    | 1    | 77   |
| 13       | 4    | 5    | 5  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 4    | 5   | 1   | 2    | 1   | 5    | 3    | 5    | 1    | 3    | 1    | 91   |
| 14       | 5    | 5    | 5  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 3    | 5    | 2    | 2    | 1    | 92   |
| 15       | 5    | 5    | 5  | 5    | 5    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 5    | 5   | 1   | 2    | 1   | 5    | 3    | 5    | 2    | 1    | 1    | 92   |
| 16       | 1    | 1    | 1  | 3    | 2    | 2    | 5   | 4    | 1   | 2    | 4    | 5   | 5    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 59   |
| 17       | 1    | 1    | 1  | 4    | 2    | 2    | 5   | 4    | 1   | 2    | 4    | 5   | 4    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 59   |
| 18       | 1    | 1    | 1  | 4    | 4    | 2    | 5   | 4    | 1   | 2    | 4    | 5   | 4    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 61   |
| 19       | 1    | 1    | 1  | 4    | 4    | 2    | 5   | 4    | 1   | 2    | 4    | 5   | 4    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 61   |
| 20       | 1    | 4    | 1  | 4    | 5    | 2    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 1    | 5    | 1    | 1    | 1    | 73   |
| 21       | 1    | 3    | 1  | 3    | 3    | 5    | 5   | 5    | 1   | 5    | 5    | 5   | 5    | 4    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 1    | 5    | 1    | 1    | 1    | 73   |
| 22       | 1    | 1    | 1  | 4    | 5    | 2    | 5   | 4    | 1   | 5    | 5    | 5   | 4    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 5    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 67   |
| 23       | 1    | 1    | 1  | 4    | 2    | 2    | 5   | 4    | 1   | 2    | 5    | 5   | 4    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 60   |
| 24       | 1    | 1    | 1  | 3    | 4    | 2    | 5   | 4    | 1   | 2    | 4    | 5   | 4    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 60   |
| 25       | 1    | 1    | 1  | 4    | 4    | 2    | 5   | 4    | 1   | 2    | 4    | 5   | 4    | 3    | 5   | 1   | 1    | 1   | 4    | 1    | 4    | 1    | 1    | 1    | 61   |
| Varianza | 2.64 | 3.13 | 3  | 0.47 | 1.02 | 2.17 | 0   | 0.23 | 0   | 1.96 | 0.18 | 0   | 0.23 | 0.72 | 0   | 0   | 0.07 | 0   | 0.22 | 0.71 | 0.23 | 0.18 | 0.48 | 0.11 |      |

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Propia

5= Totalmente de acuerdo / Siempre

4= De acuerdo / Casi siempre

3= Indeciso / A veces

2= En desacuerdo / Casi nunca

1= Totalmente en desacuerdo / Nunca

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| $\alpha$ (Alpha) =           | 0.92    |
| K (número de ítems) =        | 24      |
| Vi (varianza de cada ítem) = | 17.7472 |
| Vt (varianza total) =        | 144.24  |

### ANEXO N° 6. Evidencia fotográfica



**Número de orden: 1**

**Fuente:** Romina Aguilera

Rodriguez

**Fecha:** Fotografía captada el  
día 07 de Octubre del 2020.

**Descripción:**

En esta fotografía, se puede apreciar a la Sra. Bacilia Horna Alonzo siendo encuestada por la tesista.



**Número de orden: 2**

**Fuente:** Romina Aguilera

Rodriguez

**Fecha:** Fotografía captada el  
día 07 de Octubre del 2020.

**Descripción:**

En esta fotografía, se puede apreciar a la tesista visitando el área de secado del café de la Sra. Bacilia Horna Alonzo.



**Número de orden: 3**

**Fuente:** Romina Aguilera  
Rodriguez

**Fecha:** Fotografía captada el  
día 07 de Octubre del 2020.

**Descripción:**

En esta fotografía, se puede apreciar al Sr. Palermo Rodríguez Chávez siendo encuestado por la tesista.



**Número de orden: 4**

**Fuente:** Romina Aguilera  
Rodriguez

**Fecha:** Fotografía captada el  
día 07 de Octubre del 2020.

**Descripción:**

En esta fotografía, se puede apreciar a la Sra. Antonia Ramírez siendo encuestada por la tesista mientras lava su café.



**Número de orden: 5**

**Fuente:** Romina Aguilera  
Rodriguez

**Fecha:** Fotografía captada el día  
07 de Octubre del 2020.

**Descripción:**

En esta fotografía, se puede apreciar a la hermana del Sr. Palermo Rodríguez Chávez siendo encuestada por la tesista.



**Número de orden: 6**

**Fuente:** Romina Aguilera  
Rodriguez

**Fecha:** Fotografía captada el día  
07 de Octubre del 2020.