



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



**FACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CAFÉ Y SU
INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA CENTRAL DE
COOPERATIVAS AGRARIAS DE LOS VALLES DE SANDIA -
CECOVASA, PERIODO-2018.**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. QUISPE MAMANI, REGINA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

PUNO – PERÚ

2020



DEDICATORIA

A dios, por darme la oportunidad de vivir en este mundo lleno de maravillas y por acompañarme en todo momento, por iluminar mis pensamientos y por haberme puesto en el camino correcto.

A mis padres, por apoyarme en mi formación profesional y por estar siempre al pendiente de mí, a mi madre Juana Mamani Quispe por brindarme su apoyo incondicional y guiarme en cada paso que doy, de igual manera a mi padre Bruno Quispe Procopio por su apoyo a seguir adelante con los objetivos que me propuse.

A mis hermanos, que estuvieron conmigo en los mejores momentos de mi vida, por aconsejarme y estar siempre ahí cuando les necesito. A mis sobrinas por hacer mi día a día más amena.



AGRADECIMIENTOS

Mi reconocimiento y gratitud a la Universidad Nacional del Altiplano Puno Alma mater de la Región, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas y en particular a la Escuela Profesional de Administración.

A los docentes de la Escuela Profesional de Administración, que durante los años de estudio compartieron sus conocimientos y experiencias para una mejora personal y profesional.

Así mismo, mi agradecimiento a la M. Sc. María Antonieta Bedoya Gonzales, por su tiempo y apoyo en la conclusión de mi trabajo de investigación.

Mi más sincero agradecimiento, a la Gerencia y a la primera línea Administrativa de la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia – Puno, por su incondicional apoyo para la realización y conclusión de este trabajo de investigación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

INDICE DE GRAFICOS

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 12

ABSTRACT..... 13

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 16

1.1.1 Enunciado del problema. 16

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 18

1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 19

1.3.1 Hipótesis General 19

1.3.2 Hipótesis Específicas 19

1.4 JUSTIFICACIÓN..... 19

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 20

1.5.1 Objetivo general. 20

1.5.2 Objetivos específicos..... 20

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES..... 21



2.1.1	Nivel internacional.....	21
2.1.2	Nivel nacional.....	23
2.1.3	Nivel regional.....	25
2.2	MARCO TEÓRICO.....	26
2.2.1	Cadena productiva.....	26
2.2.2	Competitividad.....	36
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	40
CAPÍTULO III		
MATERIALES Y MÉTODOS		
3.1	UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.....	43
3.2	PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO.....	46
3.3	PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO.....	46
3.3.1	Técnicas de recolección de datos.....	46
3.3.2	Instrumentos.....	47
3.4	POBLACION Y MUESTRA DEL ESTUDIO.....	48
3.4.1	Población.....	48
3.4.2	Muestra.....	49
3.5	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	50
3.6	PROCEDIMIENTOS.....	50
3.6.1	Enfoque de Investigación.....	50
3.6.2	Tipo de Investigación.....	51
3.6.3	Métodos.....	51
3.7	VARIABLES.....	51
3.8	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	52



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 OBJETIVO GENERAL.....	53
4.2 OBJETIVO ESPECÍFICO 1	54
4.3 OBJETIVO ESPECÍFICO 2	61
4.4 OBJETIVO ESPECÍFICO 3	66
4.5 OBJETIVO ESPECÍFICO 4	70
4.6 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	73
V. CONCLUSIONES.....	82
VI. RECOMENDACIONES	84
VII. REFERENCIAS.....	85
ANEXO	89

ÁREA: Administración de Procesos Organizacionales

TEMA: Cadena Productiva

FECHA DE SUSTENTACION 13 DE ENERO 2020



INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Tipos de canales de comercialización.....	34
Grafico 2. Proceso de producción	39
Grafico 3. Influencia de los factores de la cadena productiva en la competitividad.....	54
Grafico 4. Influencia de los factores internos de la cadena productiva en la competitividad.....	61
Grafico 5. Influencia de los factores externos de la cadena productiva en la competitividad.....	65
Grafico 6. Volumen de producción (Qq) por cooperativa	66



INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resumen de procesamiento de los casos.....	47
Tabla 2. Fiabilidad del instrumento.....	48
Tabla 3. Resumen de procesamiento de los caso	48
Tabla 4. Fiabilidad del instrumento.....	48
Tabla 5. Cooperativas productoras y Comercializadoras de la Empresa Cecovasa.....	49
Tabla 6. Influencia de los factores de la cadena productiva en la competitividad.....	53
Tabla 7. ¿Qué grado de instrucción Académica tiene?	55
Tabla 8. ¿Considera importante las Capacitaciones?	55
Tabla 9. Número de trabajadores fijos por Cooperativa	56
Tabla 10. Cada cuanto tiempo recibe capacitación técnica el personal de la cooperativa.	56
Tabla 11. ¿Con que proveedores de materiales básicos cuenta la Cooperativa?	57
Tabla 12. ¿Qué ítem considera importante de las alianzas estratégicas para el desarrollo de la organización?.....	58
Tabla 13. Cuenta con un local propio.....	59
Tabla 14. Las instalaciones del local cuentan con mantenimiento permanente	59
Tabla 15. ¿Con que equipos y materiales cuenta la cooperativa para el Acopio y Almacenamiento del producto?.....	60
Tabla 16. Influencia de los factores internos de la cadena productiva en la competitividad	60
Tabla 17.Cuál cree usted como dirigente de la Cooperativa que son sus principales competidores	62
Tabla 18. Que aspectos diferencia su producto en el mercado	63



Tabla 19. Que aspectos consideran en el control de calidad del producto al momento del acopio:	63
Tabla 20. Que páginas web utiliza para buscar información sobre su producto	64
Tabla 21. Participan en ferias agropecuarias/ferias especializadas	64
Tabla 22. Influencia de los factores externos de la cadena productiva en la competitividad..	67
Tabla 23. Volumen de producción (Kg) por cooperativa.....	65
Tabla 24. Volumen de producción y demanda.....	67
Tabla 25. Demanda de mercado por variedad de productos.	68
Tabla 26. Producción por cooperativa.....	69
Tabla 27. Análisis de Varianza para los datos de los factores de la cadena productiva del café en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – Cecovasa.....	73
Tabla 28. Análisis de Varianza para los datos de los factores internos de la cadena productiva del café en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – Cecovasa.....	75
Tabla 29. Análisis de Varianza para los datos de los factores externos de la cadena productiva del café en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – Cecovasa.....	77



INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso del café para su comercialización.....	42
Figura 2. Mapa de los distritos productores de Café	44
Figura 3. Región critica	74
Figura 4. Región critica	76
Figura 5. Región critica	78



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

ADEX	Asociación de Exportadores
CECOVASA	Central de cooperativas agrarias de los valles de sandía
MINAG	Ministerio de Agricultura
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CICDA	Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola
FOB	Free On Board, (Libre a bordo, puerto de carga convenido)
MIPYMES	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
SUNAT	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
PROMPERU	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
OIC	Organizacional Internacional de Café
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
INCAE	Instituto Centroamericano de Administración de Empresas
OIT	Organización Internacional del Trabajo
IFOAM	Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica



RESUMEN

El trabajo de investigación titulado, “Factores de la Cadena Productiva del café y su incidencia en la Competitividad de la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo-2018”; cuyo objetivo es Determinar la influencia de los factores relevantes de la cadena productiva del café en la competitividad de la Central de Cooperativas Agrarias de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo 2018, la investigación tiene un alcance explicativo con un diseño no experimental, la muestra de la investigación es censal por la cual está constituida por siete Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia, dedicadas a la producción y comercialización de café orgánico. Los métodos de investigación son descriptivo e inductivo, así mismo se realizó una encuesta dirigida a Directores de cada Cooperativa Agraria, con respecto a un marco referencial que integra: planteamientos teóricos relacionados a la cadena productiva con su respectivo factor de producción interno y externo. Asimismo se contrastó la hipótesis general la cual es, Los factores de la cadena productiva del café influyen determinadamente en la contribución de la mejora de competitividad de la empresa Cecovasa, periodo-2018. Los factores de producción de la cadena productiva inciden en la competitividad de la Central de Cooperativas Agrarias de los valles de Sandia, en un 60,2%, tales factores de producción son: Capital humano, Capital físico, Mercado y volumen de producción, con sus respectivos indicadores, aplicados a dirigentes o representantes de las Cooperativas.

Palabras Clave: Cadena Productiva, Mercado, Competitividad, y volúmenes de producción.



ABSTRACT

This research entitled, “Relevant factors of the Coffee Productive Chain and its impact on the Competitiveness of the Central Company of Coffee Cooperatives of the Valleys of Sandia - Cecovasa, period-2018”; It was carried out, with the purpose of defining which factors of the productive chain have the greatest impact on competitiveness, according to the research the population and sample consists of seven Coffee Cooperatives of the Valleys of Sandia dedicated to production and marketing of organic coffee. The research methods are descriptive, inductive and analytical, as well as a survey conducted to Directors of each Agricultural Cooperative. The objective of the research is: To determine the influence of the relevant factors of the coffee production chain on the competitiveness of the Cecovasa period-2018, with respect to a referential framework that integrates: theoretical approaches related to the productive chain with their respective internal and external factors. Where the general hypothesis was contrasted which is, the internal and external factors of the coffee production chain decisively influence the contribution of the improvement of the level of competitiveness of the Cecovasa company, period-2018. The internal and external factors of the production chain that were identified according to an analysis and inquiry of the theoretical framework, were considered the most relevant for improving the level of competitiveness of the company: Human Resource, Physical Resource, Marketing and Productivity, with their respective indicators, applied to Cooperatives.

Keywords: Productive Chain, Competitiveness and Productivity.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El café es uno de los principales productos agrarios de exportación del Perú, cuyo cultivo se concentra en el (café arábica), en sus variedades de, bourbon, pache, caturra y catimor. En el año 2018, el Perú exporto café orgánico al mundo 919.132,2 quintales que sumaron a 119 millones 487.160 dólares, a un valor FOB promedio 130 dólares por quintal, Perú ocupa el 2do lugar a nivel mundial como productor y exportador de café orgánico después de México, Promperu, (2019).

El trabajo de investigación titulado Factores relevantes de la Cadena Productiva de café y su incidencia en la Competitividad de la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo-2018, se considera que los factores internos y externos de la cadena productiva del café son: Capital Humano, Capital Físico, Capital Social, Comercialización y Productividad. Analizados tienen relevancia en la competitividad de la empresa; es por ello que se pretende conocer cuales permiten mantener y mejorar la competitividad de una organización, para que así las empresas incrementen sus ganancias y sean cada vez más competitivas frente a otras empresas.

Cabe mencionar que la Provincia de Sandia se dirige a producir café de alta calidad, con costos competitivos, incorporando al café los posibles atributos ambientales y de tecnología que tiene valor comercial, y adoptar las vías y medios más eficientes y equitativos para las empresas

Para ello el propósito del presente trabajo también es elaborar un base de datos que permita apreciar en forma ordenada y sistemática los factores internos y externos de



la cadena productiva del café y las condiciones que influyen en la competitividad y de esta manera formular estrategias de mejora y desarrollo para las Cooperativas. Para lo cual el contenido de la investigación se detalla por capítulos.

La investigación se estructura de la siguiente forma, en el **capítulo I** se da a conocer la introducción acerca de la investigación del tema de los factores de la cadena productiva de café y su incidencia en la competitividad de la Central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia; donde, se planteó el problema de investigación y se formuló el problema general y los específicos; además se consideró los antecedentes internacionales y nacionales para el logro de los objetivos, así como la justificación de la investigación..

En el **capítulo II** en esta parte se revisa los antecedentes y se desarrolla las bases teóricas de la cadena productiva y competitividad que sustentan y fundamentan el objeto de estudio; además el marco conceptual que sirvió de sustento en el trabajo de investigación, para acceder al planteamiento de la hipótesis general y específica.

En el **capítulo III** se aplica el método de investigación, la población y muestra entre otras características importantes del ámbito de estudio.

En el **capítulo IV** se desarrollan y exponen los resultados y la discusión de los mismos, producto de un análisis minucioso en base a cada objetivo específico propuesto. Así mismo se demuestra el contraste de hipótesis permitiendo llegar a las conclusiones y recomendaciones pertinentes que apoyen mejorar el nivel de competitividad de la empresa; Finalmente se presenta, las referencias bibliográficas y los anexos de los datos obtenidos.



1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Enunciado del problema.

La demanda mundial de productos orgánicos está en crecimiento en los últimos años, pues la tendencia en el cambio de los hábitos de consumo de los habitantes ha desarrollado al sustituir su dieta por productos que no dañen al medio ambiente. En este punto es necesario considerar la influencia que marca el consumidor cuyas exigencias son cada vez mayores. Actualmente el tema medioambiental ha trascendido los límites de lo sustentable de los recursos y se ha ampliado a nuevas formas de protección que involucran variables sociales, como, por ejemplo, la producción orgánica, a través de la cual se asegura un manejo adecuado de los recursos, además de la disminución del riesgo que encierra, tanto para los agricultores como para los consumidores, el uso de químicos en el proceso productivo agrícola.

Según Cilloniz, Riva, & Guzman,(2003) la práctica empresarial y la tecnología en el Perú no son en promedio adecuadas para competir eficientemente en una economía globalizada; una de ellas es la existente predominación de la cultura empresarial familiar y la abundancia de empresas de tamaño pequeño y ventas limitadas, asimismo que para ser más competitivos necesitan de una constante adquisición de nuevas maquinarias, equipos y mantenimientos de estas para poder ofrecer un mejor producto al mercado. Por lo que es importante para las organizaciones y empresas Peruanas comercializadoras de productos agrícolas investiguen los factores de la cadena productiva y la competitividad para tener éxito de todo el proceso comercial lo cual va a influir en el mejoramiento continuo de la organización por ende ser competitiva frente a otras organizaciones. Por lo tanto, diagnosticar y analizar la cadena productiva y su influencia en la competitividad constituye una preocupación permanente de los investigadores y los actores mencionados.



La región Puno es uno de los productores de café orgánico, por ello el sector Agrario es muy importante para el desarrollo de la región por la generación de empleos e ingresos en las familias que participan en este sector. La cantidad de familias dedicadas a la producción orgánica de café es más de 5000 productores en todos los distritos de la provincia de Sandia.

La región de Puno produce anualmente alrededor de 10,000 quintales de café verde tipo exportación que representa el 1,08% de la producción nacional provenientes de los valles de la Provincia de Sandia, considerando el volumen total de producción se estima que el 40% tienen destino a los países de Europa: Alemania e Inglaterra, el 30% a Estados Unidos y el restante a mercados asiáticos, Cecovasa, (2018).

Sin embargo, el desarrollo de la cadena productiva se ve afectada por una serie de limitaciones, como la falta de incentivos a los productores, falta de capacitación del personal directivo, débil integración y desarrollo tecnológico, así como apoyo institucional a las organizaciones cafetaleras, Por otra parte, los bajos rendimientos de café se han visto exacerbados por una alta susceptibilidad a las plagas, que afecta en la reducción del volumen de producción Nahuamel, (2013).

De este modo, se quiere contribuir a consolidar el crecimiento sostenido y descentralizado del desarrollo de nuestra economía en la región de Puno que actualmente se basa en la actividad productiva e incursión comercial de pequeños productores al mercado.

La mayoría de Asociaciones comercializan sus productos solo en el mercado local, tiene dificultades y algunas limitaciones para incursionar en el mercado exterior, por la escasa cultura empresarial, capacidad de gestión, falta de competitividad entre empresas de la región, limitada capacidad de producción, insuficiente capacidad financiera,



ausencia de canales adecuadas de distribución, hace que las empresas no desarrollen sus capacidades para afrontar de manera exitosa un mercado internacional de manera eficiente.

El presente trabajo tiende a mejorar los eslabones de la cadena productiva del café no solo para el mercado nacional sino también internacional, por ello busca incrementar cada vez más la competitividad de las empresas puneñas dedicadas a la producción agraria orgánica.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

Problema General

¿Cómo influyen los factores de la cadena productiva del café en la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo 2018

Problemas Específicos

- ¿Cómo los factores internos de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo 2018?
- ¿Cómo los factores externos de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo 2018?
- ¿Cuál es el volumen de producción de las Cooperativas y la demanda de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa?
- ¿Cómo mejorar los factores de la cadena productiva del café a través de lineamientos que contribuyan en la mejora de competitividad de las Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa?



1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Hipótesis General

Los factores de la cadena productiva del café influyen determinantemente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía – Cecovasa.

1.3.2 Hipótesis Específicas

- Los factores internos de la cadena productiva del café influyen determinantemente en la contribución de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía - Cecovasa.
- Los factores externos de la cadena productiva del café no influyen determinantemente en la contribución de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía – Cecovasa.
- Las Cooperativas de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandía – Cecovasa no poseen un volumen de producción adecuada respecto a la demanda del mercado.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La caficultura representa una de las principales actividades económicas productivas de nuestro país, con 209,000 familias de pequeños productores, involucrados con la producción de café a nivel nacional y el 95% de ellos son productores con 5 hectáreas o menos del producto, que dependen directamente de la cadena de producción del café, Promperu, (2019).

La investigación pretende contribuir al desarrollo comercial de una caficultura rentable y viable en el nuevo panorama competitivo de modo que genere recursos en las áreas rurales y permita una mayor capitalización en las actividades agrícolas y agroindustriales trayendo consigo impacto económico, social y ambiental positivo,



favorable para el desarrollo de las Cooperativas de la provincia de Sandia. Asimismo permitirá conocer los diferentes aspectos de la cadena productiva del café orgánico, mediante el análisis de cada factor y actor que interviene en la cadena, que servirán a las empresas direccionar sus actividades para el logro de sus objetivos en el tema de cadena productiva orgánica y aplicar los factores relevantes identificados de manera eficiente de tal forma logren ser competitivos en el mercado nacional e internacional.

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Objetivo general.

Determinar la influencia de los factores de la cadena productiva del café en la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo-2018.

1.5.2 Objetivos específicos.

- O.E.1 Determinar qué factores internos de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo-2018.
- O.E.2 Determinar qué factores externos de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo-2018.
- O.E.3 Analizar el nivel de productividad de las Cooperativas y la demanda de la de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa.
- O.E.4 proponer lineamientos orientados a mejorar los factores de la cadena productiva del café que contribuyan en la competitividad de las cooperativas agrarias cafetaleras de los valles de Sandia, para una adecuada comercialización del café.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 Nivel internacional.

Simanca, Montoya, & Bernal (2016), *En su artículo científico “Gestión del Conocimiento en Cadenas Productivas. El Caso de la Cadena Láctea en Colombia”* Concluyeron lo siguiente: La cadena productiva de lácteos en Colombia consiste en un sistema complejo de seis eslabones, donde el producto básico es la producción de leche, proveniente del ganado bovino de sistemas especializados o de doble propósito. Para el análisis de la gestión del conocimiento en cadenas productivas se planteó un modelo teórico que define la gestión del conocimiento como independiente y la competitividad como dependiente. En la gestión de conocimiento se consideraron elementos facilitadores como: la cultura organizacional, el liderazgo, el aprendizaje organizacional, actitudes, la estructura organizativa, la estrategia organizacional y las Tic; y elementos funcionales como: el proceso de creación de conocimiento, y el almacenamiento y transferencia. Y para la variable competitividad se consideró la productividad, la rentabilidad económica, el indicador global de éxito y la inocuidad.

Fuentes, Osorio, & Mungaray (2016), *En su artículo científico “Capacidades intangibles para la competitividad micro empresarial en México”* Concluyeron lo siguiente: La teoría económica ha evolucionado, aunque sin llegar a un consenso, en el entendimiento del complejo concepto de competitividad y ventajas competitivas, tanto para empresas individuales como para agrupaciones o sectores empresariales específicos, respectivamente. Se ha desarrollado un marco teórico que ha pasado de suponer que la ventaja competitiva procede de factores externos, derivado de la estructura de mercado



de la industria; a otro donde se consideran, preponderantemente, los factores internos de la empresa, derivado de las condiciones de sus recursos y capacidades que hacen diferente a cada unidad económica. En este sentido, la política de apoyo empresarial debe contribuir a ser complemento de las cualidades intrínsecas del empresario, como la experiencia y la escolaridad, con base en capacitaciones empresariales y el fomento al financiamiento y la inversión, que apoyen la cultura de organización y redes empresariales.

Tapia, Aramendiz, Pacheco, & Montalvo (2015), en su artículo científico **“Clústers agrícolas: un estado del arte para los estudios de competitividad en el campo”**. Concluyeron lo siguiente: En el problema de identificación y diseño de Clústers agrícolas ha sido frecuente la aplicación de los métodos de enfoque cualitativo y mixto, en tanto que el enfoque cuantitativo, apoyado de análisis multivariados, matriz entrada-salida y cociente de localización, ha sido escaso. La revisión realizada demostró que a los métodos cuantitativos se suma la modelación de variables mediante la dinámica de sistemas últimamente, por lo que esta línea representa una oportunidad para el ejercicio de establecer metodologías de estudio que aporten a estudios de competitividad de estos modelos. Los Clústers agrícolas son importantes por los desafíos que implica la agricultura sostenible y factores como la volatilidad de las condiciones meteorológicas, el carácter perecedero de los productos, el complejo entorno reglamentario de la seguridad alimentaria, las tendencias de estilo de vida de los cambiantes consumidores, las preocupaciones ambientales y la gran cantidad de grupos de interés involucrados; están definiendo el diseño de cadenas de suministro agroalimentarias y agroindustriales eficientes y robustas. En consecuencia, la inserción de los Clústers agrícolas productivos y competitivos a estas cadenas es una necesidad.



2.1.2 Nivel nacional

Sardón (2015), en su tesis **“fortalecimiento de la cadena de valor del rocoto fresco (*capsicum pubescens*) de la selva central para el mercado de lima”** para optar el grado de Magister Scientiae en Agro negocios Concluye lo siguiente: 1. La cadena de valor del rocoto fresco está estructurada en función de los comerciantes mayoristas, los cuales tienen el dominio de la cadena, los que se encuentran principalmente en el Gran Mercado de Lima. Tiene una articulación tradicional debido a que los productores están desagregados, no hay flujo de información adecuada entre los actores y el rol de los prestadores de servicios es bajo. 2. En el eslabón de producción encontramos a los productores de rocoto los cuales son los que tienen los menores beneficios económicos por su bajo poder de negociación por estar desagregados y no conformar asociaciones o cooperativas, por lo que si la cadena se acortara obtendrían mayores márgenes de ganancia sobre todo si vendieran directamente al comerciante mayorista o minorista. 3. Las estrategias de fortalecimiento son la base para tener un desarrollo sostenible del rocoto en la selva central del Perú. Teniendo las mayores limitaciones en el eslabón de la producción, lo que se debe a la forma empírica en la que se cultiva el rocoto. Debiéndose establecer programas de capacitación en mejoramiento genético, manejo de cultivo y pos cosecha. Establecer condiciones y políticas favorables impulsando la asociatividad.

Nahuamel (2013), en su tesis **“competitividad de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de la convención, región Cusco”** para optar el grado de Magister scientiae en agro negocios concluye lo siguiente: En la zona de estudio existen intermediarios y diversos co-actores, entre los que se encuentran certificadoras, entidades gubernamentales y agentes financieros: 1. La competitividad del sector depende de todos los componentes de la cadena productiva. 2. Los factores competitivos que se ha



identificado en la cadena productiva del café orgánico en la provincia de La Convención son en su mayoría en la fase de producción agraria como son la zona agroecológica apropiada produciendo café orgánico de calidad, el alto grado de asociatividad que existe en la zona, y la calidad de café ha ido mejorando, habiéndose logrado la denominación de origen como Café Machupicchu-Huadquiña, esto sumado a la adecuada infraestructura de procesamiento que, le permite competir en mercados internacionales. 3. Los procesos críticos que se han identificado en la cadena productiva de café orgánico de la provincia de la Convención está referido al proceso de beneficio, los productores de café tienen prácticas de beneficio inadecuadas Así mismo al escaso y elevado costo de mano de obra que existe en la época de cosecha del café.

Cárdenas (2015), *En su tesis “competitividad de la cadena productiva de la quinua en el valle del Mantaro – región Junín” para optar el título de: Economista;* en su conclusión: Si bien la región Junín presenta ventajas competitivas para posicionarla en el mercado, pues la agricultura es una de las principales actividades en el Valle del Mantaro ya tiene un gran potencial que le permitiría posicionarla en el mercado, pero que no son suficientes debido a que son limitadas por las deficiencias en el sistema de producción y comercialización, lo que genera una producción de subsistencia. Esto genera las siguientes conclusiones: Existe una débil organización de productores, pues son de reciente constitución y sus socios no participan en forma activa, por lo que muchos productores prefieren vender de forma individual al intermediario que les pague el mejor precio por el producto. Tampoco invierten en generar mayor valor agregado a la quinua, dejando que otros hagan dicha actividad lo que incrementa el número de intermediarios y la brecha de ingresos entre los productores y acopiadores; la infraestructura para el almacenamiento es escasa e inadecuada; y un bajo nivel tecnológico mostrado en la siembra y cosecha a gran escala; además, el limitado acceso a internet en las zonas



productoras de quinua que, influido por el limitado o nulo conocimiento de las herramientas de informática por parte de los productores, no les permite aprovecharla para ofrecer sus productos o capacitarse en la cadena productiva.

Torres (2016), *En su tesis “Análisis de la cadena productiva del café y estrategias de mejora en la provincia de san Ignacio”* Para optar el título profesional de Ingeniera Economista concluye lo siguiente: - El café de San Ignacio tiene ventajas comparativas y competitivas que evidencian un alto potencial para mejorar el posicionamiento del café peruano en el mercado convencional internacional y competir en el mercado de cafés especiales. Estas ventajas están referidas a la altura, existencia de condiciones climáticas favorables, sistema de producción manejado bajo sombra, y predominio de tecnología poca intensiva en el uso de agroquímicos. - El análisis de la cadena productiva del café evidencia diversos estados de desarrollo de la gestión de los productores, manifiesto en sus capacidades y limitaciones para negociar en el mercado (con sus compradores, proveedores, organismos públicos y privados, y otros actores), para aprovechar las oportunidades existentes y acondicionarse a sus exigencias, y para establecer alianzas con terceros (gobierno local e instituciones del Estado). - En el eslabón de la producción los productores centran su atención en las necesidades de financiamiento para la producción como un medio para mejorar la calidad del producto nivel de finca (productores con alta capacidad de gestión). - En el eslabón del beneficio húmedo las preocupaciones son la necesidad de fondos para invertir en el mejoramiento y capacidad de la planta de beneficio de la organización, para incrementar la homogeneidad de los lotes de cafés.

2.1.3 Nivel regional

Paredes (2017), *En su tesis “análisis de la competitividad empresarial y su*



incidencia en el mercado internacional del consorcio textil Titicaca puno, periodo 2014 – 2015”; En su conclusión: se han identificado 3 factores internos de competitividad los mismos que están referidos a: Calidad, Productividad y Recursos humanos. Y un factor externo de competitividad que es: Mercado. Selección efectuada en base a los factores que intervienen en forma más directa para las exportaciones. - De acuerdo al primer objetivo, el factor “Calidad” de carácter interno, de acuerdo al estudio, este factor para la mayoría de las empresas representa el 79% pero a pesar de ello, las exportaciones no muestran incrementos significativos. La demanda exige cada vez productos de calidad, estandarizados, con materia prima que cuenten con la 97 certificación correspondiente, para garantizar la sostenibilidad del producto en el mercado. Al determinar la oferta y demanda exportable de prendas de alpaca para las empresas exportadoras del Consorcio Textil Titicaca se obtuvo la siguiente conclusión: utilizando información de gabinete tomada del plan de negocio del Consorcio Textil Titicaca, donde se muestra la brecha de la demanda y la oferta, nos muestra que el consorcio tiene una demanda de 40,330 prendas de alpaca por año y que tiene una oferta de 26,321 prendas de alpaca por año. Por lo cual se tiene una cantidad de 14,009 productos de una demanda insatisfecha de parte del consorcio.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Cadena productiva.

Cilloniz, Riva, & Guzman (2003), considera la cadena productiva como una concentración sectorial o geográfica de empresas que desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas tanto hacia atrás (hacia los proveedores de insumos, equipos y materia prima) como hacia adelante (hacia otras industrias procesadoras y usuarias así como a servicios y actividades estrechamente relacionadas) con importantes proveedores y mano de obra especializada y de servicios



con nexos específicos al sector y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva.

La cadena productiva es una agrupación conjunta que va desde la naturaleza y el avance tecnológico, de modo que ambos tienen una relación estricta ya sea en la producción y transformación del mismo, como un bien de consumo final o comercialización del producto.

Factores internos de producción de la cadena productiva.

Los factores internos de producción son la base de la vida agrícola donde la actividad y el crecimiento del sector agrícola depende de varios factores o recursos, para ello en complemento de las teorías del autor Chavaria (2003); se adjuntó bases teóricas de factores de producción de FAO. (2009)

Elementos de los factores internos de producción de la cadena productiva.

Capital humano

El capital humano considerado un recurso importante dentro de una organización un recurso humano competente le permite a la empresa adaptarse a las condiciones imperantes en la industria en menos tiempo, incorporar nuevos conocimientos técnicos e incrementar la competitividad a partir de una serie de insumos dados. Por esto, es importante contar con los elementos necesarios para aumentar la calidad y la disponibilidad del recurso humano, Chavarría (2015). Del modo representa las destrezas, el conocimiento, la habilidad de trabajar y la buena salud que, de manera conjunta, permiten a las personas ganarse la vida para cumplir con sus objetivos personales. Dentro del contexto de la administración de la empresa agrícola, los puntos clave a considerar en el campo del capital humano incluyen: FAO, (2009).

- La cantidad de la mano de obra necesaria para alcanzar las metas de producción y mercadeo,



- Las destrezas y el conocimiento necesarios para aprovechar las oportunidades,
- La calidad de la mano de obra disponible, incluyendo las destrezas y el conocimiento apropiado para las metas de producción y mercadeo,
- Las destrezas y el conocimiento de los miembros directivos de las organizaciones que permiten la administración efectiva con relación a las metas de producción y mercadeo.
- Capacidad Gestión; Actualmente, la baja capacidad de gestión de las micro y pequeñas agroindustrias tradicionales latinoamericanas redundan en efectos negativos en el nivel económico. Se observa un limitado acceso a los mercados, una gran dependencia de los acaparadores e intermediarios, muy baja capacidad económica y de organización de los productores, además de presentar un bajo manejo gerencial y elevados costos de producción. La capacidad de gestión se podría mejorar mediante un programa integrado que incluya: adecuado acceso al mercado, capacitación de productores, mejoras de la capacidad económica de los productores y de su organización gerencial, mejoras del sistema financiero local y diversificación de la producción FAO, (2002).

La disponibilidad del capital humano jugará un papel clave en la determinación de los tipos de producción y las oportunidades de mercado que buscará aprovechar exitosamente la organización.

Capital social

“El capital social se refiere a las instituciones, relaciones y normas que dan forma a la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad”. El capital social consiste de redes sociales informales y organizaciones formales utilizadas por los productores agrícolas, el hogar agrícola y las comunidades para intercambiar recursos e



información. La fortaleza del capital social depende de los intereses compartidos, de los acuerdos comunes sobre normas/reglas, la confianza mutua y la reciprocidad dentro de una organización, las cuales se refiere a:

- La participación en organizaciones o empresas comunitarias
- El acceso a los proveedores de servicio y los socios empresariales
- Las conexiones, contactos y redes que proveen acceso a los responsables de las decisiones
- La reciprocidad en los arreglos de mano de obra y el acceso a insumos

El capital social puede ser visto como el aceite que lubrica el proceso de las decisiones conjuntas de administración agrícola. También se puede ver como el pegamento que mantiene juntas a las organizaciones de respaldo mutuo y rendición de cuentas. Estas interacciones pueden ser arregladas informalmente o deliberadamente. Ellas ayudan a las organizaciones productores a desarrollar redes empresariales FAO, (2009). El capital social es dinámico y se utiliza y construye mediante interacciones donde la gente comparte recursos, conocimiento, destrezas y valores.

Capital físico

El capital físico consiste de la infraestructura y maquinaria básica, el equipo y la infraestructura de las organizaciones para el acopio, almacenamiento y comercialización de la materia prima. Los bienes de infraestructura comunes a toda la comunidad incluyen carreteras, telecomunicaciones, electricidad, acceso a suministro de agua limpia y sistemas sanitarios, vivienda segura, etc Chavarría, (2015).

La infraestructura a nivel de la organización incluye: balanza industrial, máquina registradora de datos, equipo de control de humedad, pallets de almacenamiento, equipo de catación de calidad. La maquinaria y el equipo incluyen implementos básicos de trabajo, así como equipo y maquinaria para la recepción y comercialización, así como



para la agroindustria.

También incluyen medios de transporte, que pueden ser utilizados para ayudar en el proceso de mercadeo.

Factores exógenos de la cadena productiva

Elementos de los factores exógenos de la cadena productiva

Mercado

Mercado – Demanda. Este es uno de los factores que debemos tomar en cuenta un factor exógeno que es el de acceso a nuevos mercados y la identificación de mercados potenciales y dentro de este, cabe considerar la demanda internacional. La forma de comercialización, la competencia no solo nacional sino también la internacional y el nivel de información con la que cuentan las empresas para acceder a este tipo de mercados Cilloniz, Riva, & Guzman, (2003).

Existen diversas definiciones de mercado, muchas veces en función de la actividad o disciplina. El mercado es el elemento organizador que determina las relaciones entre los participantes: entre compradores y vendedores y entre los participantes ya establecidos y los que podrían entrar al mercado. Esta relaciones ejercen una influencia estratégica en la naturaleza ende la competencia y en la formación de precios en un mercado, teniendo en consideración variables tales como el grado de concentración de los vendedores, el grado de concentración de los compradores, la diferenciación del producto en el mercado, e acceso a la información y al crédito, las leyes y costumbres Mendoza, (1995).

Mercados agrarios

Caldentey & Gomez, (2004), Establecen que el mercado agrario abarca el análisis teórico del mercado de productos agrarios y el análisis descriptivo del proceso que los lleva desde el productor hasta el consumidor (incluyendo los mercados en sentido físico),



durante el cual el producto puede sufrir transformaciones que lo alejan de su estado original; así como el estudio de la estrategia de los operadores que intervienen.

Los mercados agrarios presentan características particulares derivadas de las peculiaridades de la producción agraria. Citamos las más destacables:

- Producción atomizada y dispersa en la mayoría de los casos. Esta característica se ha considerado tradicionalmente que afecta a los mercados agrarios proporcionándoles un alto grado de competitividad y haciendo que el acopio sea un eslabón muy importante del proceso comercial.
- Producción de bienes de consumo final. Esta característica hace que también la demanda de este, en general, fuertemente atomizada y dispersa, lo que exige un gran esfuerzo comercial para atenderla (importancia del escalón distribuidor).

Organización de los mercados

Martinez, (2005) establece que en la organización de un mercado participa un grupo interrelacionado de compradores y vendedores que transan un mismo bien, lo que implica que no existe un límite geográfico, de tiempo ni de forma. En esta organización básicamente se relacionan tres elementos:

- Estructura de mercado: Determina las relaciones entre compradores y vendedores que concurren el mercado e influye en la naturaleza de la competencia y en los precios de mercado. Sus principales variables son el grado de concentración, que permite examinar el comportamiento de la industria y su impacto en el nivel de producción, precios y utilidades; la diferenciación del producto, que puede afectar la naturaleza de la competencia entre vendedores (reflejándose en el precio de venta); las barreras de entrada al mercado; el grado de integración vertical y horizontal y el tamaño del mercado.
- Conducta del mercado: Se refiere a las formas de comportamiento que siguen las



empresas al ajustarse a las condiciones de mercado y está relacionada con las políticas que emplean los agentes, entre las cuales destacan la política de precios, política de producto, política de coordinación (establecimiento de acuerdos comerciales entre los diferentes niveles de mercado) y la política de distribución (para minimizar gastos y lograr eficiencia).

- Resultado del mercado: Referida al desempeño del mercado, en relación con los objetivos socialmente aceptables (en cuanto a precio, producto, costos de producción y servicios ofrecidos). Estos objetivos pueden ser analizados en función de sus efectos en el bienestar general tales como: la organización económica (uso eficiente de los recursos y progreso tecnológico), empleo pleno, calidad aceptable del bien o servicio, nivel de utilidad razonable, gastos en promoción y publicidad a niveles adecuados, entre otros.

Por ello el estudio de la organización de mercados es útil para analizar los problemas de comercialización, así como para identificar ineficiencias técnicas, económicas e institucionales en los mercados, satisfaciendo las demandas de los consumidores.

Comercialización y mercadeo

Mendoza, (1995), Refiere que el concepto de comercialización engloba las actividades físicas y económicas, bajo un marco legal o institucional, en el proceso de trasladar los bienes y servicios desde la producción hasta el consumo final en forma conveniente en el momento y el lugar oportunos. **Incluye por lo tanto el acopio, el transporte, la selección, la limpieza, la tipificación, el almacenamiento, el empaque, la búsqueda de abastecedores y de mercados.** Donde las actividades físicas y económicas están estrechamente relacionadas, de modo que un agente no realiza una actividad física de mercadeo si no es económica.



Funciones de comercialización

En el mercadeo existe una serie de procesos que implican movimientos que tienen una secuencia lógica y coordinación para la transferencia ordenada de los productos, con frecuencia se estudia el mercadeo a través de análisis por funciones: la cuales se siguen un secuencia lógica en las funciones: comienzan a nivel del cultivo, acopio rural, la preclasificación, el transporte, el almacenamiento, hasta terminar con la venta al consumidor final.

Funciones de intercambio, se llevan a cabo en el proceso de intercambio, en el cual los agentes de la cadena agro comercial añaden utilidad de posesión a los productos mediante la transferencia de los derechos de propiedad. Las principales funciones son las de compra – venta y la de determinación de precios.

Funciones físicas, acopio, se relacionan con la transferencia y/o transformación física del producto. Las principales funciones son: acopio, manipulación, almacenamiento, transformación, que consiste en modificar la forma del producto para preservarlo y hacerlo asequible al consumidor; y transporte, es el traslado del producto de las zonas de producción a los centros de consumo.

Funciones auxiliares o de facilitación, contribuyen con la ejecución de las funciones de intercambio y físicas y se realizan a todo nivel en la cadena agro comercial con la participación de diferentes agentes e instituciones. Las principales funciones son: normatividad, aceptación de riesgos, coordinación de mercadeo, información de mercados, financiamiento y promoción del producto.

Canales y redes de comercialización

Los canales de comercialización representan la relación entre los agentes de intermediación de un producto o grupo de productos, permitiendo conocer de manera

sistemática el flujo o circulación de los productos entre su origen y destino. Éstos varían de acuerdo al producto y a la forma de producción. Pueden ser desde muy cortos y sencillos (productor - consumidor final) hasta muy largos y complejos como se adopta este caso (productor – acopiador rural – industria – exportador – consumidor externo) esto dependerá en cierta medida del desarrollo socioeconómico de la región, es decir, mientras menos desarrollada la agricultura en la región, mayor será la porción de la producción orientada al autoconsumo por lo tanto, se comercializará un volumen menor en zonas aledañas. El conjunto de canales conforman la red de comercialización y su identificación permite destacar la importancia y el papel que desempeñan cada agente participante en el flujo de los productos a lo largo de la cadena. A continuación el Gráfico se representan los tipos de canales de comercialización de productos agrícolas, según Mendoza (1987):

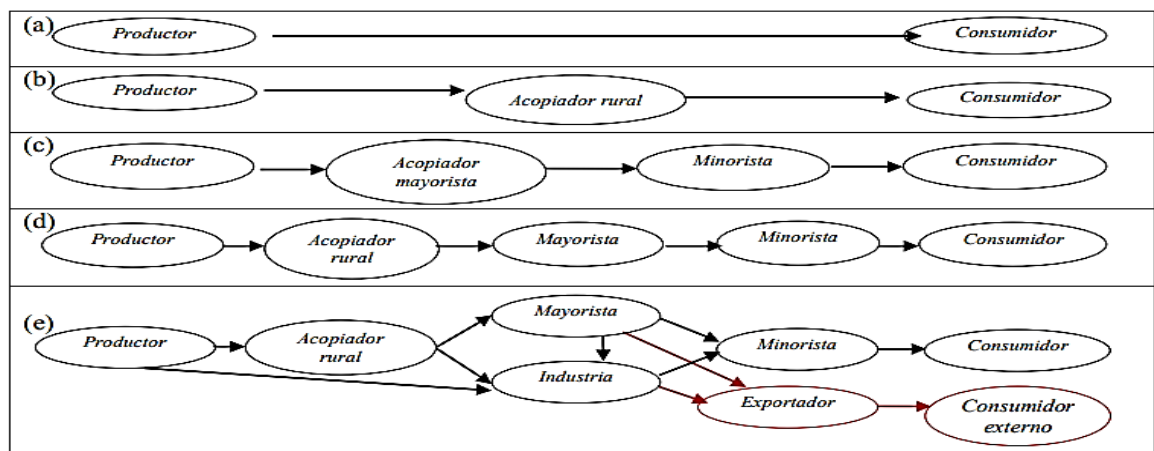


Gráfico 1. Tipos de canales de comercialización

Fuente: Mendoza, (1995).

El esquema considera la participación de una agroindustria, que se encarga de la transformación del producto. Así como la posibilidad de que exista un agente adicional que sería el exportador, quien deriva la producción nacional hacia el mercado externo.

Demanda

Según Andrade (2006), la definición de la demanda: "Es la cantidad de bienes



o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca". La demanda es la solicitud voluntaria y la capacidad económica de adquirir un determinado bien o servicio a un precio y lugar establecido por un individuo o grupo que manifiestan una necesidad capaz de ser satisfecha por el consumo del bien o servicio.

Oferta

Según Andrade, (2006) define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando ésta definición, Andrade agrega que en el lenguaje de comercio, "se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda"

La oferta es la cantidad de productos ya sean bienes o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio en un periodo dado para satisfacer necesidades individuales o grupales.

Capital financiero

El capital financiero incluye el efectivo, crédito, préstamos o ingresos que las organizaciones utilizan para alcanzar la administración efectiva y objetivos de la organización. El capital financiero es primordial para el desarrollo de las actividades de una cadena agrícola, ya sean los préstamos de mediano y largo plazo que ayudan en el aumento de capacidad de producción referidos en extensiones y volúmenes para obtener una productividad favorable de una organización.

Gobernanza

Machuca, (2015), Se refiere a los mecanismos contractuales que incluyen situaciones de acuerdos informales, alianzas, subcontrataciones, redes de empresas,

franquicias, marcas colectivas y cooperativas, y son el resultado de estrategias que buscan principalmente ganar poder de mercado en mercados muy competitivos.

El primero, define las reglas o condiciones para participar en la cadena, incluyendo la conformidad de estándares internacionales de calidad en la industria de alimentos procesados. Esta “gobernanza legislativa”, establece reglas y condiciones. También se requiere una “gobernanza judicial” para revisar y coordinar su cumplimiento. Sin embargo, para cumplir estas reglas de participación, se necesita tener alguna gobernanza proactiva, que es llamado “gobernanza ejecutiva”, el cual brinda asistencia a los participantes en cumplir estas reglas operativas. Esta gobernanza puede ser directa (ayudando a un proveedor a lograr estándares de calidad) o indirecta (articulando un proveedor a una empresa de servicios que pueda asistirlo en cumplir estos estándares).

2.2.2 Competitividad

Competitividad de la cadena

Según Van der & Camacho, (2006), Una cadena productiva es competitiva cuando sus actores han desarrollado capacidades y condiciones para mantenerse y aumentar su participación en el mercado de manera sostenible. La Competitividad de una cadena tiene que ver con las habilidades, actitudes, talentos, competencias, visión empresarial de sus actores. Algunos autores hablan de competitividad sistémica para hacer entender que una cadena es competitiva no solo cuando una empresa o un grupo de actores tienen rentabilidad, sino que el conjunto de actores es competitivo.

En esta guía consideraremos que una cadena productiva es competitiva cuando sus diferentes actores:

- han desarrollado relaciones eficientes y equitativas entre ellos, se han organizado, coordinan y comparten información
- tienen intereses diferentes pero comparten una visión común del desarrollo de la



cadena, tienen un “norte común”

- producen en función de una demanda de mercado
- se diferencian por elaborar productos de calidad e innovadores
- son eficientes en costos

La competitividad se ha convertido en una exigencia para la supervivencia de las empresas. Las organizaciones compiten en mercados cada vez más amplios en los que participan Casillejas Vargas, (2004). La Productividad y el Recurso Humano son considerados según el autor los factores clave que definen la competitividad de las empresas en un mercado globalizado en busca de la excelencia empresarial.

Factores clave de la competitividad

La Productividad: Clave de la Competitividad.

Según Casillejas Vargas, (2004) La Productividad es uno de los factores clave que definen la competitividad de las empresas en un mercado globalizado en busca de la excelencia empresarial. La calidad de vida de una nación está determinada en base a la productividad de su economía una nación la cual se mide por el valor de sus bienes y servicios que produce, en donde la productividad depende tanto del valor de los productos y servicios medido de acuerdo a los precios que obtienen en el mercado internacional ayuda a aumentar el nivel de vida de los ciudadanos de una nación, y el incremento de ganancias para los propietarios del capital.

La productividad es el concepto clave para la búsqueda de la competitividad y el progreso económico. Se entiende, en primer lugar, que son las empresas mismas las que logran generar ventajas competitivas en los mercados internacionales, cuando consiguen aumentar la productividad en el uso de los recursos que emplean. Es posible que una empresa se vuelva más productiva, cuando logra aumentar la productividad de la fuerza de trabajo, cuando reduce insumos y desechos innecesarios o reduce los costos de la



logística, de administración o financieros, cuando consigue elevar los precios unitarios de sus productos al mejorar su calidad o al diferenciarlos con respecto a los de la competencia, y también cuando aumenta la productividad de la maquinaria, el equipo y demás bienes de capital que emplea en sus procesos productivos.

La competitividad de una empresa lo determina la productividad a través de la reducción de costos de producción, mano de obra calificada y el uso adecuado de la tecnología, por ello el incremento de la productividad mejora la calidad de vida de los ciudadanos en base al incremento de la productividad del trabajo y capital; un aumento salarial a trabajadores e incrementar sus ganancias al propietario. Esto puede alcanzarse a través de un aumento en la productividad en cuanto a:

- **Volúmenes de producción;** se refiere a la cantidad producida del producto a comercializar.
- **Procesos de productivos;** significa aumentar la productividad de la maquinaria, el equipo y demás bienes de capital que emplea en cada etapa de los procesos productivos, desde la adquisición de materia prima (entrada), procesos y operaciones, y salida del producto, es también aprovechar la capacidad instalada, adquirir nueva tecnología para los procesos de producción y que cada uno de los agentes involucrados en este proceso productivo estén capacitados para rendir eficientemente en cada etapa del proceso.

Se considera como indicadores de la productividad los volúmenes de producción que nos permitirá ver si nuestra producción es suficiente en cantidad de comercialización y también si estamos acorde a las exigencias del mercado

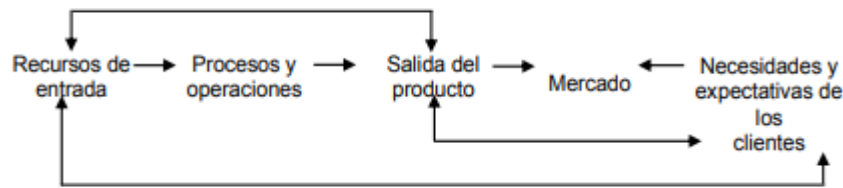


Gráfico 2. Proceso de producción

Fuente: (Casillejas Vargas, 2004)

Fuentes de productividad; Se considera como indicadores de la productividad los volúmenes de producción que nos permitirá ver si nuestra producción es suficiente en cantidad de comercialización y también si estamos acorde a las exigencias del mercado y por tanto ser eficientes en cuanto a la oferta se refiere, el costo de producción, precio de venta, la calidad de la materia prima.

Recurso Humano: Clave de la Competitividad.

El nivel de formación está directamente vinculado con la productividad de la empresa a través de los recursos humanos y se ve reflejado en:

Capacitación del Personal; según Casillejas Vargas, (2004), esta debe ser constante para así contar con trabajadores eficientes y estos logren altos niveles de competitividad. Sin embargo, la competitividad es un concepto complejo, que depende de muchos factores que tienen que ver no solo con costos y precios, sino también con los comportamientos estratégicos de las empresas.

Capacidad Gerencial; las capacidades de los directivos, son de vital importancia ya que si el gerente está en la capacidad de administrar a los recursos humanos, integrarlos y darles una formación, y que estos se sientan comprometidos con la organización o empresa.

Clima Organizacional; es el conjunto de hábitos y creencias establecidos a través de normas, valores y expectativas compartidas por los miembros de la organización. La cultura refleja la mentalidad que predomina en una organización. Por lo tanto la cultura tiene que ver con las políticas que se imparten dentro de la organización, de qué manera



se toman las decisiones Chiavenato, (2007).

Innovación tecnológica

Un segundo aspecto clave para mejorar la competitividad del sector del micro y pequeña agroindustria tradicional latinoamericana es la innovación tecnológica. En el contexto actual de globalización, es crucial para las agroindustrias mejorar su tecnología, tanto en prácticas como en equipos, si se pretende garantizar su supervivencia y mejoramiento en el mediano plazo. La falta de capacitación del personal de las pequeñas empresas en el manejo de las tecnologías de información y comunicación, redundan en procesos de gestión ineficientes.

Cooperativas Agrarias

Según la Organización Internacional del Trabajo OIT, Una cooperativa es una asociación autónoma de un grupo de personas que se han unido voluntariamente para la realización de actividades empresariales, estando estas actividades empresariales encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Agricultura orgánica. La agricultura orgánica es una forma integral u holística de agricultura, además de la producción de bienes de calidad alta, una meta importante es la conservación de los recursos naturales, un suelo fértil, agua limpia y una rica biodiversidad. El arte de la agricultura orgánica es hacer el mejor uso de los principios y procesos ecológicos. IFOAM, (2002).

Competitividad: Se define competitividad como la posición que tiene un competidor con relación a otros competidores. La competitividad se parece al juego de las sillas musicales: existe una cantidad finita de asientos y algunos son más deseables que otros.



La competitividad es un concepto que se puede aplicar dentro de diferentes marcas.

Mercado: Presenta un lugar físico o virtual donde vendedores y compradores determinan el precio e intercambian bienes o servicios.

Café orgánico: El café orgánico se cultiva mediante una estrategia productiva orientada a la obtención de café de calidad y la protección del ambiente, sin la aplicación de productos agroquímicos, y que se rige por normas de producción y procesamiento, mismas que son vigiladas mediante un proceso de certificación que garantiza al consumidor la adquisición de alimentos de calidad sin residuos químicos, como son fertilizantes y plaguicidas OIC, (2015).

El fruto del café: El fruto del café es una baya o drupa que primero es verde, posteriormente en la etapa de madurez, los frutos se tornan de color rojo más o menos oscuros (a excepción de las variedades del café. arábica cuyos frutos son amarillos). OIC, (2015).

Características del grano de café.

Tamaño: El tamaño del grano (café oro) de café se mide entre 0.5 a 0.8 cm, dependiendo de la variedad, condiciones de abonamiento y altitud, también aquí es necesario tomar en cuenta el peso.

Forma: Cabe mencionar que el mercado tiene como base de aceptación, la forma del grano, plano convexa o “planchuela”, considerándose como la constitución normal, cualquier otra forma diferente o mencionada resulta como consecuencia de una malformación del fruto.

Color: El color del grano de café oro varía de acuerdo con la región y altura donde se produce, sin embargo el color también puede variar de acuerdo a las condiciones de almacenamiento

Café cerezo

café cerezo seco

café verde (oro)



Figura 1. Proceso del café para su comercialización.

Fuente: OIC, (2015).



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

Ámbito geográfico

El área para el presente trabajo de investigación está orientado a estudiar el ámbito de la Provincia de Sandia del Departamento de Puno situado en la zona Nor Oriental del departamento de Puno, donde por el Este limita, con la República de Bolivia, Por el Oeste, con la Provincia de Carabaya, Por el Norte, con la Región de Madre de Dios, Por el Sur, con la Provincia de San Antonio de Putina, su superficie se caracteriza por contar con varios pisos ecológicos que van desde los 500 hasta los 5,900 m.s.n.m., es atravesada por una cadena de nevados, sus valles son estrechos, profundos y encajonados, con temperaturas promedio que van desde una máxima de 25°C, y una mínima de -3°C y una temperatura media de 7.5°C, teniendo una superficie total de 11,862.41 Km². Su territorio en su mayor parte está conformado por ceja de selva, selva alta y selva, de la Región Puno, en la zona de la selva cuenta con una variada biodiversidad constituidas por áreas protegidas como Parques Nacionales (Bahuaja Sonene), Reservas Nacionales (Tambopata) y el Corredor de Conservación Vilcabamba-Amboró (Perú-Bolivia).

La Provincia de Sandia está conformada por diez distritos que están bajo la administración el gobierno local de Sandia, con una población total de 68,253, según el INEI Población 2000 al 2015. Asimismo cuenta con una diversidad de pisos ecológicos y que la mayor parte está conformada por ceja de selva alta que favorece en la producción orgánica de diversos productos como los cítricos, cacao, piñas y entre ellas el café, debido a su clima variado, y un adecuado manejo de los productos.

Mapa de los distritos productores de Café

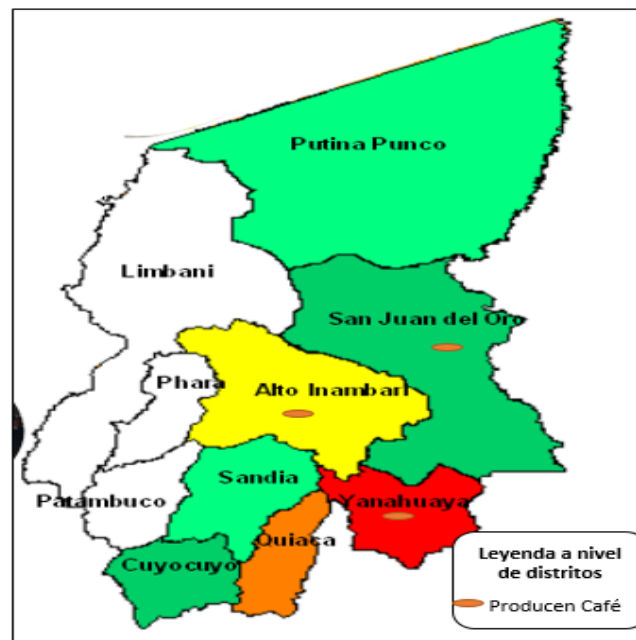


Figura 2. Mapa de los distritos productores de Café

Características de las Cooperativas Agrarias Cafetaleras de la Empresa Cecovasa

La Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia - Cecovasa; está conformada por las 7 Cooperativas Agrarias Cafetaleras, con el RUC 20118578415, fundada el 02 de Mayo de 1970, dedicada a la actividad comercial: venta de Materias Primas Agropecuarias; con Dirección legal Administrativa Parque Industrial taparachi Km. 3- carretera Juliaca-Puno y Dirección de la Oficina Comercial AV. Luna Pizarro N° 372 – la Victoria Lima; conformado por Cooperativas ubicadas en los Distritos de la Provincia de Sandia; San Juan, Alto Inambari, Yanahuaya. Con la siguiente descripción de cada Cooperativa.

Cooperativa: San Jorge S.R. Ltda. Identificada con RUC N° 20116854989 reconocido con la marca Café Uchuñari con Dirección Jirón Independencia N° 109 Bar. Bellavista, Distrito de San Pedro de Putina Punco-Sandia-Puno; fundada el 25 de Abril del año 1993. Representada por su presidenta Sr. Tinta Condori Américo Palero; conformado por 106 socios productores.



Cooperativa: San Ignacio S.R.Ltda. Identificada con RUC N° 20145484597 con Dirección legal Jirón Progreso SN Interior Piso 1, Distrito San Pedro de Putina Punco-Sandia-Puno; fundada el 21 de Enero del año 1993. Representada por su presidenta Sr. Chipana Canaza Octavio; conformado por 104 socios productores.

Cooperativa: Charuyo S.R. Ltda. Identificada con RUC N° 20185895671 con Dirección legal AV. Agricultura 131 Interior Piso 1, Distrito San Juan del Oro-Sandia-Puno; fundada el 16 de Octubre del año 1993. Representada por su presidenta Sr. Sacaca Chambi Artemio; conformado por 112 socios productores.

Cooperativa: Inambari S.R. Ltda. Identificada con RUC N° 20146128662 reconocido con la marca Café Tunki con Dirección legal Car. Sandia Inambari N°. K-70 Masiapo, Provincia de Sandia-Sandia-Puno; fundada el 22 de Julio del año 1982. Representada por su presidenta Sr. Idme Huaracallo Ismael; conformado por 118 socios productores.

Cooperativa: Valle Grande S.R. Ltda. Identificada con RUC N° 20233074561 reconocido con la marca Café Tunki con Dirección legal Jirón Santa Rosa 351 Interior Piso 1, C.P. Pampa Yanamayo-Alto Inambari-Sandia-Puno; fundada el 04 de Abril del año 1995. Representada por su presidenta Sr. Choque Colque Sebastián; conformado por 102 socios productores.

Cooperativa: Túpac Amaru Ltda. Identificada con RUC N° 20185883664 reconocido con la marca Café de la Nubes con Dirección Jirón Marino Cisneros 157 Interior Piso 1, C.P. de Quiquirá-Alto Inambari-Sandia-Puno; fundada el 01 de Diciembre del año 1990. Representada por su presidenta Sra. Vicentina Phocco Palero; conformado por 106 socios productores.

Cooperativa: Unión Azata S.R. Ltda. Identificada con RUC N° 20156100855 con Dirección legal JIRÓN Progreso 168 Interior Piso 2, Distrito de San Pedro de Putina



Punco-Sandía-Puno; fundada el 08 de Julio del año 1990. Representada por su presidenta Sr. Cauna Gutiérrez Rene, conformado por 94 socios productores.

3.2 PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO

El periodo de desarrollo del proyecto de investigación fue del 23 de Mayo del 2019 al 30 de Diciembre del 2019.

3.3 PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO

3.3.1 Técnicas de recolección de datos

Según Hernandez “et.al”, (2010) la recolección de datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico, varían según el grado de estructuración y el tipo de obtención de datos que requiera la investigación; para el trabajo de investigación se seleccionó información que aporten en determinar qué factores de la cadena productiva del café inciden en la competitividad de Cecovasa.

Encuesta

la encuesta se utilizó con el fin de obtener una buena información, sobre la muestra utilizando procedimientos estandarizados de interrogación para lo cual se aplicó la encuesta a cada uno de los directivos de las Cooperativas que conforman la Central de Cooperativas Agrarias de los Valles de Sandía, cuya encuesta tiene una tipología de preguntas de opción múltiple y cerradas, donde los encuestados tenían la opción de marcar hasta más de dos opciones, esto con el fin de obtener una información más amplia de los elementos que conforman los factores internos de la cadena productiva de cada Cooperativa.



3.3.2 Instrumentos

Cuestionario.

Consiste en un conjunto de preguntas diseñado cuidadosamente, sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación o evaluación y que puede ser aplicado de diferentes formas como la administración directa que es la que más destaca. El instrumento consta de 26 ítems para la variable Cadena productiva y de 8 ítems para la variable Competitividad, que fue elaborado bajo los criterios de respuesta de escala de Likert bajo siguientes parámetros:

- (1) Totalmente desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

Los puntajes asignados a cada una de las alternativas de la escala de Likert, según Hernández “et.al”, (2010), pág. (373-375), que van del 1 a 5 puntos.

Confiabilidad del instrumento. Se probó la confiabilidad del instrumento de recolección de datos mediante el alfa de Cronbach:

Variable cadena productiva.

Tabla 1.

Resumen de procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válido	7	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	7	100,0

Fuente: elaborado por la Tesista

Tabla 2.

Fiabilidad del instrumento

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,754	38

Fuente: elaborado por la Tesista

La prueba de confiabilidad del instrumento de la cadena productiva realizado a través de la técnica Alfa de Cronbach es de 62,9 se observa un buen nivel de confiabilidad, por ello señala que el cuestionario presenta una confiabilidad como se muestra en la tabla 2.

Variable Competitividad.

Tabla 3.

Resumen de procesamiento de los caso

	N	%
Casos Válido	7	100,0
Excluido	0	,0
Total	7	100,0

Fuente: elaborado por la tesista

Tabla 4.

Fiabilidad del instrumento

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,804	8

Fuente: elaborado por la tesista

La prueba de confiabilidad del instrumento de Competitividad realizado a través del Alfa de Cron Bach es de ,804 donde señala un nivel de confiabilidad del cuestionario, admitiendo que sea aplicado para los datos.

3.4 POBLACION Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.4.1 Población

Según Cid, Mendez, & Sandoval, (2011) La población corresponde a la totalidad de los valores de la característica medida en el conjunto de los individuos que son de



interés en el estudio y para los cuales se obtendrán conclusiones. La población de referencia está constituida en su conjunto a las 7 Cooperativas que constituyen la Central de Cooperativas Agrarias de los valles de Sandia (Cecovasa), dedicadas a la producción y comercialización de café orgánico.

Tabla 5.

Cooperativas productoras y Comercializadoras de la Empresa Cecovasa

COOPERATIVAS INTEGRANTES DE LA EMPRESA CECOVASA
1. Cooperativa Agraria Cafetalera San Jorge S.R. Ltda.
2. Cooperativa Agraria Cafetalera San Ignacio S.R. Ltda.
3. Cooperativa Agraria Cafetalera Charuyo S.R. Ltda.
4. Cooperativa Agraria Cafetalera Inambari S.R. Ltda.
5. Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Grande S.R. Ltda.
6. Cooperativa Agraria Cafetalera Túpac Amaru S.R. Ltda.
7. Cooperativa Agraria Unión Azata S.R. Ltda.

Fuente: cámara de comercio y la producción de puno

La comercialización del grano del café se realiza a través de la oficina comercial de la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia – Cecovasa, ubicadas en la ciudad de Lima y Juliaca, por ello las funciones físicas de acopio, manipulación y almacenamiento lo realizan las Cooperativas que están ubicadas en diferente zonas y distritos de la selva de la Provincia de Sandia, seguidamente de estas funciones de acopio, control de calidad, almacenamiento y manipulación del traslado del producto a la planta procesadora en la ciudad de Juliaca, para la limpieza y empaque antes de su comercialización.

3.4.2 Muestra

El tipo de muestreo a utilizar es el no probabilística y la muestra es censal la cual es el procedimiento de investigación propuesto para estudiar la totalidad de los elementos de una población-universo Cid, Mendez, & Sandoval, (2011). Por lo que se tomara en



conjunto a las 7 Cooperativas Agrarias Cafetaleras que constituyen la “Central de Cooperativas de los Valles de Sandía” - Cecovasa, teniendo en cuenta que este tipo de muestreo es de relevancia para la obtención de los objetivos, por lo tanto para la ejecución de la investigación especialmente se requiere una estrecha colaboración por parte de los dirigentes/representantes de cada Cooperativa.

3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Es no experimental

Para determinar el diseño de la investigación, se ha tomado como referencia la clasificación realizada por Hernandez “et.al”, (2010), por la cual se ha elegido el Diseño No Experimental del tipo correlacionales - causales. Donde se describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto; Se describirá datos de los factores de la cadena productiva de las cooperativas y determinar la influencia en la competitividad de la central de cooperativas agrarias.

3.6 PROCEDIMIENTOS

Para desarrollar el trabajo de investigación se tomó como referencia el texto Metodología de la Investigación de (Hernandez, Fernandez, & Baptista) (2010)

3.6.1 Enfoque de Investigación

Es de carácter cuantitativo

Según Hernandez “et.al”, (2010). El Enfoque de la investigación utilizado es cuantitativo, debido a que esta investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. Del mismo modo se usa en la recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento.



3.6.2 Tipo de Investigación

Explicativa por que pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian, van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos Hernandez “et.al”, (2010); que permitió establecer la influencia de los factores de la cadena productiva de cada cooperativa en la competitividad de la central de cooperativas agrarias cafetaleras de los valles de Sandia, periodo 2018.

3.6.3 Métodos

Según Hernandez “et.al”, (2010), Método inductivo que va de la obtención de conocimientos que avanza de lo particular a lo general, de los hechos a las causas de investigación, porque utilizaremos el cuestionario como herramienta para investigar, este método nos permitió analizar, examinar, descomponer la cadena productiva del café con respecto a su comercialización y volumen de producción de las cooperativas de la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia.

3.7 VARIABLES

Variable 1: factores de cadena productiva

Dimensiones:

- Factores internos de la cadena productiva: Capital humano, Capital social, Capital físico.
- Factor externos de la cadena productiva: Mercado - Demanda

Variable 2: Competitividad

Dimensiones:

- Productividad: Volúmenes de producción, proceso de productividad, fuentes de productividad
- Recurso humano: Capacidad Gerencial. Clima organizacional.



3.8 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Primeramente se preparó los cuestionarios para los integrantes de la muestra de la investigación, para luego procesarla tomando en consideración los siguientes procedimientos:

- Se codifico las respuestas
- Se diseñó la base de datos en el programa estadístico SSPS 2,5, (modelo regresión lineal), la cual nos permite realizar una explicación y predicción de las variables involucradas en la investigación
- Se ingresó la información recolectada y codificada
- Se utilizó la estadística descriptiva e inferencial para presentar la información ingresada, haciendo uso de las distribuciones de frecuencia
- También se presentó los resultados de los datos utilizados en gráficos de barras y luego se realizó los siguientes procedimientos:
 - La tabulación que consistió en tabular la información, en tablas que sirven para demostrar los resultados; así como el uso de las hojas de cálculo y la determinación de porcentaje que permitió la interpretación de los cuadros tabulados, expresando los porcentajes de forma detallada y ordenada.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Esta sección presenta los resultados obtenidos a partir de la información recopilada de las diversas fuentes y los métodos de procesamiento de datos, estas técnicas e instrumentos aplicados se orientaron a la obtención del objetivo general y objetivos, donde se procederá a determinar los resultados de la cadena productiva y su influencia en la competitividad de la Central de Cooperativas Agrarias de los Valles de Sandia, y finalmente se contrastaran las hipótesis planteadas.

4.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar la influencia de los factores de la cadena productiva del café en la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo-2018.

Tabla 6.

Influencia de los factores de la cadena productiva en la competitividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,793 ^a	,629	,555	4,958

Fuente: investigadora. en base al modelo de regresión lineal

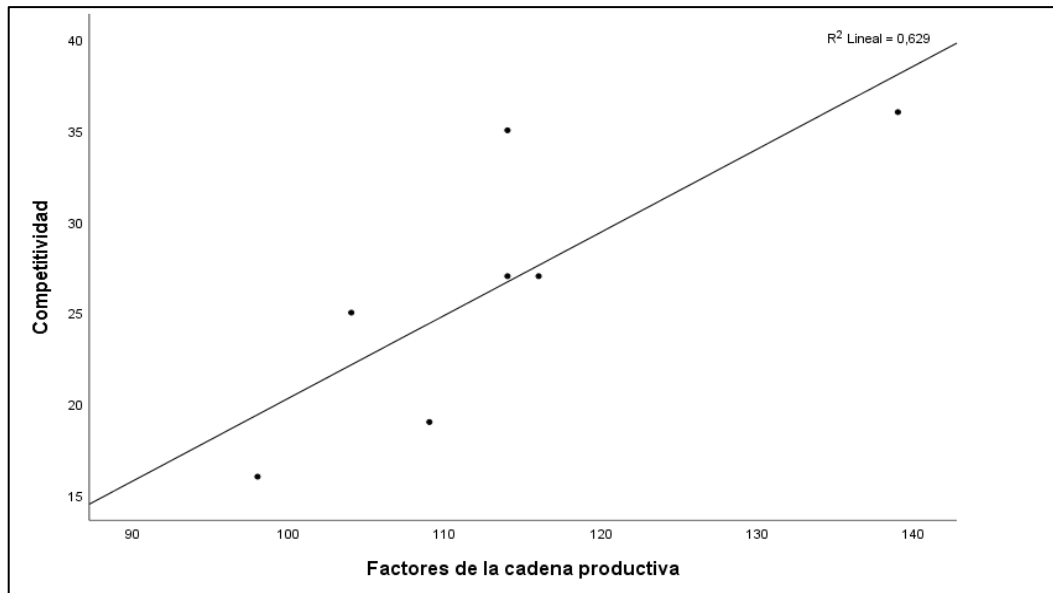


Gráfico 3. Influencia de los factores de la cadena productiva en la competitividad.

Fuente: Tabla 6.

Interpretación.

En la tabla 6 indica que el índice de eficiencia del modelo aplicado resulta aceptable, puesto que se ha obtenido un R^2 (R cuadrado) de 0.629. Así mismo R^2 nos permite realizar una explicación y predicción de las variables involucradas en nuestra investigación. Por consiguiente R^2 nos indica que la variable independiente (factores de la cadena productiva) explica el comportamiento de la variable dependiente (competitividad) en un 62.9%, para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – CECOVASA en el año 2018.

4.2 OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Determinar qué factores internos de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia.

Factor interno de producción de la cadena productiva: “Capital Humano”

El capital humano considerado como un recurso importante dentro de una organización un recurso humano competente le permite a la empresa adaptarse a las condiciones imperantes en la industria en menos tiempo, incorporar nuevos

conocimientos técnicos e incrementar la competitividad a partir de una serie de insumos dados. Este capital o recurso involucra el número el grado de instrucción académica, la capacitación al personal directiva, número de trabajadores fijos y capacitación al personal,

Tabla 7.

¿Qué grado de instrucción Académica tiene?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Educación secundaria	6	85,7	85,7	85,7
	Formación técnica	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación:

En la tabla 7, en cuanto al grado de instrucción de los dirigentes de las Cooperativas, se muestra que el 85,7%, que representa 6 dirigentes de Cooperativas “Túpac Amaru”, “Inambari”, “Valle Grande”, “Charuyo”, “San Ignacio”, “Unión Azata” solo cuentan con Educación Básica de primaria y secundaria y solo 14,3% que representa a solo 1 directivo que es de la cooperativa San Jorge que cuenta con un estudio técnico contable para la dirección de la cooperativa. Esta tabla nos muestra que existe una limitante en la dirección del recurso humano más importante de la organización.

Tabla 8.

¿Considera importante las Capacitaciones?

¿Considera importante las capacitaciones?	Si	7	100,0	100,0	100,0
¿En qué temas considera que necesita mayor capacitación?:					
			Respuestas		Porcentaje
			N	Porcentaje	de casos
	Ítems	Gestión Administrativa	5	62,7%	71,4%
		mercado y comercialización	4	37,3%	57,1%
	Total		12	100,0%	171,4%

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 8, nos muestra en su totalidad de los directivos considera importante las Capacitaciones, y respecto a en que temas consideran que necesitan mayor capacitación el 62,7% respondió que necesita más capacitaciones en temas de gestión Administrativa y el 37,3% respondió que necesita mayor capacitación en mercadeo y comercialización de la cartera de productos que cuenta cada Cooperativa.

Tabla 9.

Número de trabajadores fijos por Cooperativa

NUMERO DE TRABAJADORES	Inambari Ltda.	Túpac Amaru Ltda.	Valle Grande Ltda.	San Jorge Ltda.	Charuyo Ltda.	San Ignacio Ltda.	Unión Azata Ltda.
FIJOS	4	5	5	4	3	4	3

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Tabla 10.

Cada cuanto tiempo recibe capacitación técnica el personal de la cooperativa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Trimestral	3	42,9	42,9	42,9
Anual	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación:

Según la tabla 9 y la tabla 10, respecto a número de trabajadores fijos que cuenta cada Cooperativa y cada cuanto tiempo recibe capacitación técnica el personal fijo de cada Cooperativa, este resultado nos muestra que el 57,1% que representa al personal de 4 Cooperativas “Charuyo”, “Inambari”, “Unión Azata”, “San Ignacio”, estas Cooperativas realizan una capacitación de forma anual esta se da al inicio del acopio de la producción anual que es en el mes de marzo, asimismo el 42,9% que representa al personal de 3 Cooperativas “San Jorge”, “Túpac Amaru”, “Valle Grande”, estas últimas

cooperativas realizan su capacitación técnica a su personal de trabajo de forma trimestral la cual la primera se lleva a cabo en el mes de marzo al inicio del acopio

Factor interno de producción de la cadena productiva: “Capital Social”

El Capital social de una organización está basada en proveedores de materiales que es un componente básico que requiere una organización para una comercialización adecuada en el mercado, acorde a los requerimientos del mercado demandante. Y la importancia de conocer, qué alianzas aportan en el crecimiento y desarrollo de una organización por parte de los directivos de cada Cooperativa.

Tabla 11.

¿Con que proveedores de materiales básicos cuenta la Cooperativa?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
pallets de almacenamiento	4	22,2%	57,1%
saco arpillera yute	7	38,9%	100,0%
etiquetas de comercialización	7	38,9%	100,0%
Total	18	100,0%	257,1%

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación.

En la tabla 11 , nos muestra que el 77,8% que representa la totalidad de las 7 cooperativas, estas cuentan con proveedores básicos como las etiquetas de comercialización, saco arpillera y solo el 22,2% que representa 4 cooperativas “San Jorge”, “Túpac Amaru”, “Valle Grande” y “San Ignacio”, cuentan con proveedores de pallets de almacenamiento, asimismo el restante de las 3 cooperativas “Charuyo”, “Unión Azata” e “Inambari”, no cuentan con proveedor de pallets de almacenamiento.

Tabla 12.

¿Qué ítem considera importante de las alianzas estratégicas para el desarrollo de la organización?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
\$p12 ^a	Alianzas con otras cooperativas	7 41,2%	100,0%
	Alianzas con los proveedores	6 35,3%	85,7%
	Alianzas con instituciones sin fines de lucro	4 23,5%	57,1%
Total	17	100,0%	242,9%

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 12, nos muestra que el 41,2% que representa a la totalidad de los dirigentes de las cooperativas indican que las alianzas con otras cooperativas son importantes para el desarrollo y la sobrevivencia de la Central de Cooperativas en el Mercado, así como el 35,3% de los dirigentes de las cooperativas indican que las alianzas con proveedores de materiales básicos de comercialización son importantes en una organización, asimismo 4 dirigentes de las cooperativas mencionan que las alianzas con instituciones sin fines de lucro aportan en la mejora de una organización de forma incondicional.

Factor interno de producción de la cadena productiva: “Capital Físico”

En una organización se debe de contar con una infraestructura adecuada de acuerdo a los parámetros y necesidades del rubro que pertenece la empresa u organización, un local acopiadora que tenga una ubicación estratégica, que cuente con un espacio suficiente como para almacenar y distribuir los productos de acuerdo a la variedad de entrega de los socios productores. Del mismo modo el uso de equipos en cada etapa de la cadena productiva, no solo en la parte acopiadora, sino también en el proceso productivo de la materia prima.

Tabla 13.

Cuenta con un local propio

Cuenta con un local propio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	100,0	100,0	100,0

Las instalaciones del local son acorde a los productos		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación.

En la tabla 13, nos muestra que las siete Cooperativas en estudio cuentan con un local propio para el acopio y almacenamiento temporal del producto, de la misma forma nos muestra que las instalaciones de local de cada cooperativa son acorde a las necesidades de acopio y almacenamiento temporal del producto.

Tabla 14.

Las instalaciones del local cuentan con mantenimiento permanente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	4	57,1	57,1	57,1
	Si	3	42,9	42,9	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación.

Con respecto a las instalaciones del local la tabla 14, nos muestra que 4 dirigentes de las cooperativas “Inambari”, “Valle Grande”, “San Ignacio” y “Unión Azata” que representa un 57,1% indicaron que su Cooperativa “no” realiza mantenimiento permanente de las instalaciones del local, y solo 3 dirigentes de las cooperativas “San Jorge”, “Charuyo”, “Túpac Amaru” señalaron que realizan un mantenimiento permanente de las instalaciones del local

Tabla 15.

¿Con que equipos y materiales cuenta la cooperativa para el Acopio y Almacenamiento del producto?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Balanzas industriales	7	28,0%	100,0%
Pallets de almacenamiento	7	28,0%	100,0%
Equipo de registro de datos	4	16,0%	57,1%
Equipo de control de humedad	7	28,0%	100,0%
Total	25	100,0%	357,1%

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación:

En la tabla 17 nos muestra que los dirigentes de las siete cooperativas que representa el 84%, indicaron que las cooperativas las cuales representan cuenta con equipo de control de humedad, pallets de almacenamiento, y balanzas industriales, asimismo que solo 4 cooperativas que representa el 16% que son “Túpac Amaru” y “Valle Grande”, “Inambari”, y “San Jorge” los dirigentes de estas cooperativas señalaron que cuentan con un equipos de registro de datos de los socios al momento de acopio.

Tabla 16.

Influencia de los factores internos de la cadena productiva en la competitividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,781 ^a	,609	,531	5,090

Fuente: investigadora. en base al modelo de regresión lineal

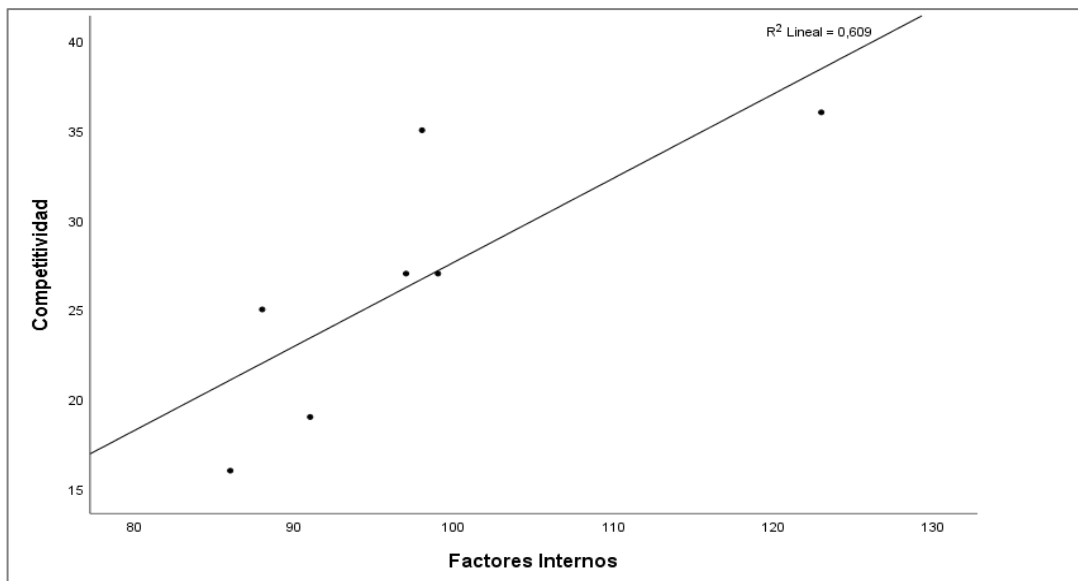


Gráfico 4. Influencia de los factores internos de la cadena productiva en la competitividad.

Fuente: Tabla.

Interpretación.

En la tabla 16, indica que el índice de eficiencia del modelo aplicado resulta aceptable, puesto que se ha obtenido un R^2 (R cuadrado) de 0.609. Así mismo R^2 nos permite realizar una explicación y predicción de las variables involucradas en nuestra investigación. Por consiguiente R^2 nos indica que la variable independiente (factores internos) explica el comportamiento de la variable dependiente (competitividad) en un 60.9%, para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandía – CECOVASA en el año 2018.

4.3 OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Determinar qué factores externos de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía - Cecovasa, periodo 2018.

El mercado es un factor externo que debemos tomar en cuenta ya que si no existe un mercado las organizaciones no tendrían razón de ser, por ello este factor involucra el conocimiento básico que debe contar un dirigente de una organización, para poder así

aportar de forma adecuada en las juntas que se realizan mensualmente de la Central de Cooperativas Agrarias de los Valles de Sandia, (la demanda externa lo maneja la oficina comercial de la Central de cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, ubicada en la Av. Luna Pizarro 372, La Victoria – Lima y la Planta procesadora ubicada en la ciudad de Juliaca).

Tabla 17.

Cuál cree usted como dirigente de la Cooperativa que son sus principales competidores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cooperativas regionales	1	14,3	14,3	85,7
	Cooperativas nacionales	6	85,7	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación.

Con respecto a la competencia la tabla 17, nos muestra que el 85% de los dirigentes de las 6 Cooperativas indican que sus principales Competidores son las Cooperativas nacionales que comercializan el mismo producto ya sea en el mercado nacional o exterior, y solo el 14,3% que representa a 1 dirigentes indica que su principal competidor son las cooperativas regionales.

Tabla 18.

Que aspectos diferencia su producto en el mercado

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Contar con certificaciones de calidad orgánica	7	28,0%	100,0%
Contar con marcas reconocidas	4	16,0%	57,1%
Contar con una infraestructura adecuada	7	28,0%	100,0%
Contar con una diversidad de productos	7	28,0%	100,0%
Total	25	100,0%	357,1%

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación:

En la tabla 18, nos muestra que los dirigentes de las siete cooperativas que representa el 84%, indicaron que los aspectos que diferencian su producto en el mercado son contar con certificaciones de calidad del producto, contar con una buena infraestructura y contar con una diversidad de productos, y solo los dirigentes de 4 cooperativas que representa el 16%, indicaron que contar con marcas reconocidas diferencia su producto en el mercado estas Cooperativas son “Túpac Amaru” con su marca Café de las Nubes; “Valle Grande” con su marca “Quechua Café”; “Charuyo” con su marca “Café Uchuñari”, y “San Jorge” con su marca “Tunki”.

Tabla 19.

Que aspectos consideran en el control de calidad del producto al momento del acopio:

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Revisión de la selección de granos	6	37,5%	85,7%
Control de humedad	3	18,8%	42,9%
clasificación de productos	7	43,8%	100,0%
Total	16	100,0%	228,6%

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación.

Respecto al control de calidad del producto al momento del acopio en la tabla N° muestra que el 43,8% de los dirigentes de las cooperativas mencionaron que realizan una clasificación de los productos para su almacenamiento temporal en sus instalaciones de su local, el 37,5% de los dirigentes menciona que su personal realizan una revisión de la selección de granos al momento del acopio, y el 18,8% de los dirigentes mencionó que realizan el control de humedad al momento del acopio.

Tabla 20.

Que páginas web utiliza para buscar información sobre su producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Prom Perú	6	85,7	85,7
	Adex	1	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación.

En la tabla 20, el 85,7% de los directivos de las Cooperativas respondieron que el sitio web que más visitan para buscar información sobre su producto es el de Prom Peru encargado de promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen, asimismo el directivo de la Cooperativa San Jorge es el único director que busca información sobre su producto en la portal de noticieros de Adex.

Tabla 21.

Participan en ferias agropecuarias/ferias especializadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacionales	5	71,4	71,4
	Internacionales	2	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Interpretación.

Con respecto a la tabla 21, de la participación de los socios de las Cooperativas en las ferias Agropecuarias, los dirigentes señalaron que el 71,4% de los socios de las Cooperativas participan en ferias de carácter nacional y sobre esa clasificación de acuerdo al puntaje obtenido en la feria, el otro 28,6% participan en las ferias internacionales.

Tabla 22.

Influencia de los factores externos de la cadena productiva en la competitividad

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,328 ^a	,107	-,071	7,695

Fuente: investigadora. En base al modelo de regresión lineal

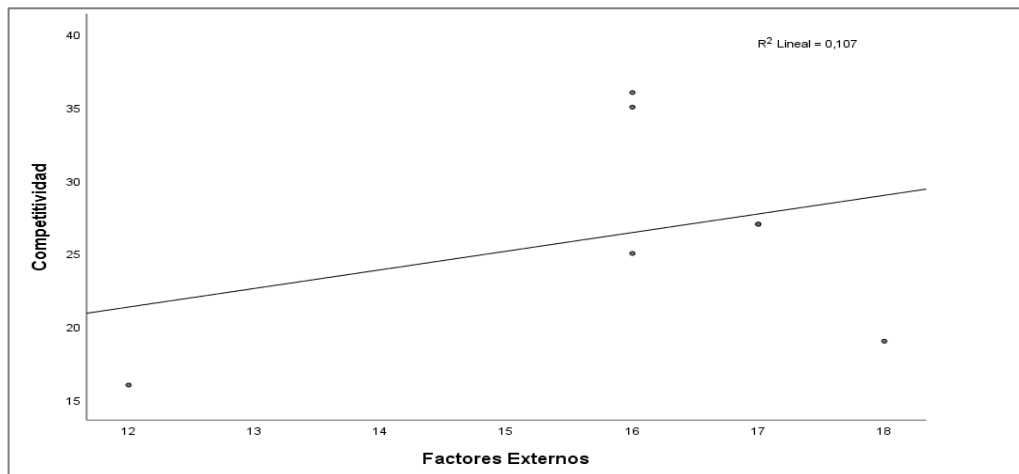


Gráfico 5. Influencia de los factores externos de la cadena productiva en la competitividad.

Fuente: Tabla 22.

Interpretación.

En la tabla 22, nos indica el índice de eficiencia del modelo aplicado resulta no aceptable, puesto que se ha obtenido un R^2 (R cuadrado) de 0.107. Así mismo R^2 nos permite realizar una explicación y predicción de las variables involucradas en nuestra investigación. Por consiguiente, R^2 nos indica que la variable independiente (factores externos) explica el comportamiento de la variable dependiente (competitividad) en un

10.7%, para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandía – CECOVASA en el año 2018.

4.4 OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Analizar el volumen de producción de las Cooperativas y la demanda de la central de Cooperativas de los valles de Sandia-Cecovasa.

Tabla 23.

Volumen de producción (Kg) por cooperativa.

VOLUMEN DE PRODUCCION	Inambari Ltda.	Túpac Amaru Ltda.	Valle Grande Ltda.	San Jorge Ltda.	Charuyo Ltda.	San Ignacio Ltda.	Unión Azata Ltda.
0-400		x	x				X
401-800	X			x	x	x	
801-1200							

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

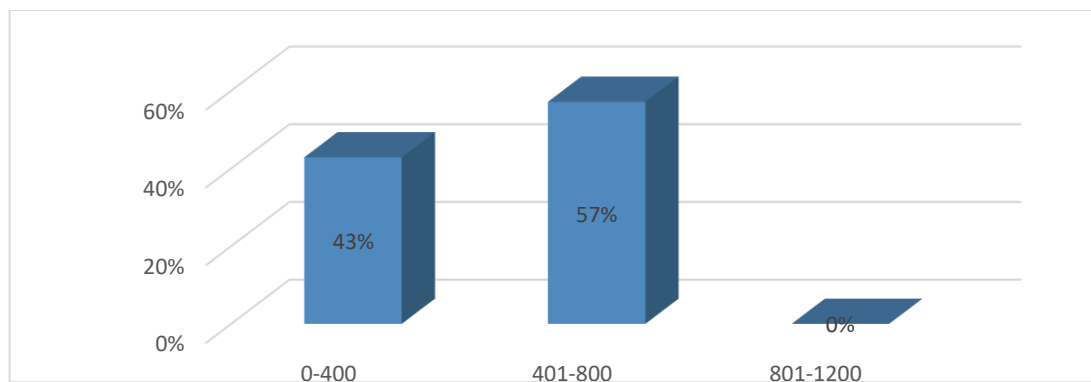


Gráfico 6. Volumen de producción (Qq) por cooperativa

Fuente: Cooperativas comercializadoras de café - Encuesta aplicada

Análisis:

El volumen de producción es uno de los factores más importantes de la productividad para alcanzar la competitividad de una empresa, organización o asociaciones por ello según el análisis de la encuesta aplicada 4 cooperativas que conforman la Central de cooperativas de agrarias cafetaleras de los valles de Sandia - Cecovasa tienen un volumen de producción de 401 a 800 Qq, seguido de 3 cooperativas que cuentan con un volumen de producción de 0-400 Qq.

Interpretación:

En lo que se refiere a cantidades de producción definido por Quintales donde 1 quintal equivale a 54 kilogramos, por ello según el análisis nos indica que el 57% de cooperativas tiene una producción de 401 a 800 Quintales, seguida de un 43% con una producción por emporada con una medición de peso por quintales (Qq).

Información de gabinete: vol. de producción – demanda mercado

Con respecto al volumen de producción esta información se obtuvo a través de la encuesta aplicada a dirigentes de cada cooperativa, así como la corroboración de la información por la central de cooperativas de los valles de Sandia, asimismo con respecto a la demanda de mercado según el informe de gabinete interno de la Cecovasa, donde indica que la producción se exporta a mercado Europeo, al mercado de los Estados Unidos, y a mercados de Asia, donde dichos demandantes son identificados por la página web de la institución, contactos y misiones comerciales.

Tabla 24.

Volumen de producción y demanda

BRECHA DE PRODUCCION – DEMANDA	AÑO 2018
Demanda	5240
Producción	3175.37
Déficit	2064.63

Fuente: Central de Cooperativas Agrarias de los Valle de sandia

Análisis e interpretación:

La tabla 24, muestra la brecha que existe entre la producción de las cooperativas y la demanda de mercado de la Central de cooperativas agrarias cafetaleras de los valles de Sandia - Cecovasa, esta información se ha obtenido del resumen anual de producción de la Cecovasa, periodo 2018, por tanto el cuadro nos muestra que la organización tiene una demanda de mercado de 5,240 quintales de café en sus diferentes variedades, sobre

una producción anual de 3, 175,37 quintales por todas sus cooperativas que la conforman. Por lo cual realizando una muestra de la cantidad de demanda con la producción total tenemos una diferencia de 2,064,63 quintales de producción en el periodo 2018, lo cual significa que existe una demanda insatisfecha por parte de la organización; esto debido a la reducción de producción de café por motivo de plagas, enfermedades y el poco interés de por este producto, ya que existen otros productos con mayor ganancia para los socios productores, por ello es importante motivar a la parte productora mediante charlas y la búsqueda de mercados que ofrezcan precios más elevados por cada producto.

Tabla 25.

Demanda de mercado por variedad de productos.

PAIS	PRODUCTO		
Estados Unidos	Café orgánico	café normal	Café segunda
España	Café orgánico	café normal	
Países bajos	Café orgánico	café normal	Café segunda
Francia	Café orgánico		
Asia	Café orgánico	café normal	

Fuente: Central de Cooperativas Agrarias de los Valle de sandia



Tabla 26.

Producción por cooperativa.

COOPERATIVA	PRODUCTOS	CANT. 1Qq = (Kg-54) X AÑO	P.U	VENTA TOTAL
Inambari		401-800		
	Café orgánico	719.24	S/. 350.00	S/. 251,734.00
	café normal	113.75	S/. 300.00	S/. 34,125.00
	Café segunda	113.75	S/. 150.00	S/. 17,062.50
Túpac Amaru		0-400		
	Café orgánico	180.18	S/. 350.00	S/. 63,063.00
	café normal	42.5	S/. 300.00	S/. 12,750.00
	Café segunda	21.6	S/. 150.00	S/. 3,240.00
Valle Grande		0-400		
	Café orgánico	220.18	S/. 350.00	S/. 77,063.00
	café normal	45	S/. 300.00	S/. 13,500.00
	Café segunda	12.5	S/. 150.00	S/. 1,875.00
San Jorge		401-800		
	Café orgánico	71.9	S/. 350.00	S/. 25,165.00
	café normal	55.22	S/. 300.00	S/. 16,566.00
Charuyo		401-800		
	Café orgánico	683.76	S/. 350.00	S/. 239,316.00
	café normal	32.52	S/. 300.00	S/. 9,756.00
	Café segunda	7.5	S/. 150.00	S/. 1,125.00
San Ignacio		401-800		
	Café orgánico	524.51	S/. 350.00	S/. 183,578.50
	café normal	38.2	S/. 300.00	S/. 11,460.00
Unión Azata		0-400		
	Café orgánico	248.06	S/. 350.00	S/. 86,821.00
	café normal	16.25	S/. 300.00	S/. 4,875.00
	Café segunda	28.75	S/. 150.00	S/. 4,312.50
TOTAL		3175.37		S/. 1,057,387.50

Fuente: Central de Cooperativas Agrarias de los Valle de Sandia - plan de negocio



4.5 OBJETIVO ESPECÍFICO 4

Proponer lineamientos orientados a mejorar la competitividad de la central de cooperativas agrarias cafetaleras de los valles de Sandia, para una adecuada comercialización del café.

Al realizar el análisis de los resultados del trabajo de investigación, y haber determinado que factores internos y externos de la cadena productiva del café inciden en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia; según el desarrollo de los resultados de las encuestas se identificó algunas limitaciones que tienen las cooperativas en los diferentes indicadores de factores de la cadena productiva, es por ello que se propone lineamientos orientados a mejorar la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia.

Capacitaciones en temas gestión Administrativa

Para contar con una buena capacidad de gestión por parte de los directivos de cada cooperativa es necesario estar capacitado y actualizado en temas de dirección y administración las cuales son de vital importancia, ya que, si el personal directivo está en la capacidad de administrar al capital humano, integrarlos y darles una formación, y que estos se sientan comprometidos con la organización o empresa. Motivo por el cual se propone que los directivos de las cooperativas tengan y participen en capacitaciones a temas empresariales

Estas capacitaciones y asesoramiento pueden llevarse a cabo mediante dos formas tales como:

Primero: Capacitación y asesoramiento en relación al tema de gestión empresarial, esto mediante Organización Nacional del Café, la dirección de producción Puno y especialistas en temas administrativos contratados por la central de cooperativas, y respecto a las entidades anteriormente mencionadas sería en acudir a cada citación cuando



dichas entidades organicen capacitaciones y asesoramientos en temas de gestión y manejo financiero.

Segundo: Capacitación interna en las juntas directivas que se llevan a cabo en la central de cooperativas en temas de uso y manejo adecuado del capital físico, así como la manipulación adecuada de cada equipo que cuenta la organización; o capacitarse e instruirse de forma personal en temas de gestión empresarial y la importancia de conocer y adoptar la importancia de las alianzas estratégicas para el desarrollo de las cooperativas.

Por ello los directivos de las Cooperativas deben adoptar estos lineamientos orientados a mejorar la competitividad de la organización, las cuales se basan en la capacitación y asesoramiento en temas de gestión administrativa y al personal laboral de mayor relevancia, dichas capacitaciones deben llevarse al menos dos veces por año, la primera cuando empiece la recepción o acopio de las primeras entregas en el mes de marzo y la segunda en el mes de julio para reforzar la capacitación inicial en temas de control de calidad del producto, cuidado y mantenimiento de los equipos que cuenta cada cooperativa.

Innovación tecnológica

Este aspecto ha sido considerado en los últimos años como el pilar básico para que una organización sea competitiva. Se ha demostrado que en repetidas ocasiones los negocios más competitivos, eficientes y con un buen manejo de sus procesos son aquellos que hacen uso de las tecnologías.

- Contar con equipos rápidos, prácticos y sencillos que permita reducir la carga laboral dentro de la organización. La innovación deberá estar presente en todo momento de comercialización desde el acopio del producto hasta su entrega. Está comprobado que, la innovación implica una mejora de la producción y una



reducción de costos, la organización aumentara su beneficio y su cuota de mercado. Para mejorar el aspecto tecnológico empleado en la cadena productiva del café, las cooperativas deben de remplazar e implementar con nuevas máquinas y equipos a los que ya tienen y renovar las maquinas que no aportan en el desarrollo de la organización y que solo generan gastos en reparaciones y dificultan el trabajo continuo. Para ello las organizaciones deben adquirir nuevas balanzas industriales, un nuevo equipo de registro de datos, renovar los pallets deteriorados, adquirir un equipo de control de humedad y capacitar al personal en tema de control de calidad.

Manejo adecuado de información y redes de promoción

El manejo de información es imprescindible en este mundo cambiante y globalizado no solo para obtener información del producto sino también para promocionar el producto de diferentes formas como:

Uso de páginas web como:

- Sierra Selva exportadora, que es un organismo público que tienen como objetivo incrementar la productividad y a diversificación de los bienes y servicios producidos en la región sierra y selva del Perú y promover su exportación.
- Siicex, es un portal que proporciona a la comunidad empresarial exportadora del Perú, información actualizada y clasificada para fortalecer e integrar sus negocios al mundo.

Promoción del producto a través de:

- Mejora de la página web que cuenta Cecovasa, que tengan una conexión directa con sus cuentas de redes sociales y la tienda en línea que se podrían implementar posteriormente.

- Comercio electrónico vía redes sociales para difundir su marca, sus propuestas, promociones, historia e identidad a través de distintas redes sociales

Es por ello que los dirigentes deben ampliar su conocimiento en este aspecto para así poder aportar en las juntas directivas que se llevan a cabo cada mes.

4.6 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Contrastación de la hipótesis general

Hipótesis nula (H₀): Los factores de la cadena productiva del café no influyen determinadamente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA.

Hipótesis alterna (H_a): Los factores de la cadena productiva del café influyen determinadamente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA

Se utilizó la Regla de Decisión, el nivel de significancia es $\alpha=0.05$. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará H₀. Pero, si el Valor p calculado < 0.05 , se Aceptará H_a.

Prueba estadística

Tabla 27.

Análisis de Varianza para los datos de los factores de la cadena productiva del café en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	208,808	1	208,808	8,495	,033 ^b
	Residuo	122,906	5	24,581		
	Total	331,714	6			

Fuente: Base de datos

Región Crítica

Para $\alpha = 0.05$, en la tabla F se encuentra el valor crítico de la prueba:

$$F_{0.95,1,5} = 6.608$$

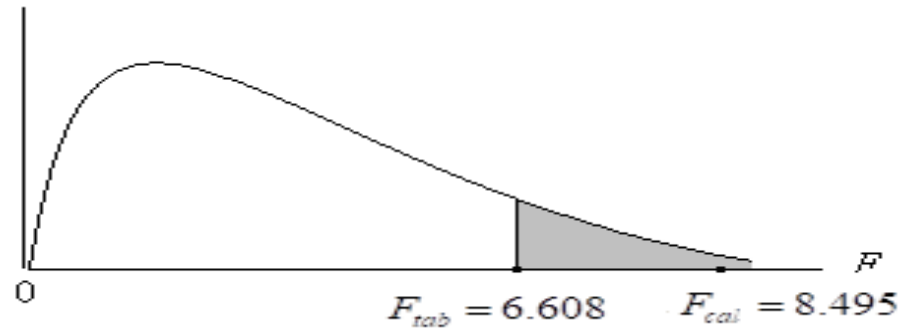


Figura 3. Región crítica

Fuente: tabla 14.

Interpretación.

El Anova (análisis de varianza) nos muestra una Significancia de 0.033, resultado que indica que para nuestra investigación el modelo de regresión lineal simple elegido para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – CECOVASA en el año 2018, es válido con un nivel de significancia al 5%. De margen de error y un 95 % de confiabilidad. En cuanto a la Hipótesis alterna, el análisis de regresión lineal simple nos permite señalar que existe influencia lineal significativa de los factores de la cadena productiva(X1), en la competitividad(Y) para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – CECOVASA, de acuerdo al resultado obtenido encontramos un P valor de 0.033, lo cual determina que el coeficiente de regresión lineal simple es significativo al 0.05, esto significa que $P = 0.033$ entonces $P = 0.033 < 0.05$ por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

Decisión.- A un nivel de significación del 5% $F_{cal} = 8.495$ cae en la región de rechazo, debemos rechazar la Hipótesis Nula y aceptamos la hipótesis alterna y concluimos que los factores de la cadena productiva del café influyen determinantemente y

significativamente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA, en el año 2018.

Contrastación de la hipótesis específica 1.

Hipótesis nula (Ho): Los factores internos de la cadena productiva del café no influyen determinadamente en la contribución de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA.

Hipótesis alterna (Ha): Los factores internos de la cadena productiva del café influyen determinadamente en la contribución de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – Cecovasa

Se utilizó la Regla de Decisión, el nivel de significancia es $\alpha=0.05$. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado < 0.05 , se Aceptará Ha.

Prueba estadística Cálculo

Tabla 28.

Análisis de Varianza para los datos de los factores internos de la cadena productiva del café en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regression	202,149	1	202,149	7,801	,038 ^b
	Residuo	129,566	5	25,913		
	Total	331,714	6			

Fuente: Base de datos

Región Crítica

Para $\alpha = 0.05$, en la tabla F se encuentra el valor crítico de la prueba: $F_{0.95,1,5} = 6.608$

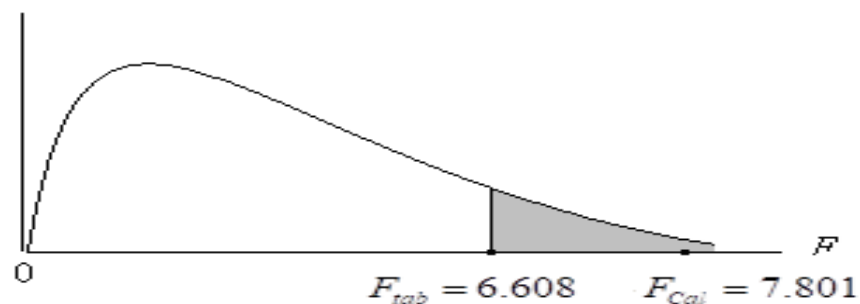


Figura 4. Región crítica

Fuente: tabla 14

Interpretación.

El Anova (análisis de varianza) nos muestra una Significancia de 0.038, resultado que indica que para nuestra investigación el modelo de regresión lineal simple elegido para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandía – CECOVASA en el año 2018, es válido con un nivel de significancia al 5%. De margen de error y un 95 % de confiabilidad. En cuanto a la Hipótesis alterna, el análisis de regresión lineal simple nos permite señalar que existe influencia lineal significativa de los factores internos de la cadena productiva(X1), en la competitividad(Y) para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandía – CECOVASA, de acuerdo al resultado obtenido encontramos un P valor de 0.038, lo cual determina que el coeficiente de regresión lineal simple es significativo al 0.05, esto significa que $P = 0.038$ entonces $P = 0.038 < 0.05$ por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

Decisión.- A un nivel de significación del 5% $F_{cal} = 7.801$ cae en la región de rechazo, por ello debemos rechazar la Hipótesis Nula y aceptamos la hipótesis alterna y concluimos que los factores internos de la cadena productiva del café influyen



determinantemente y contribuyen significativamente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía – CECOVASA, en el año 2018.

Contrastación de la hipótesis específica 2.

Hipótesis nula (Ho): Los factores externos de la cadena productiva del café no influyen determinantemente en la contribución de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía – Cecovasa.

Hipótesis alterna (Ha): Los factores externos de la cadena productiva del café influyen determinantemente en la contribución de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía – CECOVASA

Se utilizó la Regla de Decisión, el nivel de significancia es $\alpha=0.05$. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado < 0.05 , se Aceptará Ha.

Prueba estadística

Tabla 29.

Análisis de Varianza para los datos de los factores externos de la cadena productiva del café en la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandía – CECOVASA

Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	35,636	1	35,636	,602	,473 ^b
	Residuo	296,078	5	59,216		
	Total	331,714	6			

a. Variable dependiente: Competitividad

b. Predictores: (Constante), Factores Externos

Región Crítica

Para $\alpha = 0.05$, en la tabla F se encuentra el valor crítico de la prueba: $F_{0.95,1,5} = 6.608$

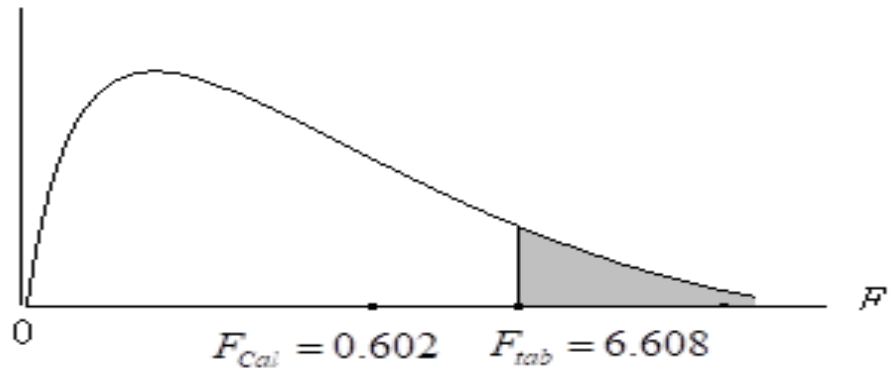


Figura 5. Región crítica

Fuente: tabla 14

Interpretación

El Anova nos muestra una Significancia de 0.473, resultado que indica que para nuestra investigación el modelo de regresión lineal simple elegido para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – CECOVASA en el año 2018, no es válido con un nivel de significancia al 5%. De margen de error y un 95 % de confiabilidad. En cuanto a la Hipótesis alterna, el análisis de regresión lineal simple nos permitió señalar que no existe influencia lineal significativa de los factores externos de la cadena productiva(X1), en la competitividad(Y) para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – Cecovasa, de acuerdo al resultado obtenido encontramos un P valor de 0.473, lo cual determina que el coeficiente de regresión lineal simple no es significativo al 0.05, esto significa que $P = 0.473$ entonces $P = 0.473 > 0.05$ por lo tanto se acepta la hipótesis nula.

Decisión.- A un nivel de significación del 5% $F_{Cal} = 0.602$ cae en la región de aceptación, debemos aceptar la Hipótesis Nula y rechazamos la hipótesis alterna y concluimos que los factores externos de la cadena productiva del café no influyen determinantemente y no contribuyen significativamente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA, en el año 2018.



Contrastación de la hipótesis específica 3.

Las cooperativas de la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia - Cecovasa no poseen un volumen de producción respecto a la demanda del mercado.

La tabla N°16, la información de gabinete tomada del informe anual de producción de la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandia, donde se muestra la brecha de la demanda de mercado y producción, donde la tabla N°, muestra que la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia tiene una demanda de 5240 Quintales de café en sus diferentes variedades y las cooperativas que conforman tienen una producción de 3175.37 Quintales de café en sus diferentes variedades. Por lo cual realizando una resta tenemos 2064.63 Qq de café no producidos en el 2018, lo cual significa una demanda insatisfecha. Por tanto afirmamos la hipótesis específica N° 3, de que la central de Cooperativas Agrarias de los Valles de Sandia no posee una capacidad productiva respecto a la demanda del mercado. Es por ello que la hipótesis planteada es aceptada y validada.

Discusión.

A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la hipótesis alternativa general que establece que la variable independiente (factores de la cadena productiva) explica el comportamiento de la variable dependiente (competitividad) en un 62.9%, para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – Cecovasa. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene:

Simanca M; Montoya L; y Bernal C, (2016) en su artículo científico “Gestión del Conocimiento en Cadenas Productivas. El Caso de la Cadena Láctea en Colombia. Para el análisis de la gestión del conocimiento en cadenas productivas se planteó un modelo teórico que define la gestión del conocimiento como independiente y la competitividad



como dependiente. La gestión del conocimiento en la cadena productiva de lácteos en Córdoba es explicada en un 71,6%, sobre la competitividad de la cadena y cada uno de sus eslabones; el modelo muestra que el concepto de cadena productiva es algo más que un eslabonamiento entre los actores del sector productivo, el estado y la academia. Para una adecuada gestión del conocimiento es necesario tener claridad sobre los facilitadores (liderazgo, cultura organizacional y actitudes) y la funcionalidad del proceso de gestión del conocimiento como estrategia para mejorar la competitividad de la cadena. El modelo contribuye a generar análisis más profundos en el área de gestión del conocimiento. Ello es acorde con lo que en este estudio se encuentra.

También relacionado a los resultados de la primera hipótesis alterna nos indica que la variable independiente (factores internos) explica el comportamiento de la variable dependiente (competitividad) en un 60.9%, para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – Cecovasa, los factores internos de producción de la cadena productiva cuenta con el recurso humano que se basa en la capacidad de gestión y las capacitaciones de los directivos, que es un factor débil y limitante de los directivos de cooperativas a diferencia de los de más factores. Por ello estos resultados guardan relación con: Fuentes, Osorio, & Mungaray (2016), *En su artículo científico “Capacidades intangibles para la competitividad micro empresarial en México”* Concluye que: La teoría económica ha evolucionado, aunque sin llegar a un consenso, en el entendimiento del complejo concepto de competitividad y ventajas competitivas, tanto para empresas individuales como para agrupaciones o sectores empresariales específicos, respectivamente. En este sentido, la política de apoyo empresarial debe contribuir a ser complemento de las cualidades intrínsecas del empresario, como la experiencia y la escolaridad, con base en capacitaciones empresariales y el fomento al financiamiento y la inversión, que apoyen la cultura de organización y redes empresariales.



Concerniente a la segunda hipótesis alterna nos indica que la variable independiente (factores externos) explica el comportamiento de la variable dependiente (competitividad) en un 10.7%, para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – Cecovasa; esto debido a que los directivos de las cooperativas no tienen un uso adecuado de información y nuevas formas de redes de promoción.

Esos resultados guardan relación con: Cárdenas (2015), *En su tesis “competitividad de la cadena productiva de la quinua en el valle del Mantaro – región Junín” para optar el título de: Economista*; indica que si bien la región Junín presenta ventajas competitivas para posicionarla en el mercado, pero que no son suficientes debido a que son limitadas por las deficiencias en el sistema de producción y comercialización, como la falta de invertir en generar mayor valor agregado a la quinua, dejando que otros hagan dicha actividad lo que incrementa el número de intermediarios y la brecha de ingresos entre los productores y acopiadores; la infraestructura para el almacenamiento es escasa e inadecuada, el limitado acceso a internet en las zonas productoras de quinua que, influido por el limitado o nulo conocimiento de las herramientas de informática por parte de los productores, no les permite aprovecharla para ofrecer sus productos o capacitarse en la cadena productiva.



V. CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se llega a las siguientes conclusiones:

Respecto al objetivo general planteado en el estudio se concluye que de acuerdo a la tabla del análisis de varianza del modelo de regresión lineal simple resulto ser significativo ($p=0.033$) es decir los factores de la cadena productiva del café influyen determinadamente y contribuyen linealmente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – Cecovasa, por la prueba de hipótesis general, Así mismo el grado de relación que presenta ambas variables es de 79.3% y el nivel de influencia es de 60.2%.

PRIMERA: Con respecto a primer objetivo específico que de acuerdo a la tabla del análisis de varianza del modelo de regresión lineal simple resulto ser significativo ($p=0.038$) es decir los factores internos de la cadena productiva del café influyen determinadamente y contribuyen linealmente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – Cecovasa, por la prueba de hipótesis general, Así mismo el grado de relación que presenta ambas variables es de 78.1% y el nivel de influencia es de 60.9%.

SEGUNDA: Con respecto al segundo objetivo específico, se concluye que de acuerdo a la evidencia estadística de regresión lineal simple el resultado fue de 10,7%, demostrando así que los factores externos de la cadena productiva del café no influyen determinadamente y no contribuyen significativamente en la mejora de la competitividad de la central de cooperativas de los valles de Sandia – CECOVASA, con un resultado significativo de 47,3 con margen de error de 5% y una confiabilidad de 95% que indica que no existe influencia lineal significativa de los factores externos de la cadena



productiva(X1), en la competitividad(Y) para la central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia – Cecovasa.

TERCERA: Con respecto al tercer objetivo sobre el volumen de producción de las cooperativas y la demanda de la central de Cooperativas de los valles de Sandia – Cecovasa, se obtuvo la siguiente conclusión: utilizando la información de gabinete tomada del informe anual de producción por cooperativa de la Central de Cooperativas Agrarias de los Valles de Sandia, donde en la brecha del volumen de producción y demanda de mercado, tenemos una producción total de 3175.37 quintales respecto a una demanda de mercado de 5240 quintales por lo tanto se tiene una diferencia de 2064.63 quintales de café en sus diferentes variedades que no fueron producidos por parte de las cooperativas.

CUARTA: Con respecto al cuarto objetivo específico, donde se logra proponer lineamientos que permitan mejorar la competitividad de la central de cooperativas agrarias cafetaleras de los valles de Sandia bajo una capacitación adecuada de los dirigentes, mantenimiento constante de la infraestructura y los equipos que cuenta cada cooperativa, un uso adecuado del internet y la información del producto así como también aportar en las promociones virtuales de la central de ventas de la cooperativas.



VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda hacer una gestión integral de los factores de la cadena productiva: capital humano, capital social, capital físico y mercado, para que puedan así promover en forma integral los factores de la cadena productiva del café.

- Se recomienda a los directivos de cada cooperativa que adopten medidas de capacitación de forma trimestral en temas de gestión administrativa, comercialización y mercadeo, para así poder aportar en la mejora competitiva de la central de cooperativas, las cuales se podrían realizar asistiendo a ponencias y capacitaciones privadas, si como participar en capacitaciones que realiza la Gerencia de producción de la región y Mincetur que apoyan en el desarrollo de las cooperativas de la región.

- Se recomienda al personal directivo de las cooperativas manejar una información verídica y oportuna del producto así como informarse de nuevas formas de poner a la venta su producto, para así aportar en nuevas formas de promocionar el producto.

- En cuanto al volumen de producción, Se recomienda a la central de cooperativas de los valles de Sandia, pronosticar la producción del periodo siguiente, en base a periodos anteriores para poder así preparar el volumen de producción de café de acuerdo a las demandas del mercado.

- En relación a la propuesta de lineamientos se le recomienda a directivos de las cooperativas que conforman la Central de cooperativas agrarias de los valles de Sandia adoptar las propuestas para una contribución en la mejora de la competitividad de la organización.



VII. REFERENCIAS

- Aguilar, P. (2017). Analisis de la Cadena Productiva de Uva de Mesa para Exportacion, Irrigacion Majes Arequipa. Arequipa, Peru.
- Andrade, E. (2006). *Diccionario de economía*. Lima: Editorial Andrade.
- Bada, L., Rivas, L., & Littlewood, H. (2017). Modelo de Asociatividad en la Cadena Productiva en las Mipymes Agroindustriales. *Contaduria y Administracion*.
- Brenda Grace, P. (2017). Analisis de la Competitividad Empresarial y su Incidencia en el Mercado Internacional del Consorcio Textil Titicaca Puno, Periodo 2014 – 2015.
- Caldentey A., & Gomez, A. (2004). *Economía de los mercados agrarios*. España: Mundiprensa.
- Cardenas, P. (2015). Competitividad de la Cadena Productiva de la Quinoa en el Valle del Mantaro- Region Junin. Lima, Peru.
- Casillejas, L. (2004). *Instrumentos de Medicion de la Competitividad*.
- Cecovasa. (2018). *produccion anual de Cafe*. Juliaca.
- Cepal. (2003). *La Competitividad Agroalimentaria de los Paises de America Central y el Caribe en una Perspectva de Liberalizacion Comercial*. Santiago de Chile: Copryght.
- Charaja, F. (2011). *EL MAPIC en la Metodologia de la Investigacion* (2 ed.). Puno.
- Chavarría, H. (2015). Territorios Rurales, Competitividad y Desarrollo. *Cepal - Fao-Iica*, 24.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos : el capital humano de las organizaciones*. México, D.F.: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A.
- CICDA. (2004). *Guia Metodologica para el Analisis de Cadenas Productivas*. Lima-Peru: Rosario Rey de Castro.



- Cid, A., Mendez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigacion Fundamentos y Metodologia* (2 ed.). Mexico: Melvin Núñez Víquez.
- Cilloniz, F., Riva, L., & Guzman, A. (2003). *Cadenas Productivas y Desarrollo Empresarial*. Lima-Peru: Consejo Nacional de Competitividad .
- FAO. (2013). Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentacion. (A. Hruska, Ed.) *Obtenido de Agricultura Familiar y el Acceso a los Mercados -* FAO: <http://www.fao.org/3/a-i3464s.pdf>
- Cuevas, R. & Masera, O. (2002). *Calidad y competitividad de la agroindustria rural* (págs. 2,3,4). Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.
- FAO. (2009). Organizacion de las Naciones Unidas para la Agricultura. *Caja de Herramientas*. Mexico.
- Fuentes, N., Osorio, G., & Mungaray, A. (2016). Capacidades Intagibles para la Competitividad Microempresarial en Mexico. *Problemas de Desarrollo*.
- Hernandez, J. (2002). *Agroexportacion - Estrategias para Lograr la Competitividad*. Lima- Peru.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista. (2010). *Metodologia de la Investigacion* (5 ed.). mexico.D.F: McGraw-hill/ interamericana.
- IFOAM. (2002). *Manual de Capacitación en Agricultura Orgánica para los Trópicos*. Obtenido de <http://sipan.inta.gov.ar/productos/ssd/vc/add/Manuales/ifoam.htm>
- INCAE, L., & Artavia, R. (2003). *Una Agenda para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible*. Harvard Institute for International Development.
- Laudon, C., & Laudon, J. (2012). *Sistemas de Información Gerencial: Decimo Segunda Edición*. mexico: Pearson Educación– Always learning.
- Machuca, J. (2015). Competitividad de la cadena productiva de la quinua en el valle del mantaro – región junín. lima, peru: universidad nacional agraria la molina.



- Martinez, F. (2005). *Comercialización Agropecuaria: Un Enfoque Económico de las Estrategias Comerciales*. Santiago, Chile: Universidad Católica de Chile.
- Mendoza, G. (1995). *Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios*. San Jose, Costa Rica: IICA.
- MINAG. (2012). *Agricultura Peruana Una Oportunidad Global*. Lima.
- Nahuamel, J. (2013). “*Competitividad de la Cadena Productiva de café Organico en la provincia de la Covencion, Region Cusco*”. Lima: Universidad Nacional Agraria Escuela de Post Grado Maestria en Agronegocios.
- OIC. (Agosto de 2015). *Conceptos y variables de datos que se utilizan en las estadísticas de la Organización*. Obtenido de <http://www.ico.org/documents/cy2014-15/sc-59c-data-concepts.pdf>
- Paredes, Z. (2017). Analisis de la Competitividad Empresarial y su Incidencia en el Mercado Internacional del Consorcio Textil Titicaca Puno, periodo 2014-2015. Puno, Peru.
- Porter, E. (1990). *¿Donde Radica la Ventaja Competitiva de las Naciones?* Harvard: Business Review.
- Promperu. (2019). *Peru es el segundo exportador de café organico*. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/Repos/pdf_novedades/2782019125321_686.pdf
- Sardon, E. (2015). Fortalecimiento de la Cadena de Valor de Rocoto Fresco de la Selva central para el Mercado Central de Lima. Lima-Peru, Peru.
- Simanca, M., Montoya, L., & Bernal, C. (2016). Gestion del Conocimiento en Cadenas Productivas. El Caso de la Cadena Lactea en Colombia. *Escuela Internacional de Ciencias Economicas y Administrativas*.
- Tapia, L., et al. (2015). Clusters Agrícolas: un Estado del Arte para los Estudios de Competitividad en el Campo. *Ciencias agrícolas*.



- Torres, V. (2016). *Análisis de la Cadena Productiva del Café y Estrategias de Mejora en la Provincia de San Ignacio*. Cajamarca: Universidad Señor de Sipán. Escuela Académico Profesional de Ingeniería Económica.
- Van der, D., & Camacho, P. (2006). *Guía Metodológica para el Análisis de Cadenas Productivas*. Quito: Plataforma ruralter.



ANEXOS



ANEXO N° 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

TITULO DE INVESTIGACION CIENTIFICA: “Factores de la cadena productiva del café y su incidencia en la competitividad de la central de cooperativas agrarias cafetaleras de los valles de Sandia, periodo-2018”.

ENCUESTA APLICADA A DIRECTIVOS DE LAS COOPERATIVAS.

INFORMACION GENERAL

Nombre de la Cooperativa

.....

RUC N°.....

Dirección.....Departamento.....

.....

Provincia.....Distrito.....

.....

Email.....

...

Marque con una “X” solo una alternativa que indique su respuesta correcta sin obviar alguna pregunta

FACTORES INTERNOS DE LA CADENA PRODUCTIVA

Capital humano

1. ¿Qué grado de instrucción Académica tiene?
 - a. Educación primaria
 - b. Educación secundaria
 - c. Formación técnica
 - d. Educación superior
2. Considera importante las Capacitaciones. Si () no ()
3. ¿En qué temas considera que necesita mayor capacitación?
 - a. () Gestión Administrativa
 - b. () mercado y comercialización
4. Número de Socios y trabajadores que cuenta la cooperativa
 - a. N° de Socios.....
 - b. Trabajadores fijos.....
 - c. Trabajadores sub contratados.....
5. El personal de trabajo de la cooperativa recibe capacitación técnica. Si () no ()
6. Cada cuanto tiempo recibe capacitación técnica el personal de la cooperativa.
 - a. Mensual
 - b. trimestral
 - c. Anual

Capital social

7. ¿Cuenta con proveedores de materiales para el almacenamiento y transporte del producto?
 - a) () pallets de almacenamiento
 - b) () saco arpillera yute
 - c) () etiquetas de comercialización



8. ¿Qué ítem considera usted importante de las alianzas estratégicas para el desarrollo de la organización?
- Alianzas con otras cooperativas
 - Alianzas con los proveedores
 - Alianzas con instituciones sin fines de lucro
 - Alianzas con instituciones financieras

Capital físico

9. Cuenta con un local propio si () no ()
10. Las instalaciones del local son acorde a los productos si () no ().....
11. Las instalaciones cuentan con mantenimiento permanente si () no ()....
12. ¿Qué equipos e instrumentos cuenta la cooperativa para el Acopio y Almacenamiento del producto?
- Balanzas industriales
 - Pallets de almacenamiento
 - Equipo de registro de datos
 - Equipo de control de humedad
13. ¿Cuál es el nivel de tecnología empleado para el acopio del producto en la cooperativa?
- baja
 - Media
 - Alta

FACTORES EXTERNOS DE LA CADENA PRODUCTIVA

Mercado

Con respecto a la competencia en el mercado responda las siguientes preguntas

- 14.Cuál cree usted como Cooperativa que son sus principales competidores
- Cooperativas Locales
 - Cooperativas regionales
 - Cooperativas nacionales
15. Que productos sustitutos conoce usted que remplacen al café
- Te
 - Café de habas
 - Café de cebada
16. Que aspectos diferencia su producto en el mercado
- Contar con certificaciones de calidad orgánica
 - Contar con marcas reconocidas
 - Contar con una infraestructura adecuada
 - Contar con una diversidad de productos

Con respecto al acceso de información del producto responda las siguientes preguntas

- 18 ¿Tiene conocimiento acerca del uso de internet y sus buscadores? Si () no ()
- 19 que páginas web utiliza para buscar información sobre su producto
- Prom Perú
 - Adex
 - Mincetur
 - Sunat/Aduanas

Con respecto a la comercialización y mercadeo responda las siguientes preguntas

- 20 Que aspectos considera en el control de calidad del producto al momento del acopio
- Revisión de la selección de granos
 - Control de humedad
 - clasificación de productos
- 21 Que canales de distribución utiliza en la comercialización del producto.
- a través de intermediarios



- b. distribución independiente a cafeterías y hoteles
- c. en forma directa a la planta procesadora de la Cecovasa
- 22 Participan en ferias agropecuarias/ferias especializadas
 - a. Locales
 - b. Regionales
 - c. Nacionales
 - d. Internacionales

CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO VARIABLE CADENA PRODUCTIVA

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,754	38

COMPETITIVIDAD

Productividad- Volumen de producción. Entrega total del periodo 2018 de café de la Cooperativa valor de referencia por Qq.

- a. 0-300
- b. 301-600
- c. 6001-900

1	2	3	4	5
Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

	Marca con un X la escala que se involucra con tu respuesta	1	2	3	4	5
1	El evaluar constantemente la Cadena de producción permite mejorar la Productividad.					
2	El Optimizar la cadena de producción permite mejorar el producto y la productividad					
3	La Calidad de abastecimiento es un factor que permite garantizar el producto y servicio.					
4	El Valor Agregado se emplea para generar una diversificación de productos y por ende genera mejores ingresos.					
5	La Productividad es un indicador que permite establecer el desarrollo económico en las empresas.					
6	El Mercado es el medio donde el producto se expone y compite frente a los demás productos similares.					
7	Las Practicas gerenciales permiten maximizar la eficiencia en los negocios					



8	La Diversificación del producto exportable genera un puntaje asertivo al momento de querer posicionarse en el mercado internacional.					
---	--	--	--	--	--	--

FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO VARIABLE COMPETITIVIDAD

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,804	8

ANEXO N° 2

Factores relevantes de la cadena productiva del café en la competitividad de la empresa central de cooperativas de los valles de Sandia-cecovasa.

Para el análisis de los factores de la cadena productiva del café, hemos tomado del marco teórico según cuatro autores, para la identificación que plantean modelos de la cadena productiva, factores y sus características desarrolladas. Cabe señalar que la elección e identificación de dichos factores están referidos a la cadena productiva los mismos que serán relevantes y de importancia para las Cooperativas de la Empresa Cecovasa, teniendo en cuenta los factores y externos que desarrolla cada Cooperativa.

- **Factores internos de producción de la cadena productiva**

Factor de la cadena productiva “capital humano”: factor señalado directamente por el autor Cillonis y guzman; La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), ya que en cada etapa de la cadena productiva se involucra al capital humano para la producción y desarrollo de una organización.

Factor de la cadena productiva “Capital Social”: identificados por Cillonis y La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, factor que se le atribuye a la relación que tiene la organización con otras de su mismo rubro.

Factor de la cadena productiva “Capital Físico” la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (Fao), es uno de los factores que tiene más énfasis en el desarrollo de una organización.

- **Factor externo de la cadena productiva:**

El factor mercado identificado y considerado de suma importancia para mejorar la competitividad de una organización o empresa. La cual son identificadas y consideradas de suma importancia para los autores Mendoza, Albert Caldentey, que aportan en la mejora de la organización.

Tabla 30. Resumen de los resultados de las Encuestas aplicadas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
¿Qué grado de instrucción Académica tiene?	Educación secundaria	6	85,7	85,7	85,7
	Formación técnica	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	
¿Considera importante las capacitaciones?	Si	7	100,0	100,0	100,0
¿En qué temas considera que necesita mayor capacitación?:		Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
Ítems	Gestión Administrativa	5	41,7%	71,4%	
	Manejo financiero	3	25,0%	42,9%	
	mercado y comercialización	4	33,3%	57,1%	
Total		12	100,0%	171,4%	
El personal de trabajo de la cooperativa recibe capacitación técnica Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
¿Cuenta con proveedores de materiales para el acopio y almacenamiento del producto?:		Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
Ítems	pallets de almacenamiento	4	22,2%	57,1%	
	saco arpillera yute	7	38,9%	100,0%	
	etiquetas de comercialización	7	38,9%	100,0%	
Total		18	100,0%	257,1%	
¿Qué ítem considera usted importante de las alianzas estratégicas para el desarrollo de la organización?:		Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
Ítems	Alianzas con otras cooperativas	7	41,2%	100,0%	
	Alianzas con los proveedores	6	35,3%	85,7%	
	Alianzas con instituciones sin fines de lucro	4	23,5%	57,1%	
Total		17	100,0%	242,9%	
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cuenta con un local propio	Si	7	100,0	100,0	100,0
Las instalaciones son acorde a los productos	Si	7	100,0	100,0	100,0



Las instalaciones cuentan con mantenimiento permanente.	No	4	57,1	57,1	57,1
	Si	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	
¿Qué equipos e instrumentos cuenta la cooperativa para el Acopio y Almacenamiento del producto?:					
		Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
Ítems	Balanzas industriales	7	28,0%	100,0%	
	Pallets de almacenamiento	7	28,0%	100,0%	
	Equipo de registro de datos	4	16,0%	57,1%	
	Equipo de control de humedad	7	28,0%	100,0%	
Total		25	100,0%	357,1%	
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cuál cree usted como Director de la Cooperativa que son sus principales competidores	Cooperativas regionales	6	85,7	85,7	85,7
	Cooperativas nacionales	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	
Que aspectos diferencia su producto en el mercado:					
		Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
Ítems	Contar con certificaciones de calidad orgánica	7	28,0%	100,0%	
	Contar con marcas reconocidas	4	16,0%	57,1%	
	Contar con una infraestructura adecuada	7	28,0%	100,0%	
	Contar con una diversidad de productos	7	28,0%	100,0%	
Total			100,0%	357,1%	
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
¿Tiene conocimiento acerca del uso de internet y sus buscadores?	Si	7	100,0	100,0	100,0
que páginas web utiliza para buscar información sobre su producto	Prom Perú	6	85,7	85,7	85,7
	Adex	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	
Que aspectos considera en el control de calidad del producto al momento del acopio:					
		Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
	Revisión de la selección de granos	6	37,5%	85,7%	
	Control de humedad	3	18,8%	42,9%	
	clasificación de productos	7	43,8%	100,0%	
Total		16	100,0%	228,6%	
Que canales de distribución utiliza en la comercialización del producto:					
		Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
Ítems	En forma directa a la planta procesadora de la Cecovasa	7	70,0%	100,0%	



	Distribución independiente a cafeterías y hoteles	3	30,0%	42,9%
Total		10	100,0%	142,9%

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Participan en ferias agropecuarias/ferias especializadas.	Regionales	5	71,4	71,4
	Nacionales	2	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Central de Cooperativas Agrarias de los Valle de Sandia, encuesta aplicada.

Producción por cooperativa.

COOPERATIVA	PRODUCTOS	CANT. 1Qq = (Kg-54) X AÑO	P.U	VENTA TOTAL
Inambari		401-800		
	Café orgánico	719.24	S/. 350.00	S/. 251,734.00
	café normal	113.75	S/. 300.00	S/. 34,125.00
	Café segunda	113.75	S/. 150.00	S/. 17,062.50
Túpac Amaru		0-400		
	Café orgánico	180.18	S/. 350.00	S/. 63,063.00
	café normal	42.5	S/. 300.00	S/. 12,750.00
	Café segunda	21.6	S/. 150.00	S/. 3,240.00
Valle Grande		0-400		
	Café orgánico	220.18	S/. 350.00	S/. 77,063.00
	café normal	45	S/. 300.00	S/. 13,500.00
	Café segunda	12.5	S/. 150.00	S/. 1,875.00
San Jorge		401-800		
	Café orgánico	71.9	S/. 350.00	S/. 25,165.00
	café normal	55.22	S/. 300.00	S/. 16,566.00
Charuyo		401-800		
	Café orgánico	683.76	S/. 350.00	S/. 239,316.00
	café normal	32.52	S/. 300.00	S/. 9,756.00
	Café segunda	7.5	S/. 150.00	S/. 1,125.00
San Ignacio		401-800		
	Café orgánico	524.51	S/. 350.00	S/. 183,578.50
	café normal	38.2	S/. 300.00	S/. 11,460.00
Unión Azata		0-400		



Café orgánico	248.06	S/. 350.00	S/. 86,821.00
café normal	16.25	S/. 300.00	S/. 4,875.00
Café segunda	28.75	S/. 150.00	S/. 4,312.50
TOTAL	3175.37		S/. 1,057,387.50

Fuente: Central de Cooperativas Agrarias de los Valle de Sandia - plan de negocio

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	DIMENSION	INDICADORES
<p>problema principal ¿Cómo influyen los factores de la cadena productiva del café en la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo 2018?</p>	<p>objetivo general Determinar la influencia de los factores de la cadena productiva del café en la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo-2018.</p>	<p>Hipótesis General Los factores de la cadena productiva del café influyen determinantemente en la contribución de la mejora del nivel de competitividad de la empresa Cecovasa.</p>	<p>Var. Independiente: Cadena productiva</p> <p>Variable Dependiente: Competitividad</p>	<p>X1: Factores internos de la cadena productiva X2: Factores externos de la cadena productiva</p>
<p>Problemas específicos PE1. •¿Cómo los factores internos más relevantes de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo 2018?</p>	<p>objetivos específicos O.E.1 Determinar qué factores internos relevantes de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo-2018.</p>	<p>Hipótesis específicos H.E.1:El factor físico de carácter interno influye determinantemente en la contribución de la mejora de la competitividad de la Centralde Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa.</p>	<p>Variable independiente: factores internos de producción</p> <p>Dependiente Competitividad</p>	<p>Factores internos de la cadena productiva: -Capital humano -Capital social - capital físico</p> <p>Competitividad</p>
<p>PE2 • ¿Cómo los factores externos más relevantes de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa, periodo 2018?</p>	<p>O.E.2 Determinar qué factores externos relevantes de la cadena productiva del café influyen en la competitividad de la de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa, periodo-2018.</p>	<p>H.E.2: • El factor mercado de carácter externo influye determinantemente en la contribución de la mejora de la competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa.</p>	<p>Variable independiente: factores externos de producción</p> <p>Dependiente Competitividad</p>	<p>Factores externos de la cadena productiva: -Capital financiero - mercado</p> <p>Competitividad</p>
<p>PE3 •¿Cuál es el nivel de productividad de las Cooperativas y la demanda de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa?</p>	<p>O.E.3 Analizar el nivel de productividad de las Cooperativas y la demanda de la de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa.</p>	<p>H.E.3: Las Cooperativas de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia – Cecovasa no poseen un nivel de productividad adecuada respecto a la demanda del mercado.</p>	<p>Variable independiente: Productividad</p> <p>Dependiente Capacidad de demanda</p>	<p>-Volúmenes de producción -Procesos de productividad -demanda</p>
<p>PE4 • ¿Cómo mejorar la cadena productiva del café a través de lineamientos que contribuyan en la mejora del nivel de competitividad de la Central de Cooperativas de los Valles de Sandia - Cecovasa?</p>	<p>O.E.4 proponer, lineamientos orientados a mejorar la competitividad de la central de cooperativas agrarias cafetaleras de los valles de Sandia-Cecovasa para una adecuada comercialización del café.</p>			