

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO PARA
MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA
ORGÁNICA EN COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL
CABANA LTDA- 2014-2015”.**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. SALVADOR ESPINOZA COAQUIRA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PROMOCIÓN 2014- II

PUNO-PERU

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO PARA MEJORAR LA
COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA ORGÁNICA EN
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CABANA LTDA-
2014-2015”.

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. SALVADOR ESPINOZA COAQUIRA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 21 DE ENERO 2016

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:



PRESIDENTE:

.....
Dr. JESÚS QUISPE GÓMEZ

PRIMER MIEMBRO:

.....
M.Sc. GERMAN JORGE MOLINA CABALA

SEGUNDO MIEMBRO:

.....
Dr. MANUEL ANCHAPURI QUISPE

DIRECTOR DE TESIS:

.....
Dr. NICOLÁS EDGAR ROQUE BARRIOS

ASESOR DE TESIS:

.....
M.Sc. GUINO PERCY GUTIERREZ TOLEDO

PUNO-PERU
2017

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

Presentada por:

Salvador Espinoza Coaquira



Tesis:

**“LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO PARA MEJORAR LA
COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA ORGÁNICA EN COOPERATIVA
AGROINDUSTRIAL CABANA LTDA- 2014-2015”.**

Area: Administracion Logistica

Tema: Aprovevisionamiento y Comercializacion

Fecha de Sustentación: 21 de Enero 2016

DEDICATORIA

A Dios por su infinito amor,

Por contar con él todos los días de mi vida.

A mis queridos padres por su constante amor inexplicable para mi superación personal, porque siempre me han apoyado incondicionalmente en todo mi proyecto.

AGRADECIMIENTO

A mis docentes, de la escuela profesional de administración quien fue la guía de realizar mi tesis de investigación, con sus correcciones y orientaciones.

A los miembros directivos de la cooperativa agroindustrial COOPAIN –CABANA, por brindar y acceder a su información para realizar esta tesis de investigación.

En general quisiera agradecer a todos los amigos de la especialidad, que juntos aprendimos nuevas enseñanzas, compartiendo la experiencia de todos.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.2. Definición del problema	15
1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.3.1. Objetivo general:.....	20
1.3.2. Objetivos específicos:	20

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1.1. LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO.....	21
Etapas de la cadena de suministro.	33
FUNCIONES DE LA CADENA DE SUMINISTRO (O ABASTO) INTERNA...33	
2.1.2. COMERCIALIZACIÓN	35
Los intermediarios	37
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	46
2.3. HIPOTESIS.....	50
2.3.1. Hipótesis general:	50
2.3.2. Hipótesis específicas:	50

CAPITULO III**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1. METODOLOGÍA.....	51
3.1.1. Enfoque de la investigación	51
3.1.2. Método de investigación	51
3.1.3. Tipo de investigación	52
3.1.4. Diseño de investigación	52
3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
3.3. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	54
3.4. Población y muestra	54

CAPITULO IV**CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

4.1. Ubicación.....	56
4.2. Ambito de estudio.....	59

CAPITULO V**EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

5.1. Del análisis de la logística de aprovisionamiento en la cooperativa Agroindustrial –Cabana.	63
Funciones de la cadena de suministro (o abasto) interna.	91
CONCLUSIONES.....	94
RECOMENDACIONES.....	97
BIBLIOGRAFÍA.....	99

INDICE DE TABLAS

CONTENIDO

TABLA 01; APROVISIONAMIENTO DE CALIDAD	32
TABLA 02 ; LISTA DE ASOCIACIONES	55
TABLA 03; CONOCIMIENTO DE LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTO .64	
TABLA 4; MANEJO DE LA DISTRIBUCION DE PRODUCTO QUINUA EN LA COOPERATIVA.....	65
TABLA 5; INVENTARIADO DE COSECHA DE LA QUINUA.....	66
TABLA 06; ADQUISICION DE MATERIA PRIMA DE LA QUINUA	68
TABLA 07; ALMACEN DE LA COOPERATIVA Y ASOCIACIONES	69
TABLA 08; MANEJO DE LA POS COSECHA DE LA PRODUCCION DE QUINUA.....	71
TABLA 09; EQUIPOS Y MAQUINARIAS DURANTE LA ACTIVIDAD DE LA PRODUCCION HASTA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA	72
TABLA 10; IMPORTANCIA DE QUINUA	75
TABLA 11; VOMUMEN DE LA PRODUCCION DE QUINUA	76
TABLA 12; RENDIMIENTO DE CULTIVO DE QUINUA PARA COMERCIALIZAR	78
TABLA 13; DEMANDA DE MERCADO DE QUINUA	79
TABLA 14; COSTOS PARA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA.....	81
TABLA 15; INGRESOS ECONOMICOS DE LA PRODUCCION DE QUINUA	82
TABLA 16; IMPORTANCIA DE TRANSFORMACION DE QUINUA ORGANICA	84
TABLA 17; IMPORTANCIA DE STOCK DE MATERIA PRIMA DE QUINUA...	85

INDICE DE FIGURAS

CONTENIDO

FIGURA 1; MODELO DE LA CADENA LOGISTICA INTERNA.....	31
FIGURA 2; MERCADO INTERNO DE COMERCIALIZACION	46
FIGURA 3; UBICACION GEOGRAFICA DE CABANA.....	57
FIGURA 4; CONOCIMIENTO DE LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTO....	64
FIGURA 5; MANEJO DE DISTRIBUCION DE PRODUCTO QUINUA EN LA COOPERTAIVA.....	66
FIGURA 6; INVENTARIO DE COSECHA DE LA QUINUA	67
FIGURA 7; ADQUISICION DE MATERIA PRIMA QUINUA	68
FIGURA 8; ALMACEN DE LA COOPERATIVA Y ASOCIACIONES	70
FIGURA 9; MANEJO DE LA POS COSECHA DE LA PRODUCCION DE QUINUA.....	72
FIGURA 10; EQUIPOS Y MAQUINARIAS DURANTE LA ACTIVIDAD DE LA PRODUCCION HASTA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA	73
FIGURA 11; IMPORTANCIA CALIDAD DE QUINUA.....	76
FIGURA 12; VOLUMEN DE LA PRODUCCION DE QUINUA	77
FIGURA 13; RENDIMIENTO DE CULTIVO DE QUINUA PARA COMERCIALIZAR	79
FIGURA 14 ; DEMANDA DE MERCADO DE QUINUA	80
FIGURA 15; COSTOS PARA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA.....	82
FIGURA 16, INGRESOS ECONOMICOS DE LA PRODUCCION DE QUINUA	83
FIGURA 17; IMPORTANCIA DE TRANSFORMACION DE QUINUA ORGANICA.....	85
FIGURA 18; IMPORTANCIA DE STOCK DE MATERIA PRIMA DE QUINUA	86

INDICE DE ANEXOS

ANEXOS N° 1 CUENSTIONARIO	102
---------------------------------	-----

RESUMEN

La investigación titulada, se realiza para determinar la incidencia de logística de aprovisionamiento para mejorar niveles de comercialización de la quinua orgánica en la cooperativa agroindustrial cabana con 15 asociaciones de base en la producción de quinua. Muestra dos variables de estudio logística de aprovisionamiento y comercialización siendo el objetivo general de la investigación; determinar la influencia de la logística de aprovisionamiento para mejorar la comercialización de quinua orgánica en coopain - cabana 2015,

En el marco teórico y conceptual se mencionan, las teorías y conceptos sobre el proceso logístico, cadenas logísticas y teorías de formas de comercialización, el cual considera aspectos relacionados con aprovisionar la materia prima, buen manejo de recursos, almacén, calidad de producto, y por último la transformación de producto, también se considera la segunda variable que trata básicamente sobre la comercialización en comercio justo en capacidad de producción.

Dentro de la metodología de la investigación se ha aplicado el enfoque cuantitativo, el tipo de investigación explicativa y el diseño de investigación no experimental; para efectos de muestra se tomó a las 15 asociaciones de productores de quinua orgánica que están vinculados como los principales socios de la cooperativa agroindustrial -CABANA. Del distrito de cabana provincia de san Román Juliaca e perteneciente al departamento de Puno, como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta; utilizando como herramienta el cuestionario.

Finalmente, se representa lo resultados diseñados en cuadros y sus respectivas interpretaciones, donde se llegó a determinar que la influencia de logística genera vínculos bajos en los productores de quinua esto por poco conocimiento y falta del desarrollo proveedores en tema logística por parte de la cooperativa.

De esta manera el trabajo de investigación llega a la siguiente conclusión: Se comprobó que la logística juega un papel muy importante en las organizaciones, por lo tanto, decimos que a medida que mejora el buen manejo de logística mejora instantáneamente la comercialización de quinua.

Palabras claves: logística, comercialización, quinua orgánica
Asociación, cooperativa.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está basada en el estudio y análisis del proceso logístico, aprovisionamiento en procura de mejorar la comercialización de quinua. Lo que se busca en la presente investigación es como es que la logística influye en las fases de producción, transformación y comercialización.

En el día a día se puede observar cómo es que los productores de quinua manejan su aprovisionamiento de sus productos, materiales y equipos de producción pueden afectar de una manera directa en la capacidad productiva de la empresa, es por ello que las organizaciones hoy ponen un énfasis especial a los trabajadores porque de ellos depende la capacidad producida en una empresa.

Es importante señalar un buen manejo de proceso logístico optimizada se mejora la comercialización de quinua, supone la posibilidad de transformar más rápidamente las materias primas en productos terminados. Las mejoras de eficiencia pueden reducir las necesidades de inventario, ahorrar costos de transporte y otros gastos de distribución, acelerar el flujo de caja y reforzar el área de cobros.

Por lo que varios autores mencionan la eficiente administración de logística de aprovisionamiento se vuelve cada vez más importante para las empresas ya que esta atraviesa todo el movimiento y almacenaje de materias primas, el correspondiente inventario que resulta del proceso, y las mercancías acabadas desde el punto de origen al punto de consumo.

En este contexto, se presenta el siguiente estudio de investigación, “logística de aprovisionamiento para mejorar la comercialización de quinua orgánica de la cooperativa agroindustrial COOPAIN-CABANA periodo 2014-2015” Para lo cual el presente estudio consta de cinco capítulos.

El capítulo I, donde se presenta la descripción y definición del problema, antecedentes y objetivos de la investigación.

El capítulo II, se presenta un marco teórico y conceptual donde se da referencia a la base teórica, también va la hipótesis de la investigación, la operacionalización de variables.

El capítulo III, se expone la metodología de la investigación, el método de investigación, la población, la muestra, técnicas de recolección de datos y procesamiento de datos.

El capítulo IV, se da a conocer el área de investigación donde se llevó el estudio de investigación.

El capítulo V, presenta los resultados de la investigación; por último, se presenta las conclusiones y recomendaciones derivadas del trabajo de investigación, así como las referencias bibliográficas y anexas que respaldan la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Descripción del problema

El presente trabajo de investigación está orientado a determinar la influencia de la logística de aprovisionamiento para mejorar la comercialización de quinua en la cooperativa y determinar las características de la oferta y de la demanda de la misma. De esta manera darles las características de calidad que requiere el mercado para este cereal a los productores; para así mejorar la calidad de vida de los involucrados con la producción y comercialización de quinua en el distrito de cabana provincia de san Román.

Es por ello que, para abastecer al mercado de estos tiempos, que es cada vez más exigente en calidad del producto, es necesario analizar el proceso comercial de la quinua, debido que actualmente la comercialización de la quinua presenta problemas en la entrega del producto final a las agroindustrias

exportadoras, quienes detectan las DEFICIENCIAS en la calidad de la quinua perlada, respecto a la limpieza y presentación. Es por eso que con el presente estudio se pretende analizar y conocer el proceso logístico para comercialización de la quinua de toda variedad, con fines de exportación al mercado extranjero bien provisionado mediante las agroindustrias exportadoras, identificando el papel de la intervención de cada actor en la comercialización, y a su vez obteniendo los puntos críticos de cada eslabón.

Al realizar el análisis de cada actor, manejada desde los productores hasta las agroindustrias exportadoras intervenga varios procesos logísticos, esto permitirá conocer e identificar las actividades y procesos, involucrados en la comercialización, determinando así las causas del problema general de incidencia logística en la comercialización; con la finalidad de brindar una solución para que el producto final sea competitivo abastecedor en el mercado, aprovechando las ventajas comparativas de grano de quinua (características tales como: Valor nutritivo, tamaño, contenido de saponinas bajo y propiedades terapéuticas).

1.1.2. Definición del problema

Problema general

¿Cómo es la logística de aprovisionamiento en la cooperativa agroindustrial - Cabana y de qué manera influye en la comercialización de quinua, Periodo 2014-2015?

Problemas específicos.

1° ¿Cómo es la logística de aprovisionamiento en la cooperativa agroindustrial – Cabana periodo 2014-2015?

2° ¿cuáles son las características de la comercialización de quinua en la cooperativa agroindustrial – Cabana, Periodo 2014-2015.

3° Es posible proponer y recomendar acciones correctivas que ayuden a mejorar la implementación del buen manejo de la logística de aprovisionamiento en la Cooperativa agroindustrial-Cabana.

1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro de los antecedentes de investigación se describen los estudios y trabajos realizados que nos ayudaron y sirvieron de fundamento teórico; directamente para poder consolidar con mucha claridad el trabajo de investigación.

El trabajo de investigación no cuenta con antecedentes de investigación que se relacionan directamente, sin embargo, hay estudios que se refieren a las variables indistintamente; los cuales son:

Tesista; (Roxana, 2012), PARA OBTENER EL TÍTULO INGENIERO DE ECONOMIA, PRESENTO SU INVESTIGACIÓN TITULADA: “ANÁLISIS DE LOS FACTORES DETERMINANTES EN LA PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD DE QUINUA ORGÁNICA DE LA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CABANA, DEL DISTRITO DE CABANA PERIODO 2011-2012”

Tiene la finalidad de determinar y analizar los factores que influyen en la producción de quinua orgánica durante una campaña agrícola regular 2011-2012, para lo cual se describe las características y manejo de cultivo de quinua.

La rentabilidad en la producción y productividad de quinua orgánica depende del precio y del nivel productivo de la importancia del desarrollo de las alternativas empleadas por la cooperativa hacia sus productores inculcando las capacitaciones usos de nuevas maquinarias modernas y manejo de campaña agrícola.

El proceso de producción se debe cuidar muchos detalles con transporte, equipo de almacenaje y entre otros.

TESIS (Salazar, 2010) COMERCIALIZACION DE QUINUA DE LA VARIEDAD HUALHUAS (*CHENOPODIUM QUINOA WILLDENOW*) DEL DEPARTAMENTO DE JUNIN EN EL MERCADO DE EEUU PERIODO 2010"

Los productores e intermediarios que intervienen en la comercialización de quinua tomándose como parámetros de medición el análisis de los productores, intermediarios y agroindustrias exportadoras, considerando como variables: producción de quinua, evaluación de precios, exportaciones, requisitos de calidad del mercado norteamericano, actividades que realizan los actores antes mencionados. El propósito de la investigación fue realizar el análisis de comercialización de quinua de variedad Hualhuas, procedente de Junín, para fines de exportación al mercado de EEUU. Para ello, se analizó la intervención de los actores en la comercialización de quinua.

El estudio se justificó por permitir analizar el proceso comercial de quinua de Sicaya, que actualmente se encuentra descuidada; y porque este producto experimenta una demanda creciente en el mercado norteamericano debido a las características sensoriales, propiedades nutritivas y terapéuticas que posee. Se sustentó en la teoría de desarrollo de canales de comercialización que

presenta Gillespie, metodológicamente se empleó la perspectiva de tipo de estudio explicativa experimental, con un diseño de investigación donde la población estuvo formada por 20 participantes de la cadena comercial, con un tamaño de muestra de 19 personas y un nivel de confianza del 95%. La información se obtuvo mediante entrevistas utilizando encuestas previamente elaboradas, se entrevistó a los productores e intermediarios y se recopiló información de diversas fuentes secundarias sobre la quinua.

TESIS (Cruz, 2006)“**DESARROLLO, OPTIMIZACION Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICO ECONOMICA DE PRODUCTOS A BASE DE QUINOA (CHENOPODIUM QUINOA WILLD - 2006)**”

El presente trabajo hace referencia al desarrollo de hojuelas y barras de cereal a base de quínoa, a los cuales se realizó un proceso de optimización por superficie de respuesta a través de una evaluación sensorial basado en la escala de valorización de Karlsruhe. Es a partir de esta evaluación y con ayuda del software Statgraphics Plus, que se formularon dos óptimos para los productos. En el caso de la barra de cereal las variables independientes era el tiempo de horneado de la granola (componente principal de la barra) y el porcentaje de miel (constituyente de la solución aglomerante) obteniéndose luego del estudio, que con 40 minutos de horneado y con un 40% de miel la barra presentaba el valor óptimo de calidad total. En el caso de la hojuela las variables independientes eran la lecitina (%) y la temperatura de horneado (°C), obteniéndose como resultado una hojuela con 5% de lecitina y una temperatura de horneado de 120°C por 30 min. A ambos productos se realizaron estudios de nutrientes, geológicos y de vida útil, donde destacan la calidad proteica de

los productos finales, la pérdida de dureza generalizada en el tiempo y una vida útil para ambos productos de 56 días.

Para la hojuela de cereal además se realizó un estudio de factibilidad técnico-económico, pretendiéndose abarcar el 5% del mercado nacional con 610 ton anuales. La elaboración del estudio financiero reveló la factibilidad del proyecto con un VAN de MM\$81,1 (TD 15%), un TIR de 17,5% y un PRI de 3,1 años. El estudio de sensibilización posterior dejó ver una alta dependencia del proyecto a un aumento de costo de materia prima, disminución del volumen de venta y del precio de venta a variaciones iguales o superiores al 10%.

SEGÚN EL ESTUDIO REALIZADO POR (Abdón, 2003) *TITULADO “ANÁLISIS DE VENTAJAS COMPETITIVAS DE QUINUA (CHENOPODIUM QUINOA WILLD.) PERUANA PARA EXPORTACIÓN (PUNO).”*

La región de Puno, posee ventajas comparativas tales como el clima y suelo que son propicios para la producción de quinua, también posee ventajas competitivas como el rendimiento, que es mayor comparado con los principales productores mundiales de quinua que son Bolivia y Ecuador. El autor también indica que la diversificación de mercados es insipiente, y que Estados Unidos es el principal importador de quinua, y el mayor volumen de exportación es de quinua dulce en materia prima (quinua perlada o lavada).

SEGÚN EL ESTUDIO REALIZADO QUINUA. (ESTUDIO DE LA QUINUA, 1996);

Los factores que influyen en la alimentación, están definidos en la organización familiar y son: Culturales (hábitos, costumbres de preparación, sabor, tipos de comida), demográficos (depende del número de personas y sus edades,

madres gestantes, madres lactantes), educacionales (valoración de los más nutritivo, aprendizaje de preparación, etc. y de los ingresos familiares (tipo de trabajo y la cantidad de ingreso familiar). (pág. 3)

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general:

Analizar la logística de aprovisionamiento y su influencia en la comercialización de quinua en la cooperativa agroindustrial-Cabana, Periodo 2014-2015.

1.3.2. Objetivos específicos:

1. Analizar la logística de aprovisionamiento en la cooperativa Agroindustrial –Cabana 2014-2015.
2. Determinar las características de la comercialización de quinua en la cooperativa Agroindustrial – Cabana Periodo 2014-2015.
3. Proponer acciones que ayuden a mejorar la implementación del buen manejo de la logística de aprovisionamiento en la Cooperativa agroindustrial-Cabana.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO.

2.1.1. LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO.

Definición de logística.

Para (Long, 2006) es la parte del proceso de la cadena de abastecimiento que planea, implementa y controla eficiente y efectivamente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el punto de consumo, para satisfacer las necesidades del cliente (pág. 5)

Según (Octavio Carranza Torres, 2004) La logística surge en principio para acompañar a las decisiones operativas de los altos mandos militares, primordialmente en Inglaterra en la década de 1940. El Imperial College se constituye en la cuna de la investigación operativa, disciplina estrechamente ligada a la logística. La investigación operativa constituye un conjunto de

herramientas analíticas (matemáticas) que permiten resolver problemas hasta entonces no analizados con el objetivo de optimizar sus potenciales soluciones. Así, determinar la ubicación de acorazados que protegieran de potenciales ataques alemanes las naves que surcaban los mares entre Estados Unidos e Inglaterra durante la Segunda Guerra Mundial fue una de las primeras aplicaciones de la novel disciplina, que empezó a perfeccionarse a partir de equipos interdisciplinarios conformados por científicos provenientes de las llamadas ciencias duras (biología, matemáticas, ingeniería, etcétera) (pág. 5)

Dentro de lo anteriormente explicado está la logística, que desde sus inicios surgió como una estrategia militar, que con el desarrollo y evolución histórica de la sociedad pasó al ámbito empresarial. Comenzó con la concepción del campo al mercado, funciones segmentadas, funciones integradas, del enfoque al cliente, la logística como factor diferenciador y como la logística del futuro, la expansión de las fronteras y la actividad.

La cual etimológicamente, la palabra logística proviene del griego "logistikos", que significa saber calcular y razonar. Los romanos usaban la palabra logística al referirse a sus administradores de ejércitos y también se denominaba así a un grupo de científicos médicos que basaban sus teorías en la observación. Su origen al ser netamente militar, el logista era el encargado de tácticamente

Según (Gomez, 2001)El concepto moderno de logística es "la acción del colectivo laboral dirigida a garantizar las actividades de diseño y dirección de los flujos material, informativo y financiero, desde sus fuentes de origen hasta sus destinos finales, que deben ejecutarse de forma racional y coordinada con el objetivo de proveer al cliente los productos y servicios en la cantidad,

calidad, plazos y lugar demandados, con elevada competitividad y garantizando la preservación del medio ambiente”

Según (Colin, 1983) Definir el concepto de logística o distribución física no es sencillo, presenta como “una opción fundamental de integración del control de la circulación física de las mercancías en las estrategias globales de la empresa. Un esfuerzo permanente de la constitución de los flujos físicos regulados de delante a atrás por un sistema de circulación de la información. Y una forma de gestión de las operaciones de circulación física de las mercancías.

Para (Stanback, 1991) Distingue entre: logística de información que comprende el flujo y procesamiento de información acerca de los clientes, los productos, los precios etc. Y que recoge una serie de procesos más o menos formales y con mayor o menor aporte de tecnología; y la logística de las mercancías, que comprende el flujo de los productos a través del canal, incluyendo las tareas de aprovisionamiento, almacenaje, transporte y entrega a los puntos de vista.

Sin embargo, el concepto de la logística distingue hasta tres tipos de procesos logísticos: la logística industrial, la logística de aprovisionamientos y la logística externa

La primera de ellas hace referencia a logística de producción que ha vivido diferentes revoluciones, desde los producidos por la revolución industrial a finales de siglo XVIII, posteriormente con las cadenas de montaje, el taylorismo y más recientemente la reingeniería de procesos.

La segunda de ellas ha tenido su gran revolución en la década de los 80, sobre todo en la industria automovilística, provocando en gran parte por los

sistemas de producción justo a tiempo (*just in time*). Actualmente, se está produciendo un nuevo ajuste en la logística de aprovisionamientos en el comercio electrónico, lo que se denomina como "e-procurement"; es decir la integración electrónica de los procesos de aprovisionamiento que permite una negociación más ágil (ya que se realiza en tiempo real) y una compra más eficiente entre las empresas y proveedores.

En tercer lugar, la logística externa, comercial o de marketing, que se ocupa de todos los movimientos de mercancías, información y materiales que afectan a la fase de comercialización del producto, incluidos los necesarios para su venta, promoción y merchandising. Esta logística ha iniciado su primera revolución en la última década del siglo pasado, y sus pilares fundamentales son las tecnologías de información e internet, a través del comercio electrónico, y el cliente, sea este intermediario comercial o consumidor final. Todas estas definiciones implican que la logística es una parte del proceso de la cadena de suministro, no todo el proceso, de ahí que actualmente se entienda la logística como administración de suministros (supplychainmanagement,SCM). El council of logisticmanagement ha definido la logística como "la parte del proceso de gestión de la cadena de suministro encargada de planificar, implementar y controlar de forma eficiente y efectiva el almacenaje y flujo directo e inverso de los bienes, servicios y toda la información relacionada con estos, entre el punto de origen y el punto de consumo, con el propósito de cumplir con las expectativas del consumidor "

Para (Closs, 2006) la logística requiere la coordinación de muchas actividades que controlan y rodean el transporte, incluyendo diseño de la red de

contactos, información, transporte, inventario y almacenamiento. Describen seis objetivos operacionales de sistema logístico.

Respuesta rápida. Una compañía necesita tener la capacidad para reaccionar rápidamente a los cambios y a los avances. La capacidad de proveer al cliente con lo que necesita es la clave para asegurar compras.

Desviaciones mínimas. El desempeño debe ser consistente, por ejemplo, los tiempos de entrega.

Inventario mínimo. El inventario es muy caro y debe mantenerse un mínimo.

Consolidación de movimientos. El costo de transporte puede reducirse si se consolidan los pequeños envíos en uno grande y con menos frecuencia, como se verá más adelante, esto no es tan fácil.

Calidad. No solo los productos deben ser de la más alta calidad, los servicios de logística también deben cumplir con estándares de calidad.

Soporte del ciclo de vida. Abarca la necesidad no solo de entrega el producto, sino también manejar las devoluciones del mismo. Estas devoluciones pueden ser por que el producto esta defectuoso, o para reciclar el mismo producto y sus materiales de empaque.

Funciones del área de logística

Para (Ballou, 1999) La función logística se encarga de la gestión de los flujos físicos (materias primas, productos acabados) y se interesa a su entorno. El entorno corresponde en este caso a:

- Recursos (humanos, consumibles, electricidad)

- Bienes necesarios a la realización de la prestación (almacenes propios, herramientas, camiones propios, sistemas informáticos)
- Servicios (transportes o almacén subcontratados,)

La función logística gestiona directamente los flujos físicos e indirectamente los flujos financieros y de información asociados. Los flujos físicos son generalmente divididos entre los “de compra” (entre un proveedor y su cliente), “de distribución” (entre un proveedor y el cliente final), “de devolución” (logística inversa) (Lambert, 1998); quien las describe a continuación:

Logística de compra

- La logística de compra incluye la gestión de los flujos físicos, de información y administrativos siguientes:
- La planificación del aprovisionamiento desde los proveedores de acuerdo con las previsiones de producción o venta
- La ejecución del aprovisionamiento y de los transportes y otras operaciones de importación relacionados
- La gestión de la relación con los proveedores (con objetivo de la mejora del servicio y la reducción de los costes logísticos)
- Logística de distribución
- La logística de distribución incluye la gestión de los flujos físicos, de información y administrativos siguientes:
- La previsión de la actividad de los centros logísticos

El almacenamiento

- El traslado de mercancías de un lugar a otro del almacén con los recursos y equipos necesarios

- La preparación de los pedidos o la ejecución de crossdocking (tránsito)
- Algunas veces, la realización de pequeñas actividades de transformación del producto (kitting, etiquetado...)
- El transporte de distribución hasta el cliente.

Logística inversa

La logística inversa incluye la gestión de los flujos físicos, de información y administrativos siguientes:

- Recogida del producto en las instalaciones del cliente
- Puesta en conformidad, reparación, reintegración en stock, destrucción, reciclaje y almacenaje.

Logística empresarial

Para (Ballou, 1999) la logística empresarial es “todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un coste razonable”.

La Logística empresarial es fundamental para el comercio. Las actividades logísticas son el puente entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia.

La logística empresarial cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, mantenimiento y distribución.

“La Logística es aquella parte de la gestión de la Cadena de Abastecimientos que planifica, implementa y controla el flujo -hacia atrás y adelante- y el almacenamiento eficaz y eficiente de los bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen al punto de consumo con el objetivo de satisfacer los requerimientos de los consumidores”.

Objetivos principales

La misión fundamental de la Logística empresarial es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad de la firma.

La logística tiene como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costos y calidad. Se encarga de la gestión de los medios necesarios para alcanzar este objetivo (superficies, medios de transportes, informática) y moviliza tanto los recursos humanos como los financieros que sean adecuados.

Garantizar la calidad de servicio, es decir la conformidad con los requisitos de los clientes, da una ventaja competitiva a la empresa, hacerlo a costo menor permite mejorar el margen de beneficio de la empresa, conseguirlo garantizando la seguridad permite a la empresa evitar sanciones pero también comunicar en temas actuales como el respeto del medio ambiente, los productos éticos. Estos tres parámetros permiten explicar el carácter estratégico de la función logística en muchas empresas (la presión del entorno crea la función). Ahora los Directores Logísticos son miembros de los comités de dirección de las empresas y reportan a los accionistas (Lambert, 1998). Los

dominios de responsabilidad de los logísticos son largos y cubren niveles: operacionales (ejecución), tácticos (organización de la empresa) y estratégicos (planes estratégicos, prospectiva).

CADENA LOGÍSTICA Y CADENA DE SUMINISTROS

Cadena logística

Según (Ballou, 1999), en negocios, la logística puede tener un enfoque bien interno, bien externo que cubre el flujo desde el origen hasta la entrega al usuario final. En el área militar, los expertos en logística determinan cómo y cuándo movilizar determinados recursos a los lugares donde son necesarios. En ciencia militar, lo importante es mantener las líneas de suministro propias e interrumpir las del enemigo y algunos dirían que se trata del elemento más importante (puesto que una fuerza armada sin alimentos/combustible es algo inútil). Así mismo afirma que existen dos etapas básicas de logística:

Una optimiza un flujo de material constante a través de una red de enlaces de transporte y de centros del almacenaje.

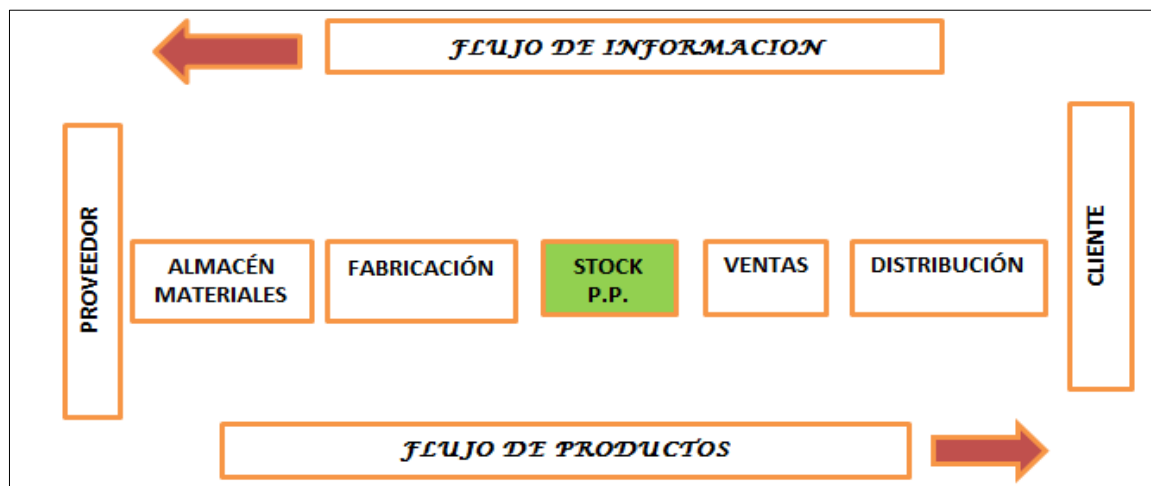
La otra coordina una secuencia de recursos para realizar un determinado proyecto.

Todo ello al mínimo coste global para la empresa.

Los sistemas de flujo logístico se optimizan generalmente para una de varias metas: evitar la escasez de los productos (en sistemas militares, especialmente referido al combustible y la munición), reducir al mínimo el costo del transporte, obtener un bien en un tiempo mínimo o almacenaje mínimo de bienes (en tiempo y cantidad). El flujo logístico es particularmente importante en la

fabricación just in time en la cual el gran énfasis se pone en reducción al mínimo del stock. Una tendencia reciente en grandes cadenas de distribución es asignar estas metas a los artículos comunes individuales, más que optimizar el sistema entero para un objetivo determinado. Esto es posible porque los planes describen generalmente las cantidades comunes que se almacenarán en cada localización y éstos varían dependiendo de la estrategia. El método básico de optimizar un sistema de estándar de distribución es utilizar un árbol de cobertura mínima de distribución para diseñar la red del transporte, y después situar los nodos de almacenaje dimensionados para gestionar la demanda mínima, media o máxima de artículos. Muy a menudo, la demanda está limitada por la capacidad de transporte existente fuera de la localización del nodo de almacenaje. Cuando el transporte fuera de un punto del almacenaje excede su almacenaje o capacidad entrante, el almacenaje es útil solamente para igualar la cantidad de transporte por unidad de hora con objeto de reducir picos de carga en el sistema del transporte (Ballou, 1999).

Según (Julio Juan Anaya Tejero, 2007) La cadena logística está ligado íntimamente a la propia organización de la empresa y a lo que se denomina el modelo de distribución o sea las diferentes etapas que tiene que seguir el flujo de materiales desde su aprovisionamiento y transformación, hasta la entrega del producto al siguiente agente en la cadena de suministro del mismo (fabricante, mayorista, etc.) (pág. 24)

FIGURA 01; MODELO DE LA CADENA LOGISTICA INTERNA

Fuente: Cadena Logística (juan tejero) 2007-pag.24.

Características de la cadena logística.

Como se puede observar en el gráfico anterior, el flujo de materiales va desde la fuente de aprovisionamiento (proveedor), hasta el punto de venta (cliente), mientras que la información necesaria para generar el referido de flujo de materiales va en sentido contrario, o sea desde el mercado hasta la fuente de suministro, lo que implica un efecto (retardo) que hay que tener en cuenta a efectos de diseño e integración de sistema de información.

- Flujo de información para generar stock
- Flujo de información para consumir stock

Los ciclos logísticos: en cadena la cadena logística interna cabe distinguir tres ciclos logísticos, cuyo contenido e importancia a efectos de análisis conviene destacar

- Ciclo de aprovisionamiento
- Ciclo de fabricación
- Ciclo de almacenamiento y distribución física

Ciclo de aprovisionamiento: corresponde al proceso relacionado con el abastecimiento de materiales y componentes para ponerlos a disposición de los diferentes procesos productivos en las fábricas o talleres.

La gestión de este ciclo, implica empleo de un tiempo (lead-time de aprovisionamiento), compuesto por periodos de revisión de stock, tramitación burocrática de pedidos, gestión de compras, plazo de entrega de los productos y procesos de recepción y control de calidad, hasta que el material queda almacenado para su consumo o utilización.

Los conceptos relacionados con el tamaño de lote de compra, flujos tensos, (just *in time*) de aprovisionamiento para conseguir simultáneamente menores inversiones en materiales y mayor flexibilidad industrial.

El ciclo de producción: empieza con el lanzamiento de órdenes.

Cadena de la logística y la moderna cadena de suministros con marketing comercio y producción

TABLA 01; APROVISIONAMIENTO DE CALIDAD

PRODUCCIÓN/OPERACIONES MUESTRA DE ACTIVIDADES	ACTIVIDAD DE INTERFAZ DE LA LOGÍSTICA DE PRODUCCIÓN	ACTIVIDADES MUESTRA DE LA LOGÍSTICA	ACTIVIDADES DE INTERFAZ DE LA LOGÍSTICA DE MARKETING	ACTIVIDADES MUESTRA DEL MARKETING
Control de calidad	Programación del producto	Transporte	Estándares de servicio al cliente	Promoción
Programación detallada de producción	Localización de la planta	Inventarios	Fijación de precios	Investigación de mercados
Mantenimiento de equipo	Compras	Procesamiento de pedidos	Embalaje	Mezcla de producto
Planeación la capacidad		Manejo de materiales	Manejo de materiales	Dirección de la fuerza de ventas

Fuente: Ballou (2004) pág. 12-13

Cadena de suministro

Etapas de la cadena de suministro.

Suministro

La parte del suministro se concentra en cómo, dónde y cuándo se consiguen y suministran las materias primas para fabricación de los productos terminados.

La definición etimológica: el vocablo suministro deriva del latín SUBMINISTRARE que significa SUB (bajo) y MINISTRAERE servir, y se entiende como "PROVEER LO NECESARIO". Doctrinariamente, podemos definir al Suministro como un contrato de ejecución o tracto sucesivo, periódico y continuo destinado a la entrega de bienes materiales, en la que el proveedor (que puede ser una persona natural o jurídica) está obligado a entregar continua o periódicamente bienes y la persona que los recibe "suministrado" a pagar el precio (Wikipedia, 2009)

FABRICACIÓN

En esta etapa se convierten estas materias primas en productos terminados.

DISTRIBUCIÓN

Se asegura de que dichos productos finales llegan al consumidor a través de una red de distribuidores, almacenes y comercios minoristas. Se dice que la cadena comienza con los proveedores de tus proveedores y finaliza con los clientes de tus clientes.

FUNCIONES DE LA CADENA DE SUMINISTRO (O ABASTO) INTERNA.

Según(Chopra, 2006) las funciones que componen la Cadena de Suministro interna a una empresa de manufactura son:

Administración del Portafolio de Productos y Servicios (PPS), que es la oferta que la compañía hace al mercado. Toda la Cadena de Suministro se diseña y ejecuta para soportar esta oferta. Servicio a Clientes (SAC), que es responsable de conectar la necesidad del cliente con la operación interna de la compañía. Los sistemas transaccionales permiten que la organización visualice los compromisos derivados de las órdenes procesadas, pero en términos simples, si existe inventario para satisfacer la demanda del cliente, SAC, pasa sus instrucciones directamente a Distribución; si hay que producir, pasa sus instrucciones a Control de Producción. Control de Producción (CP), que, derivado de las políticas particulares de servicio que tenga la compañía y de la Administración de la Demanda, se encarga de programar la producción interna y, como consecuencia, dispara la actividad de Abastecimiento de insumos. Abastecimiento (ABA), que se encarga de proveer los insumos necesarios para satisfacer las necesidades de Producción (Materia prima y Materiales) cuidando los tiempos de entrega de los proveedores y los niveles de inventario de insumos. Distribución (DIS), que se encarga de custodiar insumos y producto terminado (en algunas organizaciones solo producto terminado), hacerlo llegar a los Clientes y/o a su red de distribución, que puede incluir otros almacenes o Centros de Distribución (CDs) o no.

No existe consenso acerca de si éstas 5 funciones deben o no reportar jerárquicamente a una misma Gerencia / Dirección, pero sí existe consenso en el sentido de que deben operar coordinadamente para que la Cadena de Suministro interna (o la Logística interna) sea eficiente y efectiva.

La sincronización es muy importante en estas cadenas para que no se produzca desperdicio, medido como inventario, tiempo o falla de servicio al

cliente. Ayuda contar con una buena predicción de la demanda para no provocar sobrantes ni faltantes de productos terminados. Una falla en esta predicción provocará un denominado efecto látigo (también llamado efecto bullwhip, del inglés bullwhipeffect). Por ello, se dice que el impacto de una acción en una cadena de suministro es directamente proporcional a su demora en la propagación de la comunicación.

Administración de una cadena de suministro internacional

Según (Houlihan, 1988) Las presiones competitivas y los cambios en el ambiente económico han forzado a las administraciones de empresas internacionales a evaluar de nuevo la operación y estructura de sus cadenas de suministros internacionales. Las oscilaciones de la estrategia de producción local para un mercado local a la de centros internacionales de suministro para manufactura y distribución tienen implicaciones sumamente importantes en la organización, estructura, sistemas de control y costos de servicios al cliente.

En los últimos años han surgido y se han probado nuevos enfoques para manejar el cambio en las cadenas internacionales. En este capítulo se abordan las ideas fundamentales de estos enfoques, las barreras que se necesitan superar y alguna de las lecciones aprendidas de la experiencia de su instrumentación.

2.1.2. COMERCIALIZACIÓN

Logística comercial y gestión de la cadena de suministro.

Para (Lopez, 2009) Es una parte fundamental del momento en que los clientes adquieren los productos, por ello un elemento importante de valor objetivo

ofrecido por el fabricante y el distribuidor y del valor subjetivo percibido por los consumidores (pág. 536)

Para (Alderson, 1954) Donde se señala la brecha insalvable entre producción (oferta) y consumo (demanda) originada por las separaciones espacial o geográfica, temporal y de forma, que generan funciones económicas tanto de distribución física como de comercialización, es posible situar la logística como la actividad que permite que el producto adquiera su valor cuando el cliente lo recibe en el tiempo y en la forma adecuados al menor coste posible.

Canales de comercialización

Según (Santesmases, 1998) El canal de comercialización es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios. (pág. 133)

Los intermediarios

Según(Díaz de Castro, 1997) Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante(pág. 36).

La palabra intermediario ha tenido tradicionalmente connotaciones negativas, puesto que se quedaban con parte del beneficio de la venta. Sin embargo, las empresas de distribución acercan el producto al consumidor y realizan una serie de actividades que redundan en beneficio del cliente.

Esta actividad comercial no se realiza de forma gratuita, es una actividad lucrativa. Algunas de las funciones que desarrollan los intermediarios son:

- ✓ Facilitan y simplifican los intercambios comerciales de compra-venta; es impensable que todos los consumidores pudieran ponerse en contacto con todos los fabricantes.
- ✓ Compran grandes cantidades de un producto que luego venden en pequeños lotes o unidades individuales. Además, en el caso de productos agrícolas, compran a pequeños agricultores, agrupan la producción, la clasifican, envasan, etiquetan... y acumulan cantidades suficientes para atender la demanda de los mercados de destino.
- ✓ Proporcionan financiación a diferentes figuras del canal de distribución.
- ✓ Almacenan producto para reducir el tiempo de entrega (en inglés, lead time) al consumidor.

ASPECTO COMERCIAL, TÉCNICO Y LOGÍSTICO DE LA ATPV.

Para(Rojo, 1971)la ATPV presenta características propias, que viene de los tres aspectos de esta función(pág. 78)

Comercial: La ATPV supone siempre un contacto con el usuario que es el cliente final del equipo a reparar, tanto así la reparación se realiza in situ (en el lugar en el que opera el equipo) o en locales especializados.

Técnico: La ATPV supone un conocimiento técnico para ser capaz de diagnosticar las causas, así como para poner el equipo de nuevo en condiciones operativas.

Logístico: La ATPV maneja recursos operativos y repuestos, que deben gestionarse con criterios de optimización logística.

Aspecto logístico.

Para (Rojo, 1971) el servicio ATPV maneja recursos operativos y repuesto que debe estar en la condiciones adecuadas para asegurar el nivel de servicio requerido (cantidad de recursos operativos y repuestos para intervenir en plazo, en los lugares y modo en que se especifique).

Todo anterior precisa la utilización de la técnicas logísticas más apropiadas, tales como cuantificación optima de stocks, cálculo de las cantidades optimas de aprovisionamiento desde nuestro proveedores, optimización de almacenaje de repuestos, optimización de recursos operativos de almacenaje y de distribución de repuestos, y optimización del personal técnico de intervención (pág. 81)

Servicio a clientes y el esfuerzo logístico de los proveedores.

Para (Octavio Carranza Torres, 2004) las relaciones en las cadenas de suministros del sector de bienes de consumo sufren en el ámbito mundial, diversas transformaciones en función de las posibilidades de integración abiertas por la rápida difusión de las tecnologías de información y de las innovaciones en los procesos logísticos, simultáneamente, se verifica un cambio en las relaciones del poder en esta cadena, pues esta se desplaza de los fabricantes industriales hacia los minoristas por que estos se encuentra más próximos al consumidor final. De hecho, es la demanda de este último lo que decide el flujo de productores en la cadena, por medio de la iniciativa como el CRP (continuous replenishment program. O programa de reaprovisionamiento continuo) y el QR (quick response, o respuesta rápida) que tratan de reducir costos, disminuir tiempos de ciclo y mejorar la calidad de servicio. (pág. 88)

Estrategia Competitiva

Para (Hidalgo L. y., 2002) El concepto de estrategia ocupa una posición fundamental dentro de la gestión de la empresa pues incluye la fijación de objetivos a medio y largo plazo y las acciones necesarias para alcanzarlos. Las empresas tienen recursos limitados y la decisión sobre un curso de acción a seguir implica que no se pueden seguir otros de forma simultánea, pues, tal y como ponen de manifiesto numerosos estudios, son aquellas empresas que diseñan una estrategia coherente y la siguen las que tienen mayores posibilidades de tener éxito y mantener ventajas competitivas de forma sostenida a largo plazo. Al contrario, sucede con las empresas que no tienen definida una estrategia: pueden tener éxito a corto plazo, pero son incapaces

de mantenerlo en el tiempo. En la actualidad, la importancia de la estrategia para la empresa se pone de manifiesto al verificar que es compatible con el conjunto de elementos que caracterizan tanto a su entorno genérico como a su entorno específico, lo que se avala mediante el siguiente conjunto de planteamientos. En primer lugar, el proceso de convergencia económica que se está desarrollando en el ámbito global permite concluir que las ventajas y desventajas mientras que las capacidades específicas de la empresa, en particular las de aprendizaje y desarrollo tecnológico, van a desarrollar un papel más decisivo.

Según (Porter, 1989) la estructura de un mercado está determinada por el impacto colectivo de las cinco fuerzas competitivas: amenaza de entrada, rivalidad de los competidores, poder relativo de negociación de los compradores y proveedores y presión de los productos y/o servicios sustitutos. El objetivo de la estrategia competitiva es crear una posición defendible frente a las fuerzas competitivas. Esto puede conseguirse encontrando las posiciones menos vulnerables del mercado, para lo cual es preciso conocer los factores de los que dependen dichas fuerzas del mercado.

La calidad total como ventaja competitiva y sus costos

Según (Feigenbaum, (1994)) la calidad la determina el cliente, no el ingeniero ni mercadotecnia ni la gerencia general. Está basada en la experiencia real del cliente con el producto o servicio, medida contra sus requisitos-definidos o tácitos, consistentes o solo percibidas, operacionales técnicamente o por completo subjetivos y siempre representa un objetivo móvil en el mercado competitivo; en este sentido, la Calidad del producto y servicio puede definirse como: el resultante total de las características del producto y servicio en cuanto

a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento por medio de las cuales el producto o servicio en uso satisfará las expectativas del cliente.

El propósito de la mayor parte de las medidas de calidad es determinar y evaluar el grado o nivel al que el producto o servicio se acerca a su resultante total (Feigenbaum, (1994))

El investigador mencionado anteriormente define control como un proceso para delegar responsabilidad y autoridad para la actividad administrativa mientras se retienen los medios para asegurar resultados satisfactorios. El procedimiento para alcanzar la meta industrial de calidad se denomina “control de calidad”, de la misma manera que los procedimientos para alcanzar la producción y objetivos de costos se llaman, respectivamente, “control” de producción y “control” de costos. Normalmente hay cuatro pasos para este control:

1. Establecimiento de estándares. Determinación de estándares requeridos para los costos de calidad, el funcionamiento, la seguridad y la confiabilidad del producto.
2. Evaluación del cumplimiento. Comparación del cumplimiento entre el producto manufacturado o el servicio ofrecido y los estándares.
3. Ejercer acción cuando sea necesario. Corrección de los problemas y sus causas en toda la gama de los factores de mercadotecnia, diseño, ingeniería, producción y mantenimiento que influyen en la satisfacción del usuario.
4. Hacer planes para mejoramiento. Desarrollar un esfuerzo continuo para mejorar los estándares de los costos, del comportamiento de la seguridad y de la confiabilidad del producto.

El control total de la calidad puede definirse como un sistema eficaz para integrar el desarrollo con calidad, el mantenimiento con calidad, y los esfuerzos para la mejora con calidad de los diversos grupos dentro de una organización, para hacer posible el mercadeo, la ingeniería, la producción y el servicio a los niveles más económicos que permitan la plena satisfacción del cliente.

La satisfacción es la calidad total

Calidad total es un estilo global de gestión, que utiliza las contribuciones de todas las personas de la organización para mejorar continuamente, lo que hace que los clientes se sientan satisfechos. El objetivo: alcanzar consistentemente las expectativas del cliente. Es decir, constituye una manera de hacer las cosas que se impone a través de toda la empresa, involucrando a cada una de las etapas de producción y cuyos beneficios deberían hacerse sentir tanto para los empresarios y clientes, como para los empleados de una compañía (Berry, 1992)

Características de la calidad total

Para (Berry, 1992) Visión de largo plazo: calidad total implica transformaciones y, sobre todo, trabajo de cada persona involucrada en la firma y orientada hacia el consumidor. Usualmente sus resultados no son inmediatos. Es necesario persistir en el tiempo, para lograr el éxito esperado a través de la corrección aplicación del proceso de calidad y los estudios de retorno que medirán la satisfacción de nuestros consumidores.

La concepción de los costos de la calidad A la par de la evolución histórica de la calidad, los conceptos de Gestión de la Calidad Total y el mejoramiento continuo fue evolucionando la concepción de identificar los costos necesarios

para llevar a cabo las distintas funciones de las empresas: desarrollo del producto, marketing, personal, producción, etc. Hasta la década de 1950-1960 esta definición no se había extendido a la función de calidad, excepto para las actividades departamentales de inspección y prueba. A partir de esta década surge el concepto de costos de calidad donde cada autor asume su enfoque y lo define según su punto de vista. En la medida en que crecían las necesidades también evolucionaban los conceptos con el objetivo de satisfacer una sociedad cambiante, a continuación, se presentan las definiciones de cada categoría y los elementos más importantes que la integran según diversos autores.

Según(Feigenbaum, (1994)) la calidad satisfactoria del producto y servicio va de la mano con costos satisfactorios de calidad y servicio. Uno de los obstáculos principales para el establecimiento de un programa más dinámico de calidad en los años anteriores era la noción equivocada de que el logro de una mejor calidad requiere de costo mucho más altos. Nada hubiera podido estar más lejos de la verdad en la experiencia industrial.

Comercialización de productos agrícolas

La comercialización de los productos agropecuarios es una etapa tan importante como la producción, y en muchas casas puede implicar diferencias significativas en la rentabilidad de la actividad. (Agribusiness, 2012)

El mercado de commodities agropecuarios se comporta casi como un mercado de competencia perfecta, donde vendedores y compradores tienen alto grado de atomización, y, si bien es cierto que los productores no pueden influenciar el mercado por ese gran grado de atomización que presentan, hay herramientas a su disposición que permiten que un productor logre diferenciarse de otro que

comercializa el mismo producto: calidad del producto, cobertura de precios (Mercado a Término y Mercado de Futuros y Opciones), contratos anuales de producción, son algunas de ellas.

Estándares y bases de comercialización

Las normas y condiciones de comercialización de la mayoría de los cereales y oleaginosas están reguladas por ciertos estándares o bases que establece la secretaría de agricultura ganadería y pesca de la nación (seagyp). Se denomina estándares de comercialización a las tablas que regulan los cereales, y bases de comercialización a las que norman las oleaginosas. se adjuntan al presente capítulo las tablas de estándares y bases para los productos de mayor relevancia en nuestro mercado. (Agribusiness, 2012)

Canales de comercialización de productos agrícolas

Los potenciales compradores y/o intermediarios en el proceso de comercialización pueden ser:

Acopio: presta servicios de acondicionamiento, almacenaje e intermediación en la venta.

Industria: molinos harineros, industrias del aceite, fábricas de alimento balanceado, fábricas de jugo, molinos arroceros, etc.

Exportador

- Corredor: presta servicios de intermediación en la venta de la mercadería.
- Cooperativa: hace las veces de acopiador

Los gastos en los que incurre el productor dependen de la forma en que se comercialice su mercadería. Básicamente, el productor tiene dos modalidades de venta:

Indirecta: el productor entrega la mercadería a un acopiador o cooperativa, quien acondiciona la mercadería y se encarga de buscar el comprador. El momento de venta lo decide el productor. Los gastos en los que incurre el productor son:

fletes: uno denominado "corto" o "acarreo", que transporta la mercadería desde el campo hasta el acopio, y otro denominado "largo" que transporta la mercadería desde el acopio hasta el destino final (exportador, industria, etc.).

- Comisiones: pagada al acopio por ser intermediario del negocio, o a un corredor cuando el acopio solo recibe, acondiciona y almacena la mercadería.
- Acondicionamiento: en concepto del secado y/o limpieza de la mercadería.
- Almacenaje: el acopiador, por el servicio de almacenamiento, cobra un porcentaje sobre la mercadería recibida. Generalmente, el almacenaje para los primeros meses es sin cargo. Si el productor no decide vender en ese periodo de tiempo, comienza a correr un cargo mensual por almacenaje.
- Paritarias: en concepto de carga y descarga de la mercadería en el acopio y destinatario final.

Directa: el productor vende a la industria o a un exportador.

Puede intervenir un corredor actuando como intermediario del negocio, quien cobra una comisión por tal concepto.

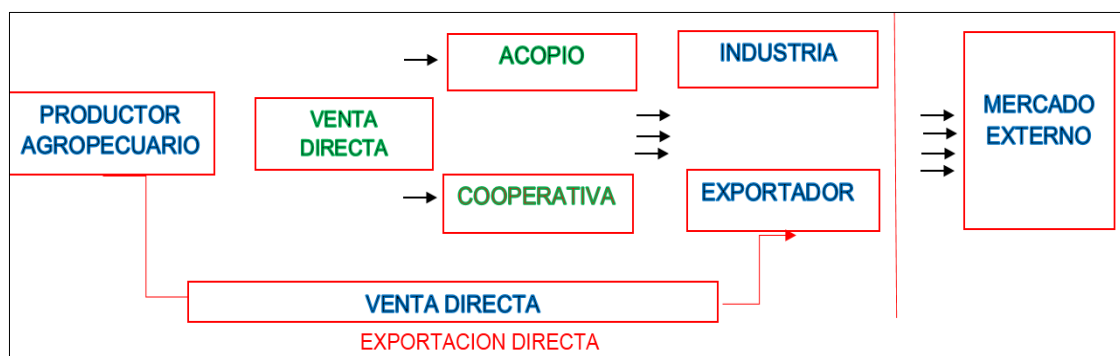
Esta modalidad es utilizada por productores con alta escala de producción, generando un ahorro en sus gastos de comercialización. Por

Ejemplo:

- Fletes: solo uno, que va desde el campo al destino final.
- Comisiones: no hay acopiador. Puede-intervenir un corredor.
- Acondicionamiento: si el productor tiene planta propia de acondicionamiento en el campo, incurre en menos costos. Caso contrario deberá abonar los mismos al comprador final.
- Almacenaje: si tiene planta propia, incurre en menos costos. Si entrega en forma directa se eliminan los costos de almacenaje.

El siguiente diagrama representa los canales de comercialización mencionados:

FIGURA 02; MERCADO INTERNO DE COMERCIALIZACION



Fuente: revista de comercialización MSBC Agribusiness Año – 2011 Pag. 12-13.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Almacén: Son aquellos lugares donde se guardan los diferentes tipos de mercancía. La formulación de una política de inventario para un departamento de almacén depende de la información respecto a tiempos de adelantes, disponibilidades de materiales, tendencias en los precios y materiales de compras, es la fuente mejor de esta información Esta función controla físicamente y mantiene todos los artículos inventariados, se deben establecer resguardo físicos adecuados para proteger los artículos de algún daño de uso innecesario debido a procedimientos de rotación de inventarios defectuosos de

rotación de inventarios defectuosos y a robos. Los registros de deben mantener, lo cual facilitan la localización inmediata de los artículos.

Aprovisionamiento. Dentro de este ámbito se analiza cómo realizar la programación de entregas, identificar y analizar las fuentes de suministro, gestionar las reglas del negocio (requisitos), la identificación, selección y evaluación del desempeño de proveedores y la administración de datos; gestionar el inventario, los bienes de capital, los productos de entrada, la red de proveedores locales y de importación, los requisitos y acuerdos con los mismos.

Costo. - En economía el coste o costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio. Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos, el concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien. Todo coste conlleva un componente de subjetividad que toda valoración supone.

Comercialización: La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

Distribuidoras: Se caracterizan por realizar convenios con compañías productoras, se encargan de colocar los productos en los puntos de ventas y ofrecer un área de atención al cliente de forma personalizada.

Intermediario: Individuo o institución que conecta a los productores y los consumidores o a los ahorradores y los inversores, bien sea para poner de acuerdo simplemente a dos partes diferentes de un mismo proceso productivo, sin adquirir nunca la propiedad de los activos con los que trafica, o bien sea asumiendo mayores riesgos y responsabilidades en dicho proceso. Según que operen en el mercado de productos o en el mercado financiero, a los intermediarios se les califica de comerciales y financieros, respectivamente. Los bancos, las cajas de ahorros y las sociedades mediadoras del mercado de dinero, por ejemplo, son intermediarios financieros. Los mayoristas, los minoristas, los agentes de venta y los comerciantes en general son intermediarios comerciales.

Logística: La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado".

Materia prima.- Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.

Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de consumo se denominan productos semi elaborados, productos semi -acabados o productos en proceso, o simplemente materiales.

Planificación. En este ámbito se analiza cómo equilibrar los recursos con los requerimientos y establecer y dar a conocer los planes para toda la cadena. Por otra parte, se estudia el funcionamiento general de la empresa y se considera cómo alinear el plan estratégico de la cadena con el plan financiero ayudando a establecer las estrategias logísticas.

Producción. Corresponden a este ámbito la programación de actividades de producción, validación de las características de nuevos productos, de la etapa de prueba y de la preparación del producto para su paso a la siguiente etapa de la cadena logística.

Administrar el rendimiento de materiales y equipos de producción y manejo de materiales, los datos, productos en proceso, instalaciones, la red de producción, regulación y cumplimiento de producción.

Productoras: Se caracterizan por limitarse a elaborar productos ya sean estos especializados como diversificados y encomiendan su distribución a empresas que se especializan en distribuir los productos.

Suministro. Dentro de este ámbito se analizan todos los procesos de gestión relacionados con peticiones de clientes y envíos, con la gestión de almacén, con la recepción y verificación del producto en las instalaciones del cliente si es necesario, selección de transportistas, selección del producto para cargar y enviar, gestionar las reglas de entrega, el rendimiento y la información de los productos terminados, como la facturación de los clientes.

Retorno. Los procesos relacionados con el retorno del producto y servicio post entrega al cliente, administración de contenedores o envases necesarios para la producción son objeto de análisis dentro de este ámbito del Modelo.

2.3. HIPOTESIS

2.3.1. Hipótesis general:

Si la logística de aprovisionamiento es inadecuada, entonces influye de manera negativa en la comercialización de quinua en la cooperativa agroindustrial – Cabana periodo 2014-2015.

2.3.2. Hipótesis específicas:

1. La logística de aprovisionamiento es inadecuada en la cooperativa agroindustrial –Cabana, Periodo 2014-2015.
2. La característica de la comercialización de quinua es deficiente en la cooperativa Agroindustrial- Cabana, Periodo 2014-2015.

VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

A) logística de aprovisionamiento.

- **Proceso logística;** aprovisionamiento, distribución, inventario, materia prima, almacén, pos cosecha, maquinaria e equipos.

VARIABLE DEPENDIENTE.

B). Comercialización:

- **Transformación;** calidad de producto, volumen de producción, rendimiento de cultivo, demanda de mercado, costos, ingresos, transformación de quinua, stock.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. METODOLOGÍA

3.1.1. Enfoque de la investigación

Tomando como referencia la tipología considerada por (Hernandez, 2010), se ha elegido el enfoque cuantitativo, debido a que se hace uso de la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer y probar la teoría.

3.1.2. Método de investigación

Como consecuencia de la formulación de las hipótesis planteadas para el presente trabajo de investigación y tomando como referencia las dimensiones señaladas por (Hernandez, 2010), se aplicara el método de investigación deductivo - inductivo; teniendo en cuenta que es esta la lógica que utiliza el enfoque cuantitativo, de lo general a lo particular y a su vez de o particular a lo general.

3.1.3. Tipo de investigación

Tomando como referencia la tipología considerada por (Hernandez, 2010), describen y explican la influencia entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos explicativos o en función de la descripción; por lo que se ha elegido para esta esta investigación el tipo de investigación Descriptiva - Explicativa.

3.1.4. Diseño de investigación

Para determinar el diseño de la investigación, se ha tomado como referencia la clasificación realizada por (Hernandez, 2010), se ha elegido el diseño no experimental quien lo define como estudios que se realizan sin la manipulación deliberada variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Respecto a las técnicas que se utilizaran en la presente tesis, sea tomado las descritas por (Hernandez, 2010), por lo tanto las técnicas y recolección de datos usados son las siguientes:

3.3.1. Tabulación

Técnicas que consiste en tabular la información, recopilación en los cuadros, que servirán para demostrar los resultados.

3.3.2. Hojas de cálculo

Los datos obtenidos con la aplicación de los diferentes instrumentos serán analizados, clasificados y tabulados utilizando hojas de cálculo en SPSS.

3.2.1. Encuesta

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, la encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas encuestadas, la encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas; y generar los datos necesarios para alcanzar los objetivo de la investigación; es un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación.

3.2.2. Instrumento

Cuestionario. Es un instrumento de mayor utilización en las ciencias sociales y esta adecuado a base de un conjunto de preguntas para obtener información sobre el problema que se está investigando. Para la elaboración del cuestionario de la investigación se tomó el marco teórico como referencia tanto para logística de aprovisionamiento y comercialización de quinua orgánica.

Para la evaluación de procesos logísticos y aprovisionamientos se elaboró un cuestionario que se encuentra en el **Anexo 01**, se tomó en cuenta 4 preguntas que están diferenciadas según los tres temas que influyen en proceso logístico para las asociaciones; materia prima, distribución de productos e inventario de productos. Cada uno de estos temas está constituido por solo una pregunta.

También para analizar aprovisionamiento y comercialización de las asociaciones bases de la cooperativa se elaboró un cuestionario que se encuentra también en el **Anexo 01**, se tomó en cuenta seis preguntas para

tema de aprovisionamiento y para la comercialización se realizó nueve preguntas totalizando el número de preguntas del cuestionario igual a 15.

3.3. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el proceso de la información a recopilar se realizará a través de herramientas e instrumentos aplicados en estadística descriptiva.

Las técnicas de procesamiento y análisis de datos que se aplicaran son las siguientes:

3.3.1. Tabulación

Técnicas que consiste en tabular la información, recopilación en los cuadros, que servirán para demostrar los resultados.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Tomando como referencia el concepto señalado por (Hernandez, 2010), una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, por tanto la población de la cooperativa en estudio está compuesta por 15 asociaciones de base de productores.

3.4.2. Muestra

La muestra elegida para la presente investigación es censal del tipo no probabilística (muestra intencional) ya que ha sido elegida de manera intencional y arbitraria.

Por las características de trabajo de investigaciones establece que la muestra elegida será 15 productores de asociaciones de cooperativa.

TABLA 02 ; LISTA DE ASOCIACIONES

NOMBRE DE ASOCIACIONES	SECTOR
Asociación de productores de quinua y otros productos agropecuarios central Villasani.	villazani
Asociación de productores de quinua y cañihua. Cabana	villazani
Asociación nacional de productores agropecuarios y servicios multiples-huancarani.	Huancarani.
Unidad operativa lo kollas- corcoroni.	Corcoroni
Asociación de productores agropecuarios musociallary – collana	Collana
Empresa agropecuaria de servicios multiples san cristobal	Villazani
Asociación de productores de quinua san isidro –cabana	Cabana
Empresa agropecuario de silarani	Silarani
Asociación de productores de quinua y ccañihua	silarani
Asociación de productores santa rosa	Cabana
Asociación de productores agropecuarios yapuscachi	Yapuscachi

Fuente: cooperativa – cabana 2014

CAPITULO IV

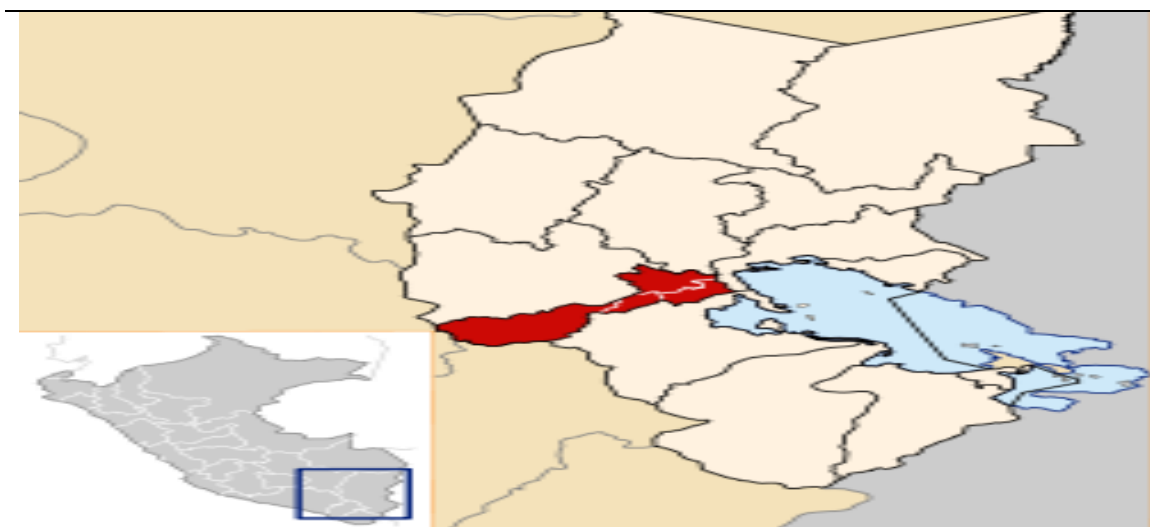
CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

4.1. Ubicación

4.1.1. DISTRITO DE CABANA – PROVINCIA DE (SAN ROMÁN)

Cabana es un distrito ubicado en la provincia de San Román en el departamento peruano de Puno. En el año 2007 tenía una población de 4.392 habitantes y una densidad poblacional de 23 personas por km². Abarca un área total de 191,23 km².²

Desde el punto de vista jerárquico de la Iglesia Católica forma parte de la Diócesis de Puno en la Arquidiócesis de Arequipa.

FIGURA 03; UBICACION GEOGRAFICA DE CABANA

Capital Cabana
 Entidad; Distrito
 País; Perú
 Región; Puno
 Provincia; San Román
 Superficie; Total 191 23 km²
 Población; Total 4392 hab.
 Densidad; 23 hab/km²
 Huso horario; UTC-5

Fuente: INEI CENSO 207

FUENTE: WIKIPEDIA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CABANA AÑO 2015

Geografía

Cabana se encuentra ubicado en las coordenadas 15°17'54"S 70°21'18"O. Según el INEI, Cabana tiene una superficie total de 191,23 km². Cabana se encuentra situado al oeste de la Provincia de San Román, en la zona central del departamento de Puno y en la parte sur del territorio peruano. Su capital Caminaca se halla a una altura de 3.901 msnm.

Demografía

Según el Censo peruano de 2007, había 4.392 personas residiendo en Cabana. La densidad de población era 23 hab./km².2

Historia

El distrito fue creado el 2 de mayo, fecha en cual se celebra su aniversario.

Toponimia

La denominación de Cabana proviene de la palabra quechua "Qhawana" que quiere decir mirador, al respecto existen dos teorías que podrían explicar lo acontecido y evidenciado acerca del origen del nombre:

La existencia de un grupo étnico de antepasados preincas que se denominaban Qhawanas, que residían en la cima del cerro Qitapata. O Campanayuc Pata en donde hay vestigios de ciudad.

El cerro más alto que se visualiza desde el actual Cabana, se denomina Qhawanapata (hoy llamado Qitapata), el nombre de Qhawanapata era llamado así por que servía como un fuerte militar para visualizar a sus enemigos que se acercaban a sus dominios, desde las fuertes luchas en la época incaica, hasta la guerra con Chile.

Turismo

Entre los principales atractivos turísticos de Cabana se encuentran:

- ✓ Los restos arqueológicos de Qitapata
- ✓ Las chullpas en Chillamollepunco
- ✓ El templo o reloj solar
- ✓ El templo de San Cristóbal (Construido en 1678)

4.2. Ámbito de Estudio.

La Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. (COOPAIN CABANA), es una organización de productores agropecuarios fundada el 12 de julio del 2010, inscrita en los registros públicos compartida 11096770 (anteriormente estaba constituida como Asociación Central de Productores Multisectoriales de Cabana – ASCENPROMUL Cabana). Por su estructura, es una cooperativa de 476 usuarios agrupados en 15 organizaciones de base. Tiene por objetivo contribuir a mejorar la calidad de vida de los productores y a generar fuentes de trabajo para la población del distrito de Cabana, de la Provincia de San Román en el departamento de Puno, Perú.

Este objetivo es logrado a través de la provisión de servicios de asistencia técnica y de créditos para la actividad agropecuaria que desarrollan sus socios. En los últimos cuatro años COOPAIN CABANA se viene especializando en la producción, acopio, procesamiento y comercialización de quinua perlada. Logrando mejoras en la producción de quinua, por medio de la certificación orgánica, kosher y comercio justo. Cuenta con una planta procesadora de quinua perlada de capacidad instalada de 1.200 Toneladas y capacidad operativa real de 80 a 100 Toneladas al mes. Anualmente, durante el periodo de abril a diciembre, oferta quinua de calidad competitiva y comercializa a empresas exportadoras ubicadas en Lima. Recién en enero del 2012 ha experimentado su primera exportación directa a EEUU y Francia.

Desde el 2010, COOPAIN ha iniciado su relacionamiento con VECO ANDINO, la cual es una ONG Belga dedicada a mejorar la calidad de vida de agricultores familiares. En el marco de esa relación se ha desarrollado el análisis de la cadena de quinua desde la iniciativa de nuestra cooperativa. Producto de este

análisis y definición de factores prioritarios de trabajo, se han establecido cuatro problemas que deben ser atendidos:

Misión

“Propiciar el desarrollo integral de los socios de la cooperativa mediante la prestación de servicios que mejoren sus capacidades y conocimientos, permitiendo un desarrollo sustentable de sus cultivos que permitan la comercialización de productos con mayor valor agregado y generen beneficios socioeconómicos.”

Visión

“Constituirse como la organización de pequeños productores líder en la comercialización de quinua orgánica en el Perú, mediante un manejo sustentable de la producción y la aplicación de criterios solidarios que permitan generar bienestar socioeconómico y el desarrollo humano de las familias de sus socios.”

TOPOGRAFIA

- ✓ Suelos de pobre fertilidad a raíz de un deficiente manejo agronómico. El cual se agrava toda vez que se intensifica la producción por las buenas condiciones del mercado de quinua, que inducen a no cumplir con la rotación de cultivos o el descanso del suelo
- ✓ Contaminación de saponina en las aguas de desecho que son evacuadas de la planta procesadora. Así como la falta de manejo y generación de valor de la saponina en polvo, producto del escarificado seco.

- ✓ Deficientes procesos de control de calidad que garanticen la producción y oferta de productos inocuos.
- ✓ Deficiencias comerciales para aprovechar mejor las oportunidades de mercado, tanto nacional como internacional, para quinua y derivados.

En ese sentido se avanzaron algunas cosas durante el último trimestre del 2011, tal como:

- ✓ Suelos: Elaboración de un diagnóstico de suelos y un plan de acción para el adecuado manejo del mismo. Debería iniciarse la implementación de éste plan a partir de este año.
- ✓ Control de calidad: Se ha implementado el sistema de buenas prácticas de manufactura y almacenamiento de producto en la planta procesadora, además del sistema de control de calidad de HACCP. Paralelamente el personal de planta ha sido capacitado y en la actualidad viene implementando los sistemas mencionados. Se prevé una evaluación en mayo del 2012 para determinar el grado de implementación de los sistemas y correspondiente ajuste.
- ✓ Comercialización: Este eje es el de atención prioritaria. El 2011 la dinámica que se tuvo en el mismo ha sido de forma natural, dada las óptimas condiciones de mercado. Condiciones que han permitido que mantengamos la venta de quinua a empresas exportadoras peruanas, incursionemos en la exportación directa y estemos proyectando nuestra inserción en el mercado nacional. Una acción importante y complementaria a lo comercial, pero de gran utilidad para el fortalecimiento de la organización, se ha constituido el desarrollo del ELCA.

El ELCA es la Escuela de Líderes Cooperativistas Agrarios, que se constituye en un reto emprendido por la Central Café y Cacao del Perú, debido a la escasa capacitación de líderes para asumir cargos de dirigencia de sus organizaciones, poniendo en riesgo la estabilidad y gobernabilidad de las cooperativas. Tiene por objetivo dotar al pequeño agricultor y agricultora de las herramientas básicas que le permitan desarrollar una gestión eficiente y conjunta con la unidad administrativa; para que actúen con capacidad de generar propuestas de desarrollo, control del flujo económico y apliquen mecanismos de información y comunicación con sus socios; el reto es hacerlos capaces de posicionar al movimiento cooperativo en el escenario político y social como una alternativa de desarrollo y generadora de empleo. A la fecha han estudiado 30 líderes de COOPAIN, de los cuales el 50% se ha graduado en la primera promoción.

El 2011 se contó con el financiamiento otorgado por VECO ANDINO, para la ejecución de lo detallado anteriormente, pero para mantener el avance en estos ejes prioritario requerimos elaborar un proyecto para la gestión 2012-2013. En ese sentido, COOPAIN está en la busca de un profesional especializado y con probada experiencia en el sector quinero, quien pueda hacernos llegar una propuesta técnico económica para el diseño de un proyecto, tomando en cuenta los aspectos presentes en los términos de referencia.

CAPITULO V

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. Del análisis de la logística de aprovisionamiento en la cooperativa Agroindustrial –Cabana.

La logística de aprovisionamiento gestiona la organización o asociaciones a partir de los flujos de material, de información que va desde los proveedores hasta los clientes, y que el flujo de material inicia desde los proveedores, pasa por el proceso de producción o fabricación y es distribuido hasta llegar al cliente.

La gestión de logística de aprovisionamiento abarca las compras, la gestión de proveedores, almacenamiento y gestión de inventarios, todo esto con el fin de que contar y mantener los materiales, materias primas, productos correctos, en las cantidades correctas, en el tiempo correcto y con el mínimo costo.

TABLA 03; CONOCIMIENTO DE LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Si, muy bien	2	13%	13%	3	19%	19%
más o menos	2	13%	26%	3	19%	38%
Regularmente	3	20%	46%	4	25%	63%
ni tan bien	5	34%	80%	4	25%	88%
no sé nada	3	20%	100%	2	12%	100%
TOTAL	15	100%		16	100%	

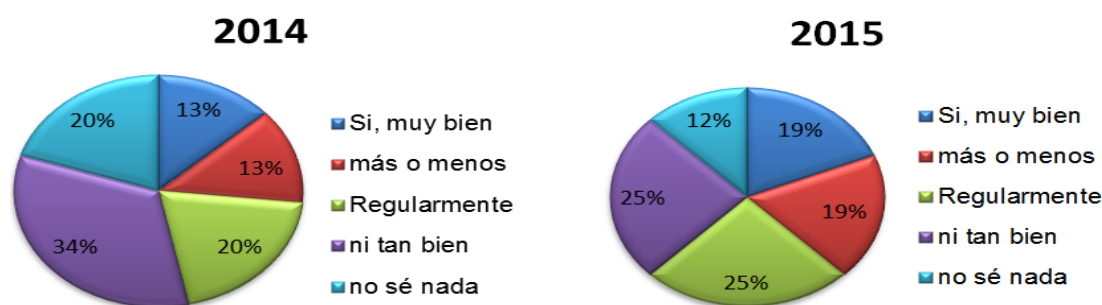
Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de conocimiento de logística de aprovisionamiento el 13%(02 socios) manifiestan conocer si muy bien; por otro lado, el 13%(02 socios) indican más o menos; 20%(03 socios) manifiestan regularmente; así mismo el 34%(05 socios) manifiestan ni tan bien y el 20% (03 socios) indican no conocer nada.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de conocimiento de la logística el 19%(de 03 socios) ya conocen muy bien y por otro lado se ve reducida el desconocimiento de la logística de aprovisionamiento al 13%(02 socios),

FIGURA 04; CONOCIMIENTO DE LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTO



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015 Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 54%(08 socios) manifiestan tener desconocimiento de la logística de aprovisionamiento;

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido esta dificultad; por otro lado, se aprecia que el 38% ya conocen bien el proceso logístico de aprovisionamiento.

TABLA 4; MANEJO DE LA DISTRIBUCION DE PRODUCTO QUINUA EN LA COOPERATIVA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	2	13%	20%	3	20%	20%
Probablemente si	2	13%	33%	3	20%	40%
No estoy seguro	4	27%	60%	4	27%	67%
Probablemente no	5	33%	93%	4	27%	93%
Definitivamente no	2	13%	0%	1	7%	0%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015

Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de manejo de distribución de productos de quinua el 13%(02 socios) manifiestan conocer el manejo de la distribución; 13%(02 socios) indican probablemente sí; por otro lado, el 27%(04 socios) no están seguros; 33%(05 socios) manifiestan probablemente no; así mismo el 13%(02 socios) mencionaron definitivamente no.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de manejo de distribución de productos quinua el 20%(de 03 socios) ya realizan bien la distribución de sus productos, y hubo reducción de 07%(01 socio) que aún no realiza bien el manejo de distribución del producto

FIGURA 05; MANEJO DE DISTRIBUCION DE PRODUCTO QUINUA EN LA COOPERTAIVA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 47%(07 socios) manifiestan tener dificultades en el manejo de la distribución; 27%(04 socios) no están seguros.

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido esta dificultad; por otro lado, se aprecia de los que no están seguros se mantienen.

TABLA 5; INVENTARIADO DE COSECHA DE LA QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	3	20%	20%	3	20%	20%
Probablemente si	3	20%	40%	4	27%	47%
No estoy seguro	3	20%	60%	4	27%	73%
Probablemente no	4	27%	87%	3	20%	93%
Definitivamente no	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador del inventariado de la cosecha el 20%(03 socios) definitivamente si realizan; 20%(03 socios) indican probablemente sí; por otro lado, el 20%(03 socios) mencionan no estar seguros; así mismo el 27%(04 socios) manifiestan probablemente no y el 13%(02 socios) que definitivamente no lo realizan el inventariado.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de realización de inventariado 27%(04 socios) mencionan probablemente sí y por otro lado se ve reducida en 7% (01 socio) en no poner en práctica el inventariado.

FIGURA 06; INVENTARIO DE COSECHA DE LA QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 40%(06 socios) manifiestan en que no lo realizan el inventariado de la cosecha de quinua; y el 20% no están seguros en lo ponen en práctica el inventariado.

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido esta dificultad; por otro lado, se aprecia que el 47% si lo hacen el inventariado.

TABLA 06; ADQUISICION DE MATERIA PRIMA DE LA QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Mercado local	6	40%	40%	5	33%	33%
Mercado regional	9	60%	100%	10	67%	100%
Mercado nacional	0	0%	0%	0	0%	0%
Mercado internacional	0	0%	0%	0	0%	0%
Otros	0	0%	0%	0	0%	0%
TOTAL	15	100%		15	100%	

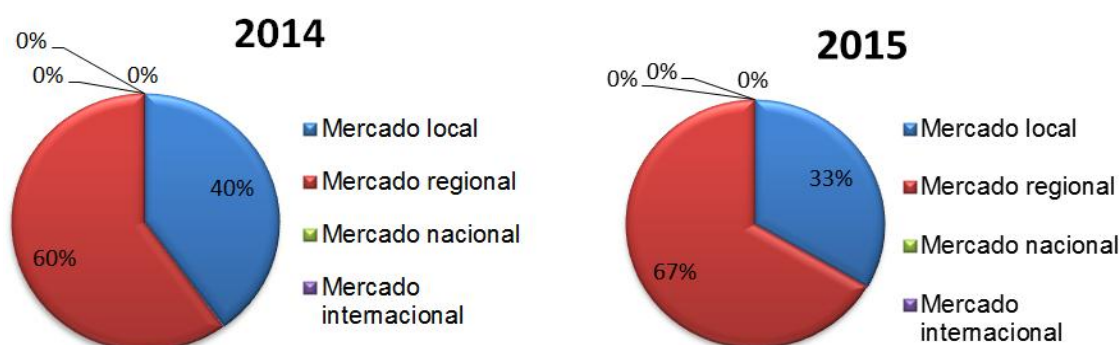
Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de la materia prima el 40%(06 socios) adquieren la materia prima del manifiestan conocer si muy bien; por otro lado, el 13%(02 socios) indican más o menos; 20%(03 socios) manifiestan regularmente; así mismo el 34%(05 socios) manifiestan ni tan bien y el 20% (03 socios) indican no conocer nada.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de adquisición de la materia el 67% de las asociaciones optan por el mercado regional.

FIGURA 07; ADQUISICION DE MATERIA PRIMA QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015 Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 60%(09 socios) manifiestan en la compra de materia prima del mercado regional y el 40% optan por el mercado local.

Sin embargo, en el año 2015 se ve en aumento la compra de materia prima del mercado regional.

TABLA 07; ALMACEN DE LA COOPERATIVA Y ASOCIACIONES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	3	20%	27%	4	27%	27%
Probablemente si	3	20%	47%	4	27%	53%
No estoy seguro	4	27%	74%	3	20%	73%
Probablemente no	3	20%	94%	3	20%	93%
Definitivamente no	2	13%	0%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%	100%	15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-2015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de almacén de las asociaciones de la cooperativa el 20%(03 socios) manifiestan tener definitivamente buena infraestructura; 20%(03 socios) indican probablemente sí; por otro lado el 27%(04 socios) indican no estar seguros si es bueno o no la infraestructura que ellos poseen; así mismo el 20%(03 socios) manifiestan probablemente no y el 13%(02 socios) indican definitivamente no tiene un buen almacenamiento.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de almacenes el 27%(04 socios) manifiestan

definitivamente si y por otro lado se ve reducida la desconformidad de las instalaciones al 07%(01 socio). Se aprecia que la cooperativa aun no alcanza tener una infraestructura moderna para almacenar sus productos al respecto de la mantención de temperaturas y otros.

FIGURA 08; ALMACEN DE LA COOPERATIVA Y ASOCIACIONES



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 33%(08 socios) manifiestan no tener buena infraestructura de almacén que mantengan la temperatura y el 27%(04 socios) indican no estar seguros de sus almacenes.

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido esta de no tener buen almacenaje; por otro lado, se aprecia que el 27% ya están conformes con la infraestructura.

TABLA 08; MANEJO DE LA POS COSECHA DE LA PRODUCCION DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Sumamente satisfecho	3	20%	20%	3	20%	20%
Más bien satisfecho	2	13%	33%	3	20%	40%
Ni insatisfecho ni satisfecho	4	27%	60%	5	33%	73%
Más bien no satisfecho	4	27%	87%	3	20%	93%
Sumamente no satisfecho	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

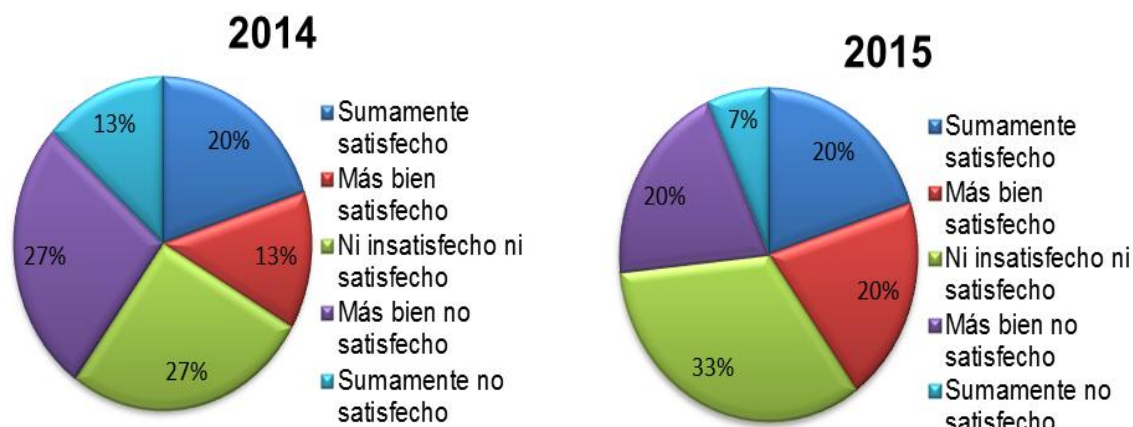
Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador del manejo del pos cosecha de la quinua el 20%(03 socios) manifiestan estar sumamente satisfecho; 13%(02 socios) indican más bien satisfecho; por otro lado, el 27%(04socios) manifiestan en estar más bien no satisfecho y el 13%(02 socios) indican estar sumamente no satisfechos.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de insatisfacción de 7% (01 socio) y por otro lado se ve en aumento el 20%(03 socios) de satisfacción de que poseen tener buen manejo de pos cosecha.

Se aprecia que la cooperativa aun no totaliza un buen porcentaje al respecto pos-cosecha de las asociaciones vinculadas.

FIGURA 09; MANEJO DE LA POS COSECHA DE LA PRODUCCION DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa Agroindustrial Cabana, 2014-2015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 40%(08 socios) manifiestan tener desconocimiento de buen manejo del pos cosecha de quinua y el 20%(03 socios) están indecisos en ni satisfecho ni insatisfecho.

Sin embargo, en el año 2015 hubo variación en indecisos de 33% se reflejó en disminución de no estar satisfechos.

TABLA 09; EQUIPOS Y MAQUINARIAS DURANTE LA ACTIVIDAD DE LA PRODUCCION HASTA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Sumamente satisfecho	3	20%	20%	4	27%	27%
Más bien satisfecho	4	27%	47%	4	27%	53%
Ni insatisfecho ni satisfecho	3	20%	67%	4	27%	80%
Más bien no satisfecho	3	20%	87%	2	13%	93%
Sumamente no satisfecho	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de equipos y maquinarias el 20%(03 socios) están sumamente satisfechos; 27%(04 socios) indican estar más bien satisfecho; por otro lado, el 20%(03 socios) mencionan estar ni insatisfecho ni satisfecho; así mismo el 20%(03 socios) indican estar no satisfecho y el 13%(02 socios) mencionan sumamente estar no satisfechos

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto equipos y maquinarias de 27% están sumamente satisfechos y por otro lado se ve reducida la insatisfacción de 7% (01 socio).

Se aprecia que la cooperativa aun no emplea tener buen desarrollo de proveedores en implementar maquinarias y equipos de trabajos para las asociaciones.

FIGURA 10; EQUIPOS Y MAQUINARIAS DURANTE LA ACTIVIDAD DE LA PRODUCCION HASTA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 33%(05 socios) manifiestan tener su insatisfacción de uso de equipos y maquinarias,

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido la insatisfacción; por otro lado, se aprecia que el 27% están indecisos; y el resto se mantiene con el periodo anterior.

5.1.2.1. De la determinar de los indicadores de la variable logística de aprovisionamiento.

De los cuadros anteriores inferimos que en el año 2014 se tiene que el 54%(08 socios) manifiestan tener desconocimiento de la logística de aprovisionamiento; Sin embargo en el año 2015 se ve reducido esta dificultad; por otro lado en el cuadro N° 4 que el 47%(07 socios) manifiestan tener dificultades en el manejo de la distribución; 27%(04 socios) no están seguros; así mismo en el Cuadro N° 05 el 40%(06 socios) manifiestan en que no lo realizan el inventariado de la cosecha de quinua; y el 20% no están seguros en lo que ponen en práctica el inventariado; en lo que respecta a la infraestructura o almacén mostrada en el cuadro N° 07 el 33%(08 socios) manifiestan no tener buena infraestructura de almacén que mantengan la temperatura y el 27%(04 socios) indican no estar seguros de sus almacenes; Sin embargo en el año 2015 se ve reducido esta de no tener buen almacenaje; por otro lado se aprecia que el 27% ya están conformes con la infraestructura; cuadro N° 08 se tiene que el 40%(08 socios) manifiestan tener desconocimiento de buen manejo de la pos cosecha de quinua y el 20%(03 socios) están indecisos en ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente en este variable respecto a equipos y maquinarias según cuadro N° 09 el 33%(05 socios) manifiestan tener su insatisfacción de uso de equipos y maquinarias.

5.2. De la determinación de las características de la comercialización de quinua en la cooperativa Agroindustrial – Cabana Periodo 2014-2015.

TABLA 10; IMPORTANCIA DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	7	46%	46%	7	46%	46%
Probablemente si	6	40%	86%	7	47%	93%
No estoy seguro	1	7%	93%	1	7%	100%
Probablemente no	1	7%	100%	0	0%	0%
Definitivamente no	0	0%	0	0	0%	0%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015

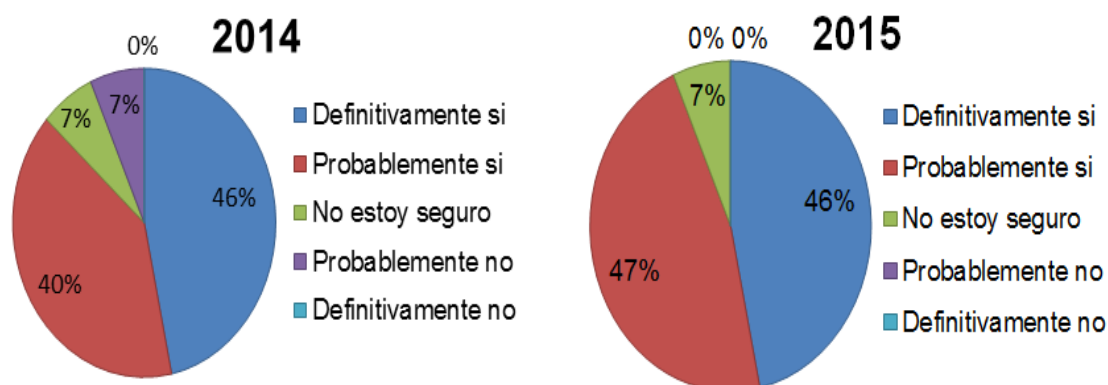
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de la importancia de la calidad de quinua para comercializar y consumo el 46%(07 socios) indican definitivamente que sí; 40%(06 socios) manifiestan probablemente sí; por otro lado, el 07%(01 socios) indican no estar seguros y el 7%(01 socio) dice probablemente no.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; no hubo muchas variaciones al respecto de importancia de la quinua y por otro lado se ve reducida la inoperancia del 7% al 0% respecto al periodo anterior.

FIGURA 11; IMPORTANCIA CALIDAD DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015 Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 46%(07 socios) manifiestan tener en considerar la de mucha importancia la calidad de producción de quinua; y por otro lado el 7%(01 socio) considera la importante de calidad de producto.

Sin embargo, en el año 2015 se mantiene esa importancia de calidad de producto que lo consideran los socios de la cooperativa. Para el producto quinua.

TABLA 11; VOLUMEN DE LA PRODUCCION DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Sumamente satisfecho	2	13%	13%	2	13%	13%
Más bien satisfecho	5	33%	47%	5	33%	47%
Ni insatisfecho ni satisfecho	4	27%	73%	4	27%	73%
Más bien no satisfecho	2	13%	87%	3	20%	93%
Sumamente no satisfecho	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015 Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador volumen de la producción de la quinua el 13%(02 socios) manifiestan estar sumamente satisfecho; 33%(05 socios) indican estar más bien satisfecho; por otro lado el 27%(04 socios) indican ni insatisfecho ni; así mismo el 13%(02 socios) manifiestan no estar satisfecho y el 13%(02 socios) indican estar sumamente no satisfecho de la cantidad de producción de quinua.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; no hubo variaciones al respecto de satisfacción de volumen de producción de quinua y por otro lado se ve reducida la insatisfacción de 7% (01 socios).

FIGURA 12; VOLUMEN DE LA PRODUCCION DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 26%(04 socios) manifiestan no estar satisfecho en el volumen de producción de quinua por periodo; el 27% (04 socios) indicaron estar ni satisfecho ni insatisfechos.

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido la insatisfacción al 7%; por otro lado, se aprecia que el 13% se mantiene la satisfacción total de los productores

TABLA 12; RENDIMIENTO DE CULTIVO DE QUINUA PARA COMERCIALIZAR

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	2	13%	13%	2	13%	13%
Probablemente si	3	20%	33%	3	20%	33%
No estoy seguro	4	27%	60%	5	34%	67%
Probablemente no	3	20%	0%	3	20%	87%
Definitivamente no	3	20%	0%	2	13%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

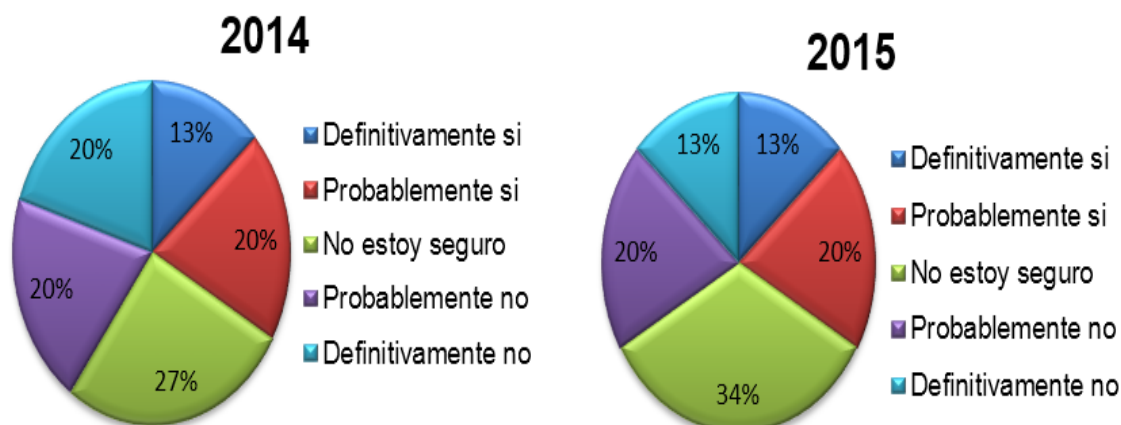
Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador rendimiento de cultivo de quinua para comercializar el 13%(02 socios) indican definitivamente que sí; 20%(03 socios) mencionaron probablemente sí; por otro lado, el 27%(04 socios) manifiestan estar no seguro; así mismo el 20%(03 socios) indicaron probablemente no y el 20% (03 socios) destacan en decir definitivamente no.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; no hubo variaciones al respecto de rendimiento de cultivo de la quinua por lo tanto indican estar conformes y por otro lado se ve reducida la desconformidad del socio al 13%(02 socios).

FIGURA 13; RENDIMIENTO DE CULTIVO DE QUINUA PARA COMERCIALIZAR



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 40%(06 socios) manifiestan estar descontentos con el rendimiento de cultivo de la quinua y el 27% (04 socios) no están seguros.

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducida la desconfianza del socio; por otro lado, se aprecia que el 34% (05 socios) no están seguros por lo que en este periodo aumento la inseguridad.

TABLA 13; DEMANDA DE MERCADO DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	3	20%	20%	3	20%	20%
Probablemente si	2	13%	33%	3	20%	40%
No estoy seguro	5	33%	67%	5	33%	73%
Probablemente no	3	20%	87%	3	20%	93%
Definitivamente no	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

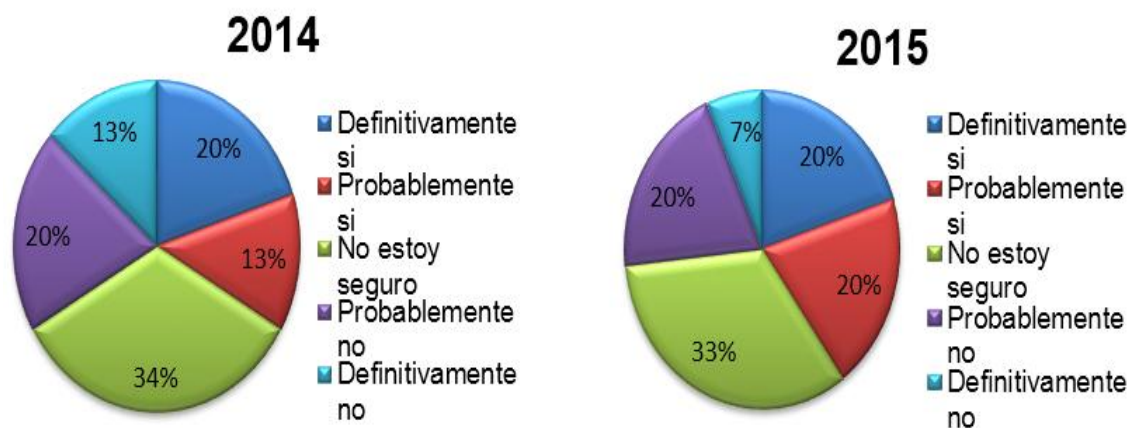
Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de la demanda de mercado el 20%(03 socios) mencionan que si satisfacen o abastecen la demanda de mercado de quinua; 13%(02 socios) consideran que probablemente sí; por otro lado, el 33%(02 socios) indican no estar seguros en satisfacer el mercado: así mismo el 20%(03 socios) manifiestan que probablemente no satisfacen al mercado y el 13% indican que definitivamente no cubre la demanda de mercado

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto a la demanda el 20%(03 socios) indicaron probablemente sí; y por otro lado se ve reducida la inseguridad de satisfacer a la demanda de mercado al 7% (01 socio).

FIGURA 14 ; DEMANDA DE MERCADO DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 33%(08 socios) manifiestan en que no abastecen al mercado demanda de quinua y el 34% estas no están seguro.

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido esta inseguridad de cubrir las expectativas de mercado demandado del consumo de quinua.

TABLA 14; COSTOS PARA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	3	20%	20%	4	27%	27%
Probablemente si	3	20%	40%	5	33%	60%
No estoy seguro	4	27%	67%	3	20%	80%
Probablemente no	3	20%	87%	2	13%	93%
Definitivamente no	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

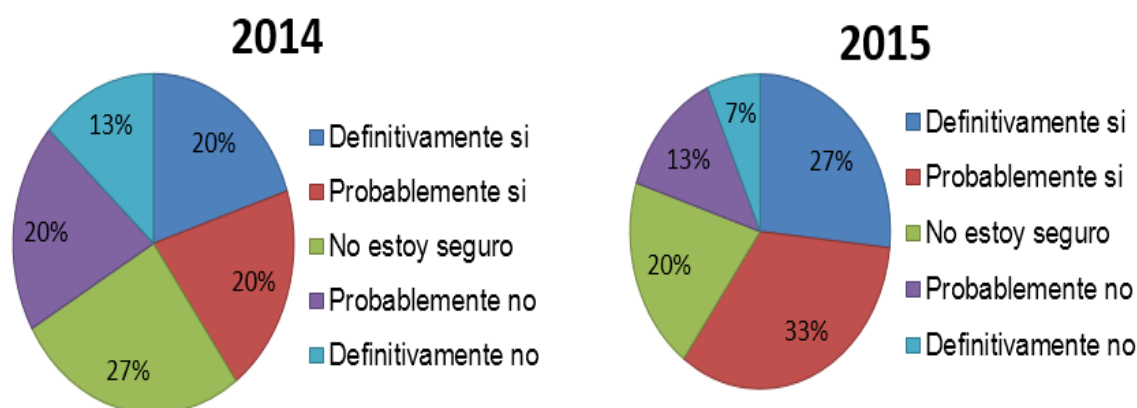
Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015 Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de costo de la producción de quinua el 20%(03 socios) manifiestan que definitivamente es mucho costoso para realizar la producción de quinua; 20%(03 socios) indican probablemente sí; por otro lado, el 27%(04 socios) indican no estar seguros; así mismo el 20%(03 socios) manifiestan probablemente no y el 13% indican que definitivamente no genera mucho costo esta producción

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones respecto a costo de producción el 27%(04 socios) consideran que es muy costoso y demanda inversión esta actividad.

FIGURA 15; COSTOS PARA LA COMERCIALIZACION DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 40%(06 socios) manifiestan que es muy costoso la producción de quinua para comercializar y el 27%(04 socios) manifiestan no estar seguros; 33% consideran que no.

Sin embargo, en el año 2015 se ve la variación en que el 27% consideran que definitivamente si genera mucha inversión.

TABLA 15; INGRESOS ECONOMICOS DE LA PRODUCCION DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	3	20%	20%	4	27%	27%
Probablemente si	3	20%	40%	3	20%	47%
No estoy seguro	4	27%	67%	4	27%	73%
Probablemente no	3	20%	87%	3	20%	93%
Definitivamente no	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de ingresos de la producción de quinua el 20%(03 socios) manifiestan que definitivamente si hay ingresos por la actividad de quinua durante el comercio; 20%(03 socios) consideran en decir probablemente sí; por otro lado, el 27%(04 socios) indican n estar seguros; así mismo el 20%(03 socios) manifiestan probablemente no y el 13% (02 socios) consideran en decir definidamente.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de ingresos que se genera por la producción de quinua durante el comercio el 27%(04 socios) consideran definitivamente que sí; y por otro lado se ve reducida la insatisfacción de los ingresos.

FIGURA 16, INGRESOS ECONOMICOS DE LA PRODUCCION DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 33%(08 socios) manifiestan no estar contentos con ingresos económicos de la producción de quinua y el 27%(04 socios) no están seguros si realmente obtiene ingresos netos.

Sin embargo, en el año 2015 se ve en aumento los ingresos percibidos y por otro lado se aprecia que sigue manteniéndose la inseguridad,

TABLA 16; IMPORTANCIA DE TRANSFORMACION DE QUINUA ORGANICA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	4	27%	27%	4	27%	27%
Probablemente si	3	20%	47%	3	20%	47%
No estoy seguro	4	27%	73%	4	27%	73%
Probablemente no	2	13%	87%	2	13%	87%
Definitivamente no	2	13%	100%	2	13%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015 Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de la importación de transformación del producto de quinua orgánica a perlada el 27%(04 socios) indican que si es importante la quinua perlada; 20%(3 socios) mencionan probablemente sí; por otro lado, el 27%(04 socios) no están seguros; así mismo el 13%(02 socios) indican probablemente no y el 13%(02 socios) mencionan definitivamente no.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; no hubo variaciones al respecto de la importancia de la transformación de quinua.

FIGURA 17; IMPORTANCIA DE TRANSFORMACION DE QUINUA ORGANICA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 26%(08 socios) manifiestan no estar acuerdo con la transformación de la quinua orgánica y el 27% no están seguros.

Sin embargo, en el año 2015 tampoco hubo variaciones al respecto de las encuestas del periodo anterior

TABLA 17; IMPORTANCIA DE STOCK DE MATERIA PRIMA DE QUINUA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	6	40%	40%	6	40%	40%
Probablemente si	5	33%	73%	6	40%	80%
No estoy seguro	3	20%	93%	2	13%	93%
Probablemente no	1	7%	100%	1	7%	100%
Definitivamente no	0	0%	0%	0	0%	0%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de la importancia de stock de materia de quinua el 40%(06 socios) manifiestan que definitivamente que es importante; 33%(05 socios) indican probablemente sí; por otro lado, el 20%(03 socios) no están seguros y el 7%(01 socio) manifiestan probablemente no.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de importancia de stock de materia el 13%(02 socios) reducido en no estar seguros.

FIGURA 18; IMPORTANCIA DE STOCK DE MATERIA PRIMA DE QUINUA



Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Análisis.

Para el año 2014 se tiene que el 40%(06 socios) manifiestan que si es importante mantener el stock de materia prima de quinua y el 27% están indecisos de no estar seguros de su importancia.

Sin embargo, en el año 2015 se ve reducido esta dificultad de los inseguros a 20%; por otro lado, se aprecia que el 73% mencionan que si es importante mantener stock para comercializar para demanda del mercado.

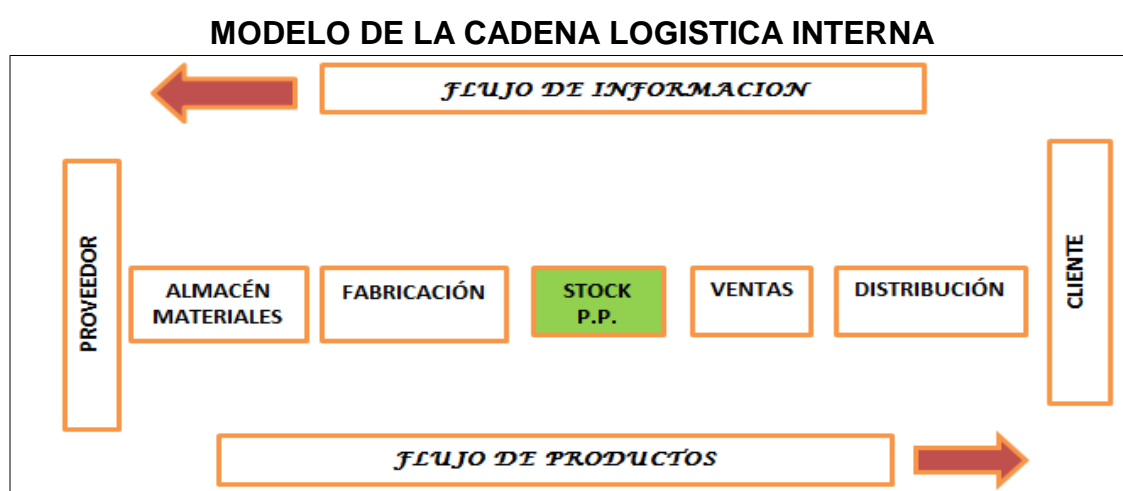
Análisis de los indicadores de la variable de características de comercialización

De los cuadros anteriores inferimos que el año 2014 se tiene que el 46%(07 socios) manifiestan tener en considerar la de mucha importancia la calidad de producción de quinua; y por otro lado el 7%(01 socio) considera importante de calidad de producto; por otro lado en el cuadro N° 11 se tiene que el 26%(04 socios) manifiestan no estar satisfecho en el volumen de producción de quinua por periodo; el 27% (04 socios) indicaron estar ni satisfecho ni insatisfechos; así mismo respecto rendimiento de cultivo de la quinua según Cuadro N° el 40%(06 socios) manifiestan estar desconformes con él y el 27% (04 socios) no están seguros; en lo que respecta a la demanda de mercado en el cuadro N°13 el 33%(08 socios) manifiestan en que no abastecen al mercado demanda y el 34% esta no están seguro; por otro lado los costos de producción de quinua mostrada en el cuadro N° 14 el 40%(06 socios) manifiestan que es muy costoso la producción de quinua para comercializar y el 27%(04 socios) manifiestan no estar seguros; 33% consideran que no; según cuadro N° 15 el 33%(08 socios) manifiestan no estar contentos con ingresos económicos de la producción de quinua y el 27%(04 socios) no están seguros si realmente obtiene ingresos netos; así mismo respecto a la importancia de transformación de quinua para comercializar en el cuadro N° 16 el 26%(08 socios) manifiestan no estar acuerdo con la transformación de la quinua orgánica y el 27% no están seguros y finalmente en esta variable se considera la importancia de Stock

para comercializar mostrada en el cuadro N° 17 el 40%(06 socios) manifiestan que si es importante mantener el stock de materia prima de quinua y el 27% están indecisos de no estar seguros de su importancia.

5. 3.3. Proponer y recomendar acciones correctivas que ayuden a mejorar la implementación del buen manejo de la logística de aprovisionamiento en la Cooperativa Agroindustrial-Cabana.

Grafica N° 01



Fuente: Cadena Logística (juan tejero) 2007-pag.24

Características de la cadena logística.

Como se puede observar en el grafico anterior, el flujo de materiales va desde la fuente de aprovisionamiento (proveedor), hasta el punto de venta (cliente), mientras que la información necesaria para generar el referido de flujo de materiales va en sentido contrario , o sea desde el mercado hasta la fuente de suministro , lo que implica un efecto (retardo) que hay que tener en cuenta a efectos de diseño e integración de sistema de información.

- Flujo de información para generar stock
- Flujo de información para consumir stock

Los ciclos logísticos: en cadena la cadena logística interna cabe distinguir tres ciclos logísticos, cuyo contenido e importancia a efectos de análisis conviene destacar

- Ciclo de aprovisionamiento
- Ciclo de fabricación
- Ciclo de almacenamiento y distribución física

Ciclo de aprovisionamiento: corresponde al proceso relacionado con el abastecimiento de materiales y componentes para ponerlos a disposición de los diferentes procesos productivos en las fábricas o talleres.

La gestión de este ciclo, implica empleo de un tiempo (lead-time de aprovisionamiento), compuesto por periodos de revisión de stock, tramitación burocrática de pedidos, gestión de compras, plazo de entrega de los productos y procesos de recepción y control de calidad, hasta que el material queda almacenado para su consumo o utilización.

Los conceptos relacionados con el tamaño de lote de compra, flujos tensos, (***just in time***) de aprovisionamiento para conseguir simultáneamente menores inversiones en materiales y mayor flexibilidad industrial.

El ciclo de producción: empieza con el lanzamiento de órdenes.

Respuesta rápida. Una compañía necesita tener la capacidad para reaccionar rápidamente a los cambios y a los avances. La capacidad de proveer al cliente con lo que necesita es la clave para asegurar compras.

Desviaciones mínimas. El desempeño debe ser consistente, por ejemplo, los tiempos de entrega.

Inventario mínimo. El inventario es muy caro y debe mantenerse un mínimo.

Consolidación de movimientos. El costo de transporte puede reducirse si se consolidan los pequeños envíos en uno grande y con menos frecuencia, como se verá más adelante, esto no es tan fácil.

Calidad. No solo los productos deben ser de la más alta calidad, los servicios de logística también deben cumplir con estándares de calidad.

Soporte del ciclo de vida. Abarca la necesidad no solo de entrega el producto, sino también manejar las devoluciones del mismo. Estas devoluciones pueden ser por que el producto esta defectuoso, o para reciclar el mismo producto y sus materiales de empaque.

5. 3.3.2. IMPLEMENTACIÓN DE LA LOGÍSTICA APROVICIONAMIENTO DE CALIDAD PARA LA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL-CABANA.

	Actividad de interfaz de la logística de producción	Actividades muestra de la logística	Actividades de interfaz de la logística de marketing	Actividades muestra del marketing
Producción/operaciones muestra de actividades				
Control de calidad	Programación del producto	Transporte	Estándares de servicio al cliente	Promoción
Programación detallada de producción	Localización de la planta	Inventarios	Fijación de precios	Investigación de mercados
Mantenimiento de equipo	Compras	Procesamiento de pedidos	Embalaje	Mezcla de producto
Planeación la capacidad		Manejo de materiales	Manejo de materiales	Dirección de la fuerza de ventas

Fuente: Ballou (2004) pag. 12-13.

La parte del suministro se concentra en cómo, dónde y cuándo se consiguen y suministran las materias primas,

FABRICACIÓN

En esta etapa se convierten estas materias primas en productos terminados.

DISTRIBUCIÓN

Se asegura de que dichos productos finales llegan al consumidor a través de una red de distribuidores, almacenes y comercios minoristas. Se dice que la cadena comienza con los proveedores de tus proveedores y finaliza con los clientes de tus clientes.

FUNCIONES DE LA CADENA DE SUMINISTRO (O ABASTO) INTERNA.

Según(Chopra, 2006) las funciones que componen la Cadena de Suministro interna a una empresa de manufactura son:

Conectar la necesidad del cliente con la operación interna de la compañía. Los sistemas transaccionales permiten que la organización visualice los compromisos derivados de las órdenes procesadas, pero en términos simples,

Administración de la Demanda, se encarga de programar la producción interna y, como consecuencia, dispara la actividad de Abastecimiento de insumos.

Abastecimiento (ABA),

La sincronización es muy importante en estas cadenas para que no se produzca desperdicio, medido como inventario, tiempo o falla de servicio al cliente.

Ayuda contar con una buena predicción de la demanda para no provocar sobrantes ni faltantes de productos terminados

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Habiendo concluido en el proceso de análisis de información de acuerdo a la metodología de investigación es necesario efectuar la contratación de la hipótesis.

1. contrastación de la hipótesis específica 1ª

“la logística de aprovisionamiento es inadecuado en la cooperativa agroindustrial –Cabana, Periodo 2014-2015”

Se puede entender lo siguiente conocimiento de la logística de aprovisionamiento, donde se muestra en el cuadro N° 03 el 53% no tienen conocimiento sobre el manejo de buena logística de aprovisionamiento, Así mismo sobre el manejo de la distribución de la quinua tanto en nivel de aprovisionamiento y comercio, en el cuadro N°04, infiere el 47% manifiestan tener dificultades en el manejo de la distribución; 27%(04 socios) no están seguros; por otro lado respecto a inventariado de la cosecha de quinua mostrada en el cuadro N° 05 el 40%(06 socios) manifiestan en que no lo realizan el inventariado de la cosecha de quinua; y el 20% no están seguros; Al respecto de almacén del producto de quinua se muestra en el cuadro N° 07, inferimos que el 33 % indica probablemente no y definitivamente no, el 27% no está seguro.

SI SE ACEPTA LA HIPÓTESIS ESPECIFICA 01 PLANTEADA.

2. contrastación de la hipótesis específica

“Las características de la comercialización de quinua es deficiente en la cooperativa Agroindustrial- Cabana, Periodo 2014-2015”

Se puede entender lo siguiente de las características de la comercialización, donde se muestra en el cuadro N° 10° el 46%(07 socios) manifiestan tener en considerar la de mucha importancia la calidad de producción de quinua; así mismo en el cuadro N°13 el 33%(08 socios) manifiestan en que no abastecen al mercado demanda y el 34% estas no están seguro; en el cuadro N° 14 el 40%(06 socios) manifiestan que es muy costoso la producción de quinua para comercializar y el 27%(04 socios) manifiestan no estar seguros y el cuadro N° 17 el 40%(06 socios) manifiestan que si es importante mantener el stock de materia prima de quinua y el 27% están indecisos de no estar seguros de su importancia.

SI SE LA HIPÓTESIS ESPECIFICA 02 PLANTEADA.

HIPÓTESIS GENERAL

“Si la logística de aprovisionamiento es inadecuada, entonces influye de manera negativa en la comercialización de quinua en la Cooperativa Agroindustrial – Cabana periodo 2014-2015”

Luego de análisis realizado de los variables.

Por lo tanto, a hipótesis específica 01 y la hipótesis específica 02 aceptan a la hipótesis general.

CONCLUSIONES

Luego del análisis y discusión de la información recopilada de investigación efectuada se llegó a las siguientes conclusiones.

1. Según la primera variable de la investigación se llegó a la siguiente conclusión; el 54%(08 socios) manifiestan tener desconocimiento de la logística de aprovisionamiento; por otro lado en el cuadro N° 4 que el 47%(07 socios) manifiestan tener dificultades en el manejo de la distribución; 27%(04 socios) no están seguros; así mismo en el Cuadro N° 05 el 40%(06 socios) manifiestan en que no lo realizan el inventariado de la cosecha de quinua; y el 20% no están seguros en lo que ponen en práctica el inventariado; en lo que respecta a la infraestructura o almacén mostrada en el cuadro N° 07 el 33%(08 socios) manifiestan no tener buena infraestructura de almacén que mantengan la temperatura y el 27%(04 socios) indican no estar seguros de sus almacenes; en el cuadro N° 08 se tiene que el 40%(08 socios) manifiestan tener desconocimiento de buen manejo de la pos cosecha de quinua y el 20%(03 socios) están indecisos en ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente en este variable respecto a equipos y maquinarias según cuadro N° 09 el 33%(05 socios) manifiestan tener su insatisfacción de uso de equipos y maquinarias.
2. Como la segunda variable se concluyó que las características de la comercialización de quinua en la cooperativa Agroindustrial – Cabana Periodo 2014-2015. Durante el comercio de productos agroindustrias

se tiene que el 46%(07 socios) manifiestan tener en considerar la de mucha importancia la calidad de producción de quinua; y por otro lado en el cuadro N° 11 se tiene que el 26%(04 socios) manifiestan no estar satisfecho en el volumen de producción de quinua por periodo; el 27% (04 socios) indicaron estar ni satisfecho ni insatisfechos; así mismo respecto rendimiento de cultivo de la quinua según Cuadro N° el 40%(06 socios) manifiestan estar desconformes con él y el 27% (04 socios) no están seguros; en lo que respecta a la demanda de mercado en el cuadro N°13 el 33%(08 socios) manifiestan en que no abastecen al mercado demanda y el 34% esta no están seguro; por otro lado los costos de producción de quinua mostrada en el cuadro N° 14 el 40%(06 socios) manifiestan que es muy costoso la producción de quinua para comercializar y el 27%(04 socios) manifiestan no estar seguros; 33% consideran que no; según cuadro N° 15 el 33%(08 socios) manifiestan no estar contentos con ingresos económicos de la producción de quinua y el 27%(04 socios) no están seguros si realmente obtiene ingresos netos; así mismo respecto a la importancia de transformación de quinua para comercializar en el cuadro N° 16 el 26%(08 socios) manifiestan no estar acuerdo con la transformación de la quinua orgánica y el 27% no están seguros y finalmente en esta variable se considera la importancia de Stock para comercializar mostrada en el cuadro N° 17 el 40%(06 socios) manifiestan que si es importante mantener el stock de materia prima de quinua y el 27% están indecisos de no estar seguros de su importancia.

3. Finalmente, el tercer objetivo es Proponer y recomendar acciones correctivas que ayuden a mejorar la implementación del buen manejo de la logística de aprovisionamiento en la Cooperativa agroindustrial-Cabana. Esto con la implementación de la cadena logística de proveedor hasta el consumidor final, esto ayudara a mejorar en el rendimiento de la producción de quinua y buena administración de todos sus recursos que disponen.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al gerente y socios de la cooperativa mejorar en las capacitaciones todo el manejo de proceso logístico de aprovisionamiento, en los siguientes temas ; conocer la logística, manejo de la distribución ; realizar el inventariado; manejo de pos cosecha, almacenamiento y conocimiento de buen uso de equipos y maquinarias, con el propósito de lograr que el cultivo de quinua sea sostenible , rentable e competitivo haciendo usos racional de factores productivos y recursos naturales preservando el medio ambiente con el fin de obtener buenos resultados en la producción de quinua se emplee mayor consistencia del tema de logística, en cadenas de suministros de insumos y materiales principalmente en la parte de los productores que están en constante contacto del tema sembrío, cosecha y aprovisionamiento. Se realice una especie de capacitaciones netamente de todo proceso logístico para así tener más aun buenos proveedores de quinua orgánica y a su vez disminuyendo los costos.
2. Se recomienda a los trabajadores, socios de la cooperativa Agroindustrial – Cabana con la finalidad de mejorar la comercialización de quinua en los siguientes aspectos rendimiento de cultivo; disminución de costos, empaquetamiento; proveer el stock de la materia; cuidar la demanda de mercado con la importancia de calidad de producto que se ofrecen, Para obtener mejores resultados con respecto

al estudio de toda la comercialización, es importante considerar realizar una evaluación de calidad de producción de quinua en cada periodo de sembrío y cosecha mejorar y transformación de dicho producto. Para así tener mejores ingresos económicos.

3. Se recomienda tomar en cuenta la propuesta presentada. Del modelo de la logística de aprovisionamiento de la logística donde se deben de implementar lineamientos en pos de mejora de la producción, reducir costos y mejorar la comercialización de quinua. La cooperativa debe considerar que el proceso logístico es muy importante para las asociaciones que conforman. Por lo cual se debe de realizar un programa de capacitación hacia los productores para así tener estándar de calidad de quinua y reducción de cotos. Así mismo recomendar que cada proceso de logística tiene la importancia para seguir en la producción y hasta consumo final es decir hasta comercialización.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdón, A. (2003). Tesis para optar el título profesional de Mg. Scientiae En Economía Agrícola “Universidad Nacional Agraria la Molina” Lima –Perú. “*Análisis de ventajas competitivas de quinua (Chenopodium quinoa willd) peruana para exportación (Puno)*”. Lima-Peru, peru.
- Alderson. (1954). logística comercial y de la gestión de cadena de suministro. En F. J. Martínez-López, *Distribución Comercial* (pág. 747). MADRID: Delta- Publicaciones.
- Ballou, R. H. ((1999)). “*Business Logistics Management*”. (Nueva Jersey, EE.UU.): Prentice-Hall International, Inc.. ISBN 0-13-081262-5.: Cuarta edición edición, Upper Saddle River.
- Berry, T. (1992). *Cómo Gerenciar la Transformación hacia la Calidad Total*. Editorial Mc Graw Hill de Management.
- Chopra, S. y. (2006). “*Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*”. 3rd. Edition, Prentice Hall, 2006. ISBN: 0-13-173042-8.
- Closs, D. B. (2006). Meta Logística. En D. Long, *Logística internacional(administración de la cadena de abastecimiento global)* (pág. 474). Mexico: Limusa.
- Colin. (1983). logística comercial y gestión de la cadena de suministro. En F. J. López, *Distribución Comercial* (pág. 747). Madrid: Deltas - Publicaciones.
- Cruz, J. A. (2006). “*desarrollo, optimización y estudio de factibilidad técnico económica de productos a base de quinua (Chenopodium quinoa willd)*”. Santiago-chile.
- Díaz de Castro, E. (1997). *Distribución Comercial, Segunda Edición, 1ª impresión*. Madrid - España: Editorial McGraw-Hill - España,.
- Feigenbaum, A. V. ((1994)). “*Control Total de la Calidad*”. México, Pp.7-12, 119-121: 3ra Edición, Compañía Editorial Continental, SA de CV.
- Gómez, A. (2001). *Logística Moderna*.
- Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- HIDALGO, L. Y. (setiembre de 2002). estrategia competitiva. *influencia de logística de distribución en cadenas de suministro*.

- HOULIHAN, J. B. (1988). ADMINISTRACION DE UNA CADENA DE SUMINISTRO INTERNACIONAL. En M. Christopher, *LOGISTICA- aspectos estrategicos* (pág. 327). Mexico: Limusa S.A. de C.V.
- Julio Juan Anaya Tejero, S. P. (2007). *INNOVACION Y MEJORA DE PROCESOS LOGISTICOS*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Long, D. (2006). *Logistica Internacional(Administracion de la cadena de abastecimiento global)*. Mexico: Limusa.
- Lopez, F. J. (2009). *Distribucion Comercial*. Madrid: Delta-publicaciones.
- Octavio Carranza Torres, F. S. (2004). *Logistica Mejores practicas en latinoamerica*. Mexico: Thomson learning, inc.
- Porter. (1989). *estrategia competetiva*.
- Rojo, J. R. (1971). *ATPV Asistencia Tecnica de Posventa (logistica,organizacion y operacion optima, subcontratacion de servicios y legislacion)*. Madrid: Fundacion Confemetal.
- SALAZAR, N. Y. (2010). *COMERCIALIZACION DE QUINUA DE LA VARIEDAD HUALHUAS (Chenopodium quinoa willdenow) DEL DEPARTAMENTO DE JUNIN EN EL MERCADO DE EEUU*". Lima-Peru.
- Santesmases, M. (1998). *Marketing. Conceptos y estrategias*. Madrid- España: Tercera edición, Ediciones Pirámide, S.A.
- Stanback, G. N. (1991). Logistica comercial y gestion de la cadena de suministro. En F. J. Lopez, *distribucion c*

PAGINAS WEB

- Wikipedia*. (10 de Marzo de 2009). Recuperado el (fecha de consulta: 10 de marzo de 2009)., de Wikipedia:
http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_suministroomercial (pág. 747).
Madrid: Deltas publicaciones.

Revista:

MSBC Agribusiness

TESIS CONSULTADAS:

- ✓ (Roxana, 2012), PARA OBTENER EL TÍTULO INGENIERO DE ECONOMIA, PRESENTO SU INVESTIGACIÓN TITULADA: “ANÁLISIS DE LOS FACTORES DETERMINANTES EN LA PRODUCCIÓN Y

PRODUCTIVIDAD DE QUINUA ORGÁNICA DE LA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CABANA, DEL DISTRITO DE CABANA PERIODO 2011- 2012”

- ✓ TESIS (Salazar, 2010) COMERCIALIZACION DE QUINUA DE LA VARIEDAD HUALHUAS (*CHENOPODIUM QUINOA WILLDENOW*) DEL DEPARTAMENTO DE JUNIN EN EL MERCADO DE EEUU PERIODO 2010”
- ✓ TESIS (Cruz, 2006)“DESARROLLO, OPTIMIZACION Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICO ECONOMICA DE PRODUCTOS A BASE DE QUINOA (*CHENOPODIUM QUINOA WILLD* - 2006)”
- ✓ SEGÚN EL ESTUDIO REALIZADO POR (Abdón, 2003)TITULADO “ANÁLISIS DE VENTAJAS COMPETITIVAS DE QUINUA (*CHENOPODIUM QUINOA WILLD.*) PERUANA PARA EXPORTACIÓN (PUNO)

ANEXOS

ANEXOS N° 1 CUENSTIONARIO**CUESTIONARIO N° 01****UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES****ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El presente cuestionario va dirigido a las asociaciones de cooperativa agroindustrial COOPAIN – CABANA 2014-2015

INSTRUCCIONES

Buenos días/tardes, estamos realizando un estudio sobre la logística de aprovisionamiento para mejora de comercialización de quinua. Marca con una **x** la respuesta.

I: PROCESO LOGISTICO

1. ¿conoce usted que es logística de aprovisionamiento?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Si, muy bien		5
b) más o menos		4
c) regularmente		3
d) ni tan bien		2
e) no sé nada		1

2. ¿la distribución de sus productos es adecuado en la cooperativa?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

3. ¿al momento de cosecha hace el inventariado de su producto?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

4. ¿de qué mercado compra la materia prima?

a) Mercado local
b) Mercado regional
c) Mercado nacional
d) Mercado internacional
e) Otros

5. ¿tiene adecuado almacén la cooperativa?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

6. ¿en qué medida está satisfecho con su pos cosecha?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Sumamente satisfecho		5
b) Más bien satisfecho		4
c) Ni insatisfecho ni satisfecho		3
d) Más bien no satisfecho		2
e) Sumamente no satisfecho		1

7. ¿está conforme con el uso de sus equipos y maquinarias de trabajo en la actualidad la cooperativa?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Sumamente satisfecho		5
b) Más bien satisfecho		4
c) Ni insatisfecho ni satisfecho		3
d) Más bien no satisfecho		2
e) Sumamente no satisfecho		1

II: COMERCIALIZACION

8. ¿Es muy importante tener Calidad de producto para comercializar?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

9. ¿En qué medida está satisfecho con su de Volumen de producción?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Sumamente satisfecho		5
b) Más bien satisfecho		4
c) Ni insatisfecho ni satisfecho		3
d) Más bien satisfecho		2
e) Sumamente satisfecho		1

10. ¿Considera Ud., la logística influye en rendimiento de su cultivo?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

11. ¿La cooperativa cubre satisfactoriamente la demanda del mercado?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

12. ¿Toda la producción de quinua genera costo?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

13. ¿Esta labor de producción de quinua genera ingresos económicos?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

14. ¿Está de acuerdo con el proceso de transformación de quinua para comercializar?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

15. ¿la cooperativa siempre mantiene el stock necesario de materia prima?

OPCIONES	MARCA	VALOR
a) Definitivamente si		5
b) Probablemente si		4
c) No estoy seguro		3
d) Probablemente no		2
e) Definitivamente no		1

Gracias por su colaboración. Que dios lo bendiga

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO PARA MEJORAR LA
COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA ORGÁNICA EN COOPERATIVA
AGROINDUSTRIAL CABANA LTDA -2014-2015”

"PROCUREMENT LOGISTICS TO IMPROVE THE MARKETING OF QUINUA
ORGANIC IN COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CABANA LTDA -2014-
2015"

ARTÍCULO CIENTÍFICO

PRESENTADA POR:

ESPINOZA COAQUIRA SALVADOR

COORDINADOR DE INVEST. :
ADMINISTRACION Dr. ANCHAPURI QUISPE Manuel

DIRECTOR DE TESIS :
Dr. ROQUE BARRIOS Nicolás Edgar

ASESOR DE TESIS:
M.Sc. BUTIERREZ TOLEDO Guino Percy

**PUNO – PERÚ
2017**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN, FACULTAD DE CIENCIAS
CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL
ALTIPLANO – PUNO.

**“LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO PARA MEJORAR LA
COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA ORGÁNICA EN COOPERATIVA
AGROINDUSTRIAL CABANA LTDA -2014-2015”**

**"PROCUREMENT LOGISTICS TO IMPROVE THE MARKETING OF QUINUA
ORGANIC IN COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CABANA LTDA -2014-
2015"**

AUTOR: SALVADOR ESPINOZA COAQUIRA

Correo electrónico: salva19_02@hotmail.com

RESUMEN.

Objetivo general: Analizar la logística de aprovisionamiento y su influencia en la comercialización de quinua en la cooperativa agroindustrial-Cabana LTDA. Periodo 2014-2015. Método se utilizó un diseño no experimental: que tiene por objetiv describir las relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Corresponde a la investigación descriptiva - explicativa con el propósito de describir cómo influye la logística de aprovisionamiento en la comercialización de quinua en la Cooperativa Agroindustrial-Cabana y la población total de 80 asociaciones el método de muestreo probabilístico.

PALABRAS CLAVES, logística, comercialización, quinua orgánica, aprovisionamiento, calidad.

ABSTRACT

Objective: To analyze supply logistics and their influence on the marketing of quinoa in the agroindustry cooperative-Cabana LTDA. Period 2014-2015. Method was used a non-experimental design: it aims to describe the relationships between two or more variables at a given time. It corresponds to the descriptive - explanatory research with the purpose of describing how the supply logistics influence in the commercialization of quinoa in the Cooperative

Agroindustry - Cabana and the total population of 80 associations the method of probabilistic sampling.

KEYWORDS, logistics, marketing, organic quinoa, supplies, quality.

INTRODUCCIÓN

La investigación cumple con los lineamientos y procedimientos que tiene previsto la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad. En este sentido tomamos en Cooperativa Agroindustrial Cabana LTDA y cuya actividad principal es el procesamiento de la quinua orgánica en la región de puno.

En el presente trabajo de investigación se planteó como hipótesis general: la logística de aprovisionamiento es inadecuado, entonces influye de manera negativa en la comercialización de quinua en la Cooperativa Agroindustrial – Cabana LTDA. Periodo 2014-2015,

Los objetivos de la investigación se han formulado como objetivo general: Analizar la logística de aprovisionamiento y su influencia en la comercialización de quinua en la cooperativa agroindustrial - Cabana LTDA. Periodo 2014-2015.

ANTECEDENTES

Según estudio realizado por (Roxana, 2012), para obtener el título ingeniero de economía, presento su investigación titulada: “análisis de los factores determinantes en la producción y productividad de quinua orgánica de la cooperativa agroindustrial cabana, del distrito de cabana periodo 2011- 2012”

Tiene la finalidad de determinar y analizar los factores que influyen en la producción de quinua orgánica durante una campaña agrícola regular 2011-2012, para lo cual se describe las características y manejo de cultivo de quinua.

La rentabilidad en la producción y productividad de quinua orgánica depende del precio y del nivel productivo de la importancia del desarrollo de las alternativas empleadas por la cooperativa hacías sus productores inculcando las capacitaciones usos de nuevas maquinarias modernas y manejo de campaña agrícola.

Según el estudio realizado por (Abdón, 2003) titulado “análisis de ventajas competitivas de quinua (*Chenopodium quinoa Willd.*) Peruana para exportación (Puno).”

La región de Puno, posee ventajas comparativas tales como el clima y suelo que son propicios para la producción de quinua, también posee ventajas competitivas como el rendimiento, que es mayor comparado con los principales productores mundiales de quinua que son Bolivia y Ecuador. El autor también indica que la diversificación de mercados es insipiente, y que Estados Unidos es el principal importador de quinua, y el mayor volumen de exportación es de quinua dulce en materia prima (quinua perlada o lavada).

LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO

Según (Long, 2006) es la parte del proceso de la cadena de abastecimiento que planea, implementa y controla eficiente y efectivamente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el punto de consumo, para satisfacer las necesidades del cliente (pág. 5)

Según (Octavio Carranza Torres, 2004) La logística surge en principio para acompañar a las decisiones operativas de los altos mandos militares, primordialmente en Inglaterra en la década de 1940. El Imperial College se constituye en la cuna de la investigación operativa, disciplina estrechamente ligada a la logística. La investigación operativa constituye un conjunto de herramientas analíticas (matemáticas) que permiten resolver problemas hasta entonces no analizados con el objetivo de optimizar sus potenciales soluciones. Así, determinar la ubicación de acorazados que protegieran de potenciales ataques alemanes las naves que surcaban los mares entre Estados Unidos e Inglaterra durante la Segunda Guerra Mundial fue una de las primeras aplicaciones de la novel disciplina, que empezó a perfeccionarse a partir de equipos interdisciplinarios conformados por científicos provenientes de las llamadas ciencias duras (biología, matemáticas, ingeniería, etcétera) (pág. 5)

Según (Stanback, 1991) Distingue entre: logística de información que comprende el flujo y procesamiento de información acerca de los clientes, los productos, los precios etc. Y que recoge una serie de procesos más o menos

formales y con mayor o menor aporte de tecnología; y la logística de las mercancías, que comprende el flujo de los productos a través del canal, incluyendo las tareas de aprovisionamiento, almacenaje, transporte y entrega a los puntos de vista.

Según (Closs, 2006) la logística requiere la coordinación de muchas actividades que controlan y rodean el transporte, incluyendo diseño de la red de contactos, información, transporte, inventario y almacenamiento. Describen seis objetivos operacionales de sistema logístico.

Respuesta rápida. Una compañía necesita tener la capacidad para reaccionar rápidamente a los cambios y a los avances. La capacidad de proveer al cliente con lo que necesita es la clave para asegurar compras.

Desviaciones mínimas. El desempeño debe ser consistente, por ejemplo, los tiempos de entrega.

Inventario mínimo. El inventario es muy caro y debe mantenerse un mínimo.

Consolidación de movimientos. El costo de transporte puede reducirse si se consolidan los pequeños envíos en uno grande y con menos frecuencia, como se verá más adelante, esto no es tan fácil.

Según (Julio Juan Anaya Tejero, 2007) La cadena logística está ligado íntimamente a la propia organización de la empresa y a lo que se denomina el modelo de distribución o sea las diferentes etapas que tiene que seguir el flujo de materiales desde su aprovisionamiento y transformación, hasta la entrega del producto al siguiente agente en la cadena de suministro del mismo (fabricante, mayorista, etc.) (pág. 24)

Según (Houlihan, 1988) Las presiones competitivas y los cambios en el ambiente económico han forzado a las administraciones de empresas internacionales a evaluar de nuevo la operación y estructura de sus cadenas de suministros internacionales. Las oscilaciones de la estrategia de producción local para un mercado local a la de centros internacionales de suministro para manufactura y distribución tienen implicaciones sumamente importantes en la organización, estructura, sistemas de control y costos de servicios al cliente.

Según (Chopra, 2006) las funciones que componen la Cadena de Suministro interna a una empresa de manufactura son:

Administración del Portafolio de Productos y Servicios (PPS), que es la oferta que la compañía hace al mercado. Toda la Cadena de Suministro se diseña y ejecuta para soportar esta oferta. Servicio a Clientes (SAC), que es responsable de conectar la necesidad del cliente con la operación interna de la compañía.

COMERCIALIZACIÓN

Según (Santesmases, 1998) El canal de comercialización es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Según (Díaz de Castro, 1997) Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante (pág. 36).

Según (Feigenbaum, (1994)) la calidad la determina el cliente, no el ingeniero ni mercadotecnia ni la gerencia general. Está basada en la experiencia real del cliente con el producto o servicio, medida contra sus requisitos-definidos o tácitos, consistentes o solo percibidas, operacionales técnicamente o por completo subjetivos y siempre representa un objetivo móvil en el mercado competitivo; en este sentido, la Calidad del producto y servicio puede definirse como: el resultante total de las características del producto y servicio en cuanto a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento por medio de las cuales el producto o servicio en uso satisfará las expectativas del cliente.

MÉTODOS Y MATERIALES DE INVESTIGAION

La metodología empleada fue el enfoque cuantitativo, el diseño de la investigación es no experimental, y el alcance de la investigación es descriptiva – explicativa, apoyado en un soporte estadístico, cuya población está conformada por las asociaciones en la Cooperativa Agroindustrial Cabana Ltda. Y el tamaño de la muestra es probabilística debido a que se aplicó una fórmula para determinar la muestra óptima de la población que es de 80 asociaciones de la Cooperativa Agroindustrial Cabana Ltda.

En la investigación se utilizó como técnica la encuesta donde se recolecto datos acerca de logística de aprovisionamiento y la influencia en la comercialización de la quinua y como instrumento el cuestionario, donde se les entrego un cuestionario a los representantes de asociaciones de la muestra seleccionada con alternativas múltiples. Este instrumento consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre la logística y comercialización de quinua.

RESULTADOS

A continuación, se procederá a presentar tablas con respecto a los resultados obtenidos de la presente investigación, primeramente, se procederá con la primera variable de investigación que es la logística de aprovisionamiento, posteriormente la segunda variable de investigación la comercialización en la Cooperativa Agroindustrial Cabana Ltda.

TABLA N° 1 , CONOCIMIENTO DE LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTO

ALTERNATIVAS	2014			2015		
	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Sí, muy bien	2	13%	13%	3	19%	19%
más o menos	2	13%	26%	3	19%	38%
Regularmente	3	20%	46%	4	25%	63%
ni tan bien	5	34%	80%	4	25%	88%
no sé nada	3	20%	100%	2	12%	100%
TOTAL	15	100%		16	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de conocimiento de logística de aprovisionamiento el 13%(02 socios) manifiestan conocer si muy bien; por otro lado el 13%(02 socios) indican más o menos; 20%(03 socios) manifiestan regularmente; así mismo el 34%(05 socios) manifiestan ni tan bien y el 20% (03 socios) indican no conocer nada.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de conocimiento de la logística el 19%(de 03 socios) ya conocen muy bien y por otro lado se ve reducida el desconocimiento de la logística de aprovisionamiento al 13%(02 socios),

TABLA N° 2: MANEJO DE LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTO QUINUA EN LA COOPERATIVA

ALETRNATIVAS	2014			2015		
	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	2	13%	20%	3	20%	20%
Probablemente si	2	13%	33%	3	20%	40%
No estoy seguro	4	27%	60%	4	27%	67%
Probablemente no	5	33%	93%	4	27%	93%
Definitivamente no	2	13%	0%	1	7%	0%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015

Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de manejo de distribución de productos de quinua el 13%(02 socios) manifiestan conocer el manejo de la distribución; 13%(02 socios) indican probablemente sí; por otro lado, el 27%(04 socios) no están seguros; 33%(05 socios) manifiestan probablemente no; así mismo el 13%(02 socios) mencionaron definitivamente no.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de manejo de distribución de productos quinua el 20%(de 03 socios) ya realizan bien la distribución de sus productos, y hubo

reducción de 07%(01 socio) que aún no realiza bien el manejo de distribución del producto.

TABLA N° 3: INVENTARIADO DE COSECHA DE LA QUINUA

ALETRNATIVAS	2014			2015		
	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	3	20%	20%	3	20%	20%
Probablemente si	3	20%	40%	4	27%	47%
No estoy seguro	3	20%	60%	4	27%	73%
Probablemente no	4	27%	87%	3	20%	93%
Definitivamente no	2	13%	100%	1	7%	100%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015

Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador del inventariado de la cosecha el 20%(03 socios) definitivamente si realizan; 20%(03 socios) indican probablemente sí; por otro lado el 20%(03 socios) mencionan no estar seguros; así mismo el 27%(04 socios) manifiestan probablemente no y el 13%(02 socios) que definitivamente no lo realizan el inventariado.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de realización de inventariado 27%(04 socios) mencionan probablemente sí y por otro lado se ve reducida en 7% (01 socio) en no poner en práctica el inventariado.

TABLA N° 4 , ADQUISICION DE MATERIA PRIMA DE LA QUINUA

ALETRNATIVAS	2014			2015		
	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Mercado local	6	40%	40%	5	33%	33%
Mercado regional	9	60%	100%	10	67%	100%
Mercado nacional	0	0%	0%	0	0%	0%
Mercado internacional	0	0%	0%	0	0%	0%
Otros	0	0%	0%	0	0%	0%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015

Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de la materia prima el 40%(06 socios) adquieren la materia prima del manifiestan conocer si muy bien; por otro lado, el 13%(02 socios) indican más o menos; 20%(03 socios) manifiestan regularmente; así mismo el 34%(05 socios) manifiestan ni tan bien y el 20% (03 socios) indican no conocer nada.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; hubo variaciones al respecto de adquisición de la materia el 67% de las asociaciones optan por el mercado regional.

TABLA N°5, IMPORTANCIA CALIDAD DE QUINUA

ALETRNATIVAS	2014			2015		
	FRECUENCIA	2014	FRECUENCIA ACUMULADO	FRECUENCIA	2015	FRECUENCIA ACUMULADA
Definitivamente si	7	46%	46%	7	46%	46%
Probablemente si	6	40%	86%	7	47%	93%
No estoy seguro	1	7%	93%	1	7%	100%
Probablemente no	1	7%	100%	0	0%	0%
Definitivamente no	0	0%	0	0	0%	0%
TOTAL	15	100%		15	100%	

Fuente: cuestionario a asociaciones de productores de quinua de –Cooperativa agroindustrial Cabana, 2014-015
Elaboración-propia.

Interpretación.

Para el año 2014, de la encuesta aplicada para el indicador de la importancia de la calidad de quinua para comercializar y consumo el 46%(07 socios) indican definitivamente que sí; 40%(06 socios) manifiestan probablemente sí; por otro lado, el 07%(01 socios) indican no estar seguros y el 7%(01 socio) dice probablemente no.

Para el año 2015 se tiene los siguientes resultados de la encuesta aplicada; no hubo muchas variaciones al respecto de importancia de la quinua y por otro lado se ve reducida la inoperancia del 7% al 0% respecto al periodo anterior.

DISCUSIÓN

En actualidad en la gran mayoría de los productores de quinua, no le dan mayor importancia al proceso logístico de aprovisionamiento, por ende la logística es importante para toda organización, según, (Long, 2006) logística de aprovisionamiento es la parte del proceso de la cadena de abastecimiento que planea, implementa y controla eficiente y efectivamente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el punto de consumo, para satisfacer las necesidades del cliente.

En tal sentido el proceso de logística es muy importante para aprovisionamiento de la quinua desde el punto de origen hasta el punto de consumo.

Por otro lado, los equipos/materiales es muy importante para el aprovisionamiento de la quinua orgánica, esto conlleva tener facilidades para el productor, según (Stanback, 1991) Distingue entre: logística de información que comprende el flujo y procesamiento de información acerca de los clientes, los productos, los precios etc. Y que recoge una serie de procesos más o menos formales y con mayor o menor aporte de tecnología; y la logística de las mercancías, que comprende el flujo de los productos a través del canal, incluyendo las tareas de aprovisionamiento, almacenaje, transporte y entrega a los puntos de vista.

Para (Closs, 2006) la logística requiere la coordinación de muchas actividades que controlan y rodean el transporte, incluyendo diseño de la red de contactos, información, transporte, inventario y almacenamiento. Describen seis objetivos operacionales de sistema logístico.

La logística de aprovisionamiento determina muchas cosas en una cooperativa como en la de producción de quinua, coordinación de muchas actividades como: información, transporte, inventario y almacenamiento, estos cumplimientos de las actividades conlleva determinar una producción eficaz desde su origen hasta el consumo de los clientes.

La comercialización de quinua orgánica influye directamente con buena logística, según (Julio Juan Anaya Tejero, 2007) La cadena logística está ligado

íntimamente a la propia organización de la empresa y a lo que se denomina el modelo de distribución o sea las diferentes etapas que tiene que seguir el flujo de materiales desde su aprovisionamiento y transformación, hasta la entrega del producto al siguiente agente en la cadena de suministro del mismo (fabricante, mayorista, etc.)

La organización es bastante importante en una cooperativa, ya que este ligado con varios procesos de una cadena logística de producción de quinua, según (Houlihan, 1988) Las presiones competitivas y los cambios en el ambiente económico han forzado a las administraciones de empresas internacionales a evaluar de nuevo la operación y estructura de sus cadenas de suministros internacionales. Las oscilaciones de la estrategia de producción local para un mercado local a la de centros internacionales de suministro para manufactura y distribución tienen implicaciones sumamente importantes en la organización, estructura, sistemas de control y costos de servicios al cliente.

La infraestructura de una cooperativa y/o empresa es la parte esencial de la producción, ya que concentra una gama de actividades.

CONCLUSIONES.

Los resultados de nuestro artículo nos permiten evaluar el nivel de conocimiento de logística de aprovisionamiento, en relación a nuestro primer variable de esta investigación, podemos considerar que la logística aprovisionamiento es muy importante para las instituciones de la producción como en esta cooperativa en estudio, que contemplan varios procesos desde un punto de origen hasta punto de consumo de los clientes, esto con la finalidad de reducir los averías durante el proceso de información, transporte, inventario y almacenamiento,

Para nuestro segundo variable de esta investigación, nos conlleva tener buena administración de los procesos de insumos de la cooperativa para tener una entrega final de un producto al mercado receptivo interviniendo con una buena planificación de los procesos logísticos en mercado local, nacional e internacional, comercialización.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdón, A. (2003). Tesis para optar el título profesional de Mg. Scientiae En Economía Agrícola “Universidad Nacional Agraria la Molina” Lima –Perú. “*Análisis de ventajas competitivas de quinua (Chenopodium quinoa willd) peruana para exportación (Puno)*”. Lima-Peru, peru.
- Agribusiness, M. (2012). comercializacion de productos agricolas. *MSBC Agribusiness* , 15.
- Ballou, R. H. (1999). “*Business Logistics Management*”. (Nueva Jersey, EE.UU.): Prentice-Hall International, Inc.. ISBN 0-13-081262-5.: Cuarta edición edición, Upper Saddle River.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional la dinamica del exito en las organizaciones*. Mexico: Interamericana editores S.A.
- Chopra, S. y. (2006). “*Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*”. 3rd. Edition, Prentice Hall, 2006. ISBN: 0-13-173042-8.
- Chovel, R. T. (1992). *Administracion de la produccion*. España: Editorial Interamericana.
- Closs, D. B. (2006). Meta Logistica. En D. Long, *Logistica internacional(administracion de la cadena de abastecimiento global)* (pág. 474). Mexico: Limusa.
- Colin. (1983). logistica comercial y gestion de la cadena de suministro. En F. J. Lopez, *Distribucion Comercial* (pág. 747). Madrid: Deltas - Publicaciones.
- Feigenbaum, A. V. ((1994)). “*Control Total de la Calidad*”. México, Pp.7-12, 119-121: 3ra Edición, Compañía Editorial Continental, SA de CV.
- Garcia, D. (2003). *Planeacion de la capacidad de produccion*. Mexico: Editoriales Trillas.
- Houlihan, J. B. (1988). ADMINISTRACION DE UNA CADENA DE SUMINISTRO INTERNACIONAL. En M. Christopher, *LOGISTICA- aspectos estrategicos* (pág. 327). Mexico: Limusa S.A. de C.V.
- Iborra Juan, M. ,. (2007). *Fundamentos de direccion de empresas conceptps y habilidades directivas*. Madrid: Internacional Thomson editores Spain.
- Julio Juan Anaya Tejero, S. P. (2007). *INNOVACION Y MEJORA DE PROCESOS LOGISTICOS*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

- Long, D. (2006). *Logística Internacional(Administración de la cadena de abastecimiento global)*. Mexico: Limusa.
- Octavio Carranza Torres, F. S. (2004). *Logística Mejores practicas en latinoamerica*. Mexico: Thomson learning, inc.
- Porter. (1989). *estrategia competitiva*.
- Stanback, G. N. (1991). Logística comercial y gestion de la cadena de suministro. En F. J. Lopez, *distribucion comercial* (pág. 747). Madrid: Deltas publicaciones.