



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO PARA LA  
MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DE  
CAFÉ EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES  
AGROPECUARIOS LIMA COFFEE PERÚ –JAEN, 2019.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR**

**HUANCAS SOLIZ MERY**

**ORCID: 0000-0002-0423-5857**

**ASESOR**

**GARCÍA MANDAMIENTOS EDME MARTHA**

**ORCID: 0000-0003-0012-652X**

**PIURA – PERU**

**2020**

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO PARA LA  
MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DE  
CAFÉ EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES  
AGROPECUARIOS LIMA COFFEE PERÚ –JAEN, 2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Huancas Soliz Mery

ORCID: 0000-0002-0423-5857

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado

### **ASESOR**

García Mandamientos Edmé Martha

ORCID: 0000-0003-0012-652X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de  
Contabilidad

### **JURADO**

Landa Machero Víctor Manuel

ORCID: 0000-0003-4687-067X

Ulloque Carrillo Víctor Manuel

ORCID: 0000-0002-5449-9188

Saavedra Chiroque Alejandro Arturo

ORCID: 0000-0001-8886-6519

## **JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR**

Dr. Víctor Manuel Landa Machero  
Presidente

Dr. Víctor Manuel Ulloque Carrillo  
Miembro

Mgtr. Alejandro Arturo Saavedra Chiroque  
Miembro

Mgtr. Edmé Martha García Mandamientos  
Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por la vida y la salud por darme la fortaleza necesaria para continuar y salir adelante, y a mi madrecita por haber sido mi apoyo y ejemplo de lucha, moral y espiritual para poder cumplir una de mis metas trazadas.

CPC. Edmé Martha García Mandamientos, mi asesora de tesis, quien, con su profesionalismo, experiencia y paciencia, logró encaminarme hacia la investigación y concluir con éxito mi Tesis.

## **DEDICATORIA**

A mi madre por haberme inculcado siempre buenos principios, valores, por ese apoyo moral, espiritual y por haber sido el pilar fundamental en todo lo que soy, a mi hermana Fredes y mis sobrinos Josué y Emma por el apoyo y paciencia en el camino de superación para seguir adelante.

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por haberme dado la oportunidad de crecer y convertirme en una profesional al servicio de mi país.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Establecer las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú–Jaén, 2019, dedicada a la producción y exportación de café. Se enfoca dentro de una estructura de tipo descriptivo con un diseño experimental ya que la recolección de información se realizó mediante entrevista, cuestionario (34 Preguntas) relacionados con la investigación. Los resultados obtenidos fueron en base a los objetivos planteados donde se evidenció que la asociación solicita financiamiento a la banca internacional, así como también de otras instituciones como cooperativas del mismo rubro con la finalidad de poder acopiar más su producto y poder pagar a tiempo a sus asociados y de esta manera poder cumplir con las necesidades comerciales y requisitos que exige el mercado internacional. Los principales factores: el mercado comercial, las garantías (Activos), la calidad del producto y la asociatividad son factores que influyen de manera directa tanto en el acceso de financiamiento como en la exportación del producto. También se ha podido evidenciar que la asociación no cuenta con canales de financiamiento establecidos. En base a ello la presente investigación se orienta en desarrollar las propuestas de mejora en beneficio a los productores con la implementación de acuerdos con instituciones bancarias de la banca nacional como internacional con la finalidad de acceder a financiamientos, así como también proyectos sociales, productivos que brinda el estado en beneficio de las organizaciones representadas por productores.

**Palabras Clave:** Asociatividad, Café, Calidad, financiamiento, gestión, productividad.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to establish financing opportunities that improve the possibilities of the Association of Agricultural Producers Lima Coffee Perú –Jaén, 2019, dedicated to the production and export of coffee. It focuses on a descriptive structure with an experimental design since the information was collected through an interview, questionnaire (34 Questions) related to the research. The results obtained were based on the objectives set where it was evidenced that the association requests financing from international banks, as well as from other institutions such as cooperatives of the same category in order to be able to collect more their product and be able to pay on time to their associated and thus be able to meet the commercial needs and requirements demanded by the international market. The main factors: the commercial market, the guarantees (Assets), the quality of the product and the associativity are factors that directly influence both the access to financing and the export of the product. It has also been shown that the association does not have established financing channels. Based on this, this research is aimed at developing proposals for improvement in benefit to producers with the implementation of agreements with banking institutions of national and international banks in order to access financing, as well as social, productive projects that provides the state for the benefit of organizations represented by producers.

**Keywords:** Associativity, Coffee, Quality, financing, management, productivity.

## CONTENIDO

TITULO DE LA TESIS.....	ii
EQUIPO DE TRABAJO .....	iii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT .....	viii
CONTENIDO .....	ix
INDICE DE TABLAS.....	xi
INDICE DE GRAFICOS.....	xiv
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISION DE LITERATURA .....	5
2.1. Antecedentes .....	5
2.1.1. Internacionales .....	5
2.1.2. Nacionales.....	10
2.1.3. Regionales /Locales.....	13
2.2. Bases Teóricas.....	15
2.3. Marco Conceptual.....	21
2.3.1. Financiamiento.....	21
2.3.2. Fuentes de Financiamiento.....	21
2.3.3. Plazo de devolución.....	22
2.3.4. Financiamiento a Corto Plazo.....	23
2.3.5. Financiamiento a Largo Plazo.....	24
III. HIPÓTESIS.....	32
a. METODOLOGÍA .....	33
4.1 Diseño de la investigación.....	33
4.2. Población y Muestra .....	33
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	34
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4.5. Plan de Análisis.....	35
4.6. Matriz de consistencia.....	36
4.7. Principios Éticos.....	37

<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>39</b>
<b>5.1. Resultados.....</b>	<b>39</b>
<b>5.1.1. Objetivo Especifico 01.....</b>	<b>39</b>
<b>5.1.2. Objetivo Especifico 02.....</b>	<b>74</b>
<b>5.1.3. Objetivo Especifico 03.....</b>	<b>81</b>
<b>5.2. Análisis de Resultados.....</b>	<b>84</b>
<b>5.2.1. Objetivo Especifico 01.....</b>	<b>84</b>
<b>5.2.2. Objetivo Especifico 02.....</b>	<b>85</b>
<b>5.2.3. Objetivo Especifico 03.....</b>	<b>87</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>88</b>
<b>6.1. Conclusiones.....</b>	<b>88</b>
<b>6.1.1. Objetivo Especifico 01.....</b>	<b>88</b>
<b>6.1.2. Objetivo Especifico 02.....</b>	<b>89</b>
<b>6.1.3. Objetivo Especifico 03.....</b>	<b>90</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:.....</b>	<b>92</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>94</b>

## INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Definición Y Operacionalización De Variables E Indicadores. ....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 2 Matriz De Consistencia .....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 3 ¿Quiénes Conforman La Asociación? .....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 4 ¿Una Asociación posee activos Fijos? .....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 5 ¿Cuál es la Misión como Asociación?.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 6 ¿Qué Valores Práctica la Asociación? .....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 7: Cuánto Tiempo lleva dedicada al rubro del café la asociación Lima Coffe Perú? 44</i>	
<i>Tabla 8: ¿Cómo es el Trabajo de la Asociación?.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 9 : ¿Considera Usted que la producción de cafés especiales sirve de Prestigio para la asociación? .....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 10 : ¿Cuál es su producción de café en quintales por campaña? .....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 11 : Cuántos Contenedores ha exportado desde su creación hasta la fecha?.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 12 : ¿Ha Recibido alguna Capacitación sobre manejo de Agroecológicos por parte de una cooperativa?.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 13 : ¿De Qué Manera la Capacitación Ayudo a Mejorar la Producción? .....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 14 : ¿Considera usted que el café de los socios Tiene un control de calidad Óptimo? .....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 15 : ¿sabe usted quienes son sus principales clientes o importadores de su producto? .....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 16 : ¿Cuáles son las principales características del café de sus asociados?.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 17 : ¿Cuenta con un Sistema Interno de Gestión (SIG)?.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 18 : ¿Cómo Asociación Que Exporta Ha Implementado Los Manuales De Trazabilidad Del Producto? .....</i>	<i>55</i>

<i>Tabla 19 : ¿Cuentan con un Plan de Gestión de la Calidad Para el Sistema de Procesamiento de Cafés Especiales?.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 20 : ¿Cuáles han sido las principales dificultades que ha presentado la asociación desde su creación?.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 21: ¿Considera Usted que los químicos son la principal amenaza en la producción y comercialización del café?.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 22 : ¿Qué Medidas ha tomado para reducir las plagas y enfermedades den la producción del café en las parcelas de sus asociados? .....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 23 : ¿De qué manera el Financiamiento ayudo a mejorar la Producción de los asociados?.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 24 : ¿La Rentabilidad de las áreas productivas se ha dado por la influencia de los financiamientos obtenidos?.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 25 : ¿Quién le proporciona el Financiamiento a su asociación?.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 26 : ¿Cuál es el Porcentaje de anticipo que recibe por parte de sus clientes? .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 27 : ¿El interés ofrecido por los clientes o entidades financieras es Manejable? .....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 28 : ¿En Base a qué precio vende su café actualmente? .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 29 : ¿Utiliza algún Documento legal con sus clientes para acceder al financiamiento? .....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 30 : ¿Cree Usted que el financiamiento genera mayor capacidad de desarrollo en su asociación? .....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 31 : ¿Con los ingresos obtenidos a mejorado la calidad de vida de los asociados ?</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 32 : ¿Cuáles han sido las dificultades para acceder a un Financiamiento? .....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 33 : ¿Dónde Percibe mayor Ingreso, en el Mercado nacional o Internacional? .....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 34 : ¿Considera usted que la gestión financiera es Importante para crecer en el ámbito empresarial como asociación? .....</i>	<i>71</i>

<i>Tabla 35 : ¿Actualmente la Asociación de productores agropecuarios Lima Coffee ya cuenta con Liquidez? .....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 36 : ¿Ha recibido beneficio alguno como consecuencia de la exportación? .....</i>	<i>73</i>
Tabla 37 : Precio promedio por calidad. ....	74
Tabla 38 : PROYECTO DE BENEFICIO. ....	75
Tabla 39 : Organizaciones de base asociadas .....	77
Tabla 40 : Análisis Externo e Interno -FODA.....	79

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Organigrama de la empresa .....	31
Gráfico 2 : <i>La Asociación- Tabla 5.</i> .....	40
Gráfico 3. <i>Activos de la Organización-Tabla 6</i> .....	41
Gráfico 4 : <i>Misión de la Organización. Tabla 7</i> .....	42
Gráfico 5 : <i>Valores de la asociación -Tabla 8</i> .....	43
Gráfico 6 : <i>Tiempo en el Rubro del Café. Tabla 9</i> .....	44
Gráfico 7: <i>trabajo Democrático de la Asociación -Tabla 10</i> .....	45
Gráfico 8 : <i>Producción de calidad prestigio de la organización - Tabla 10</i> .....	46
Gráfico 9 : <i>Producción por cada uno de los socios - Tabla 12</i> .....	47
Gráfico 10 : <i>Representación Porcentual - Tabla 13</i> .....	48
Gráfico 11 : <i>Porcentaje De Capacitaciones -Tabla 14</i> .....	49
Gráfico 12 : <i>Representación porcentual de la producción - Tabla 15</i> .....	50
Gráfico 13 : <i>Control Óptimo de la Calidad -Tabla 16</i> .....	51
Gráfico 14 : <i>Principales clientes - Tabla 17</i> .....	52
Gráfico 15 : <i>Sistema Interno de Gestión.</i> .....	54
Gráfico 16 : <i>Manuales De Trazabilidad -Tabla-20</i> .....	55
Gráfico 17 : <i>Plan de Gestión de la Calidad -Tabla 21</i> .....	56
Gráfico 18 : <i>Químicos Principal Amenaza -Tabla 23</i> .....	58
Gráfico 19 : <i>Medidas A Tomar -Tabla 24</i> .....	59
Gráfico 20 : <i>Financiamiento - Tabla 25</i> .....	60
Gráfico 21 : <i>Áreas Productivas - Tabla 26</i> .....	61
Gráfico 22 : <i>Financiamiento a la organización -Tabla 27</i> .....	62

<i>Gráfico 23 : Representación porcentual - Tabla 28.....</i>	63
<i>Gráfico 24 : Tipo de interés para el Financiamiento - Tabla 29 .....</i>	64
<i>Gráfico 25: Precios - Tabla 30.....</i>	65
<i>Grafico 26 : Documentos legales como Garantías -Tabla 31 .....</i>	66
<i>Grafico 27 : Capacidad de desarrollo - Tabla 32 .....</i>	67
<i>Grafico 28 : Calidad de vida de los asociados - Tabla 33 .....</i>	68
<i>Grafico 29 : Dificultades para acceder Financiamiento - Tabla 34 .....</i>	69
<i>Grafico 30 : Mayor Ingreso En Mercados Internacionales .....</i>	70
<i>Grafico 31 Gestión Financiera - Tabla 36 .....</i>	71
<i>Grafico 32 : Liquidez - Tabla 37 .....</i>	72
<i>Gráfico 33 : Beneficios por la exportación. Tabla 38.....</i>	73
<i>Gráfico 35 : Representación Porcentual de PRECIOS. ....</i>	74
<i>Gráfico 34 : representación porcentual de acopio por base. ....</i>	77

## **I. INTRODUCCION**

Actualmente la agricultura y la industria se han considerado como el eje principal del crecimiento económico de nuestro país tanto por sus características como por su función, se estima que la agricultura es el elemento característico de la primera etapa del desarrollo hacia la industrialización. Dentro de esta gran industria se encuentran diferentes actores tales como los exportadores, los importadores, comerciantes, los vendedores y una infinidad de consumidores cada uno de ellos es la parte esencial de la cadena de valor del café desde la plantación hasta la exportación con un buen análisis sensorial o también llamado (Taza).

Hoy en la actualidad los mercados se han vuelto más exigentes en lo que respecta la calidad esto hace que los exportadores no consigan un precio adecuado para la venta del café y otros productos , el cambio climático la sostenibilidad económica del productor son los elementos más importantes para el rendimiento y la productividad del café ya que estos afectan directamente en la elaboración, proceso y calidad principalmente del café especial por lo tanto esto afecta la económica de los productores cafetaleros.

El financiamiento se considera una herramienta muy importante dentro de las organizaciones con características productivas gracias a ello ayuda en el aumento de la producción, innovación de nuevas tecnologías y una mayor probabilidad de ser consistentes en los mercados nacionales e internacionales. La asociación de Productores agropecuarios Lima Coffee Perú, agrupa a más de 500 familias productoras de café ubicados en 7 distritos y dos provincias de la región de Cajamarca, entre jaén y san Ignacio bajo un enfoque agroecológico y empresarial con

responsabilidad social. En el año 2018 siendo unos de los años más difícil y competitivo en el mercado del café se ha logrado acopiar 22 196.14QQ de café pergamino, producto que se logró vender al mercado nacional un 48% y al mercado internacional un 52% de la producción , con la experiencia comercial y organizacional seguimos en la continua gestión de búsqueda de financiamiento considerando que es uno de nuestros principales retos para alcanzar una mejor calidad de vida como unidad familiar así como también poder generar ahorros de inversión de corto y largo plazo , independientemente de las demás actividades que realiza la asociación, así como también estimar los flujos económicos y financieros en beneficio de los socios productores de las diferentes bases con el objetivo de producir un café que garantice la seguridad alimentaria . Lo que manifiesta el presidente de la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú, Sr Rony Lavan Guerrero, es que la producción de café es la principal fuente de ingresos y actividad de subsistencia de las familias asociadas la cual en los dos últimos años se ha visto amenazada por los agroquímicos que afectan directamente al rendimiento productivo, así mismo expresa el temor que tienen sus asociados de perder la calidad de su producto así como el rendimiento de cada una de sus parcelas .

### **Objetivo General.**

Las oportunidades de financiamiento mejoran las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee –Jaén, 2019,

### **Objetivos específicos.**

- a. Establecer las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee –Jaén, 2019.
- b. Describir las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee –Jaén, 2019.
- c. Explicar la propuesta de mejora del financiamiento que mejoren las posibilidades de la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee – Jaén 2019.

La presente investigación es un estudio descriptivo de enfoque cuantitativo porque servirá para explicar con mejor precisión la realidad empresarial de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú. La técnica utilizada fue la entrevista, encuesta (Cuestionario de 34 preguntas) y análisis documental dichas herramientas ayudaron a describir y analizar más de cerca la situación de la organización, obteniendo diversos resultados que nos llevaran a cumplir con cada uno de los objetivos propuestos. Mediante las herramientas utilizadas en la presente investigación se pudo recolectar datos e información que se analizaron para poder emplearlas en la solución de la problemática que presenta la Asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú con respecto al financiamiento, la importancia la importancia en la rentabilidad empresarial, el cómo influye contar con un financiamiento, así como también como afecta a una organización no tener acceso a él.

Desde el punto de vista teórico. El financiamiento es un tema muy importante ya que ayuda en temas de mejoramiento de las diferentes actividades ayudando a estandarizar las características de los productos dentro de la región, de manera que genere mayor utilidad al productor cafetalero y por consiguiente destine mayor inversión en el cultivo, de otro lado reducir los costos de producción de cosecha y post cosecha asegurando la sostenibilidad de la cadena productiva de café en la ciudad de Jaén.

De igual forma desde el punto de vista práctico la presente investigación ayudará a los productores de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee a buscar las mejoras en la productividad y calidad del café a través del financiamiento y poder tener un mejor sistema de control y selección de los lotes de café para la exportación , todo esto se conseguirá mediante planes de trabajo en conjunto tanto la asociación capacitando a las productores en temas de asistencia técnica , elaboración de productos orgánicos , elaboración de proyectos productivos en beneficio del productor.

Finalmente, desde el punto de vista académico. Dicha investigación servirá como una guía para posibles investigaciones en tema de financiamiento a las asociaciones del rubro comercio en las cadenas productivas ya sea café, cacao u otros productos orgánicos de esta manera conozcan las características de dichos productos y cómo influye el financiamiento en cada área ya sea por alumnos de esta casa de estudios u otras universidades.

## II. REVISION DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Gonzales (2014)** En su tesis titulada “La Gestión Financiera Y El Acceso A Financiamiento De Las Pymes Del Sector Comercio En La Ciudad De Bogotá” concluye que las Pymes en la actualidad, la gestión estratégica de sus operaciones cobra gran importancia al ser un mecanismo que permite afrontar situaciones adversas y mantenerse activamente en el mercado, de ahí que el concepto de gestión estratégica haya trascendido a las pequeñas y medianas empresas y se convierta en una herramienta útil con el fin de direccionarlas hacia el cumplimiento de objetivos. De otro lado nos da a conocer que su investigación en determinar si la configuración de una gestión financiera en las pequeñas y medianas empresas solo se relacionaba con un mejor acceso al financiamiento, dado que se encontró con una parte muy resaltante en donde explica que el sector comercio es uno de los sectores más importantes de la economía en una alta aportación al PBI. Así como también en la generación de empleo. Finalmente concluye diciendo que mientras en las medianas empresas del sector comercio el acceso al financiamiento es bastante reducido, en las pequeñas empresas en acceso a financiamiento es nulo. Cabe resaltar que la evidencia encontrada en la

presente investigación muestra que en las mypes del sector comercio la existencia de elementos de gestión financiera susceptibles de mejoramiento.

**DONADO. (2015)** En su tesis titulada “Fuentes De Financiamiento Utilizadas Por Los Caficultores de Atescatempa Del Departamento De Jutiapa Guatemala”. De acuerdo a la información obtenida nos dice que el caficultor de la región realizan el proceso de venta y selección del café en dos canales de comercialización, Canal 01 el caficultor vende en el mismo campo (parcela) en donde el intermediario tiene acceso al producto sin proceso. en el Canal 02 la caficultora entrega su producto a la asociación a la cual está afiliada en este canal el caficultor ya entrega el producto procesado (café pergamino) para ser seleccionado y exportado de esta manera la asociación es la que hace todo el proceso de mercado de acuerdo a sus propósitos como organización empresarial. Donado también considera que las fuentes de financiamiento son las formas son las formas que utilizan las empresas para financiar sus operaciones, así como también las alternativas financieras para obtener fondos monetarios para la realización de proyectos en su organización o de forma individual esto con la finalidad de generar e incrementar el capital de trabajo de cada caficultor.

Donato concluye que pudo identificar que una de las ventajas de los recursos propios es que no se pagan intereses y no tienen tiempo específicos para ser devueltos, pero tal vez dice que una de sus mayores desventajas es el riesgo que existe de recuperación ante una pérdida, y cuando habla de aporte de los socios (financiamiento interno) posee una ventaja que aumenta el capital de la organización así como también la desventaja de no llegar a consensuar de nuevos proyectos entre socios con un solo fin en mejora de la organización en la cual son dueños o representantes. Para los caficultores los famosos proveedores son las personas que brindan todos los insumos necesarios para

el proceso de producción y al mismo tiempo estos fungen como una fuente de financiamiento ya que estos brindan créditos como forma de pago con plazos manejables de entre 90 a 120 días de los cuales generalmente los caficultores lo realizan de forma efectiva (dinero en efectivo).

**CHAVARRI, GARCIA Y SALGADO. (2015)** en su tesis titulada “Estrategias administrativas – financieras para el sector cafetalero organizado Nicaragua” dice que para mitigar los efectos administrativos financieros que causo el desarrollo de las plagas en la plantación de café como organización debe comprometerse a aplicar estrategias de financiamiento para el sector cafetalero organizado que es permita sosegar efectos mayores que puedan resultar nocivos en su plantación y por ende para la economía en la organización , la estrategia financiera de una organización consiste en las acciones combinadas que se ha emprendido con la finalidad de lograr sus objetivos financieros y luchar por la misión de la organización .

Las organizaciones dedicadas al comercio de café u otros productos orgánicos se han desarrollado gracias al financiamiento de entidades financieras nacionales e internacionales, es por ello que poseen un plan estratégico debidamente estructurado para hacer frente a los efectos de las plagas o enfermedades que atacan en la gran parte de las zonas cafetaleras, las garantías que respaldan los financiamientos en las organizaciones exportadoras son los contratos directamente con el importador , para ello dichos autores proponen extienden las propuestas de mejora que se deben de emplear en las organizaciones de nivel comercialización de productos orgánicos que tienden a tener una cercanía con el consumidor , es realizar manuales de trazabilidad para garantizar la calidad del producto exportado , elaboración de planes de mejora

donde se defina nuevos medios para la satisfacción del socio así como también para la organización , buscar financiamientos a largo plazo tanto para renovación como también para implementación de mejoramientos tecnológicos haciendo uso de distintas variedades .

**ÁBALOS y DÁVILA (2014)** En Su Documental Titulado “

Factores Influyentes En La Decisión De Financiamiento En Empresas No Financieras Pertenecientes A Economías Emergentes”, Caso Específico De Chile. Varios son los factores que influyen al momento de tomar decisiones cuando se requiere de financiamiento estos algunos: costos de agencia, aversión al riesgo factor prestigio o reputación, uso de mercado de capitales internos, rentabilidad y oportunidades de crecimiento, uno de los factores más influyentes es la susceptibilidad de la empresa a problemas de riesgo tienen una mayor probabilidad de ocurrencias que presentan mayores oportunidades y que no tienen una reputación bien ganada o contrastada en cuanto a su calidad crediticia ya que esta juega un rol muy importante a la hora de la toma de decisiones en buscar financiamiento , también nos explican que es importante la asociatividad ya que por medio de ello las entidades financieras tienden a tener más respaldo o garantía .(Ávalos y Dávila , 2014) .

**Vásquez (2014)** en su tesis titulada “*Finanzas Verdes y la Gestión de las Cooperativas de Honduras*”, en la cual plantea como objetivo general “analizar los alcances y la viabilidad de implementar las Finanzas Verdes en las Cooperativas de Honduras; considerando su desarrollo y perspectivas”, utilizando la metodología de tipo explicativo, comprendiendo la descripción y análisis del fenómeno en el ámbito de

estudio. Luego de realizado el estudio el autor concluye que “con la implementación de las finanzas verdes no se garantiza que mejore la rentabilidad financiera de las cooperativas ni que disminuyan, puesto que solo se trata de un nuevo producto para los afiliados que favorezca el desarrollo sustentable de las comunidades sin hacer muchos cambios en las gestiones, sino solamente en las políticas de crédito, y en la parte de mercadeo con el fin de proporcionarlos a sus afiliados.” (Vasquez, 2014).

**Sánchez (2017)** En su tesis titulada “Financiamiento del sector agropecuario y agro-industrial en Argentina: Análisis de la situación actual, principales limitantes y nuevas formas de financiamiento al sector que pueden potenciar la producción y la industria”, en la cual plantea como objetivo general “El objetivo de la tesis estuvo centrado en realizar un análisis e investigación sobre la situación actual del financiamiento al sector agroindustrial, definir al crédito como un factor clave para el desarrollo de la industria y entender las principales limitantes al desarrollo del crédito. La hipótesis principal de la tesis es exponer”, utilizando la metodología de tipo documental y descriptiva llego a la siguiente conclusión “El financiamiento a largo plazo en el sector agropecuario en Argentina es escaso debido a que los productores en general no han sabido mitigar o reducir el riesgo financiero de sus operaciones. El uso de instrumentos financieras como forwards o estrategias de cierre de márgenes no son de común uso y junto con una baja penetración de seguros agrícolas los cuales no cuentan con apoyo del estado y una alta carga impositiva hacen que la volatilidad del sector sea considerable.” (Sánchez, 2017).

### **2.1.2. Nacionales.**

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**AGUIRRE. (2015)**, en su tesis titulada “Impacto Económico Financiero En Los Cafetaleros De La Selva Central Del Perú Por Efecto De La Influencia De Las Micro financieras Lima –Perú ” explica que en la actualidad las entidades financieras no priorizan el crédito al sector agrario en las zonas en donde produce un alto nivel de producción de café donde en los últimos años viene sufriendo el ataque de muchas enfermedades de las cuales las más comunes son los glifosatos y cadmio , el otorgamiento al crédito al sector cafetalero entrelaza una cadena de financiamiento agrario enfrentando numerosos retos en la búsqueda de una agricultura sostenible en el tiempo y sustentable desde el punto de vista ambiental entre otras facilidades podemos la incorporación al mercado financiero.

Es por ello que se plantea el siguiente objetivo “cuál es el impacto económico financiero producido en los cafetaleros de la selva central del Perú por efecto de la influencia de las micro financieras”. Para desarrollar el presente objetivo nos explica que hay diferentes factores que siguen impidiendo el desarrollo de mercados financieros dinámicos en las zonas rurales de casi todos los países, con ello también los elevados costos de transacción asociados a la infraestructura inadecuada, así como las necesidades específicas y los factores de riesgo más elevados propios de la agricultura. La imposibilidad de las familias y empresas de tener acceso a capital en condiciones

competitivas para hacer inversiones lucrativas o para aprovechar oportunidades del mercado se traduce en ingresos y un bajo crecimiento. Sin productos y servicios financieros para asegurar contra los riesgos, las familias y las empresas rurales pueden incluso abstenerse de participar en proyectos rentables para los cuales tienen la liquidez adecuada. La falta de instrumentos competitivos de ahorro y de otros servicios financieros en las zonas rurales conduce a formas menos productivas de economizar que merman todavía más la escasa liquidez de las familias y frustran las perspectivas de crecimiento local.

Aguirre concluye que la micro financieras formar parte muy importante del impacto económico financiero en los cafetaleros ya que por medio del financiamiento de créditos otorgados a tasas preferenciales contribuyen así a la consolidación, y como mejora extiende que se debería de fortalecer el tema de educación financiera en los productores cafetaleros , que a través de los gobiernos regionales se reciba el apoyo al sector en temas mejoramiento de la productividad dedicadas a la producción de café. (AGUIRRE.A 2015).

**Torres A.** (2016) en su tesis titulada “Análisis De La Cadena Productiva Del Café Y Estrategias De Mejora En La Provincia De San Ignacio ” en la cual plantea como objetivo general\_¿Cuál es el análisis de la cadena productiva del café y sus estrategias de mejora en la Provincia de San Ignacio?” que determina que las estrategias de mejora en la cadena productiva del café contribuirán a la competitividad de los actores debido que actualmente el sector cafetalero es considerado como fuente de ingresos generando varios puestos de empleo , además cabe resaltar que el café en los últimos años se considera el cultivo alternativo contra la lucha delos cultivos de la coca y la amapolo en dicha provincia.

Torres concluye diciendo que en el caso de productores de mediana capacidad de gestión la estrategia se debe de concentrar en la mejor de capacidad de negociación en el mercado nacional como internacional (Comercio Justo, Orgánico, y Gourmet) implementando diversos y adecuados programas de fortalecimiento organizacional, gestión de mercado así como también gestión estableciendo alianzas de apoyo en servicios de asistencia técnica para la mejora de la calidad , una de las mejoras en el tema de productividad y calidad es también en apoyo al productor participando en las ferias internacionales concursos ruedas de negocios considerando la complejidad de la problemática del café sería conveniente focalizar estos programas de apoyo a cada uno de los productores organizados con el fin de fortalecer sus avances en miras en aprovechar las oportunidades de mercado .Existen favorables condiciones institucionales para impulsar el desarrollo de la cadena productiva del café , las alianzas con las instituciones del estado así como también algunos gobiernos locales con la necesidad de fondos para invertir en la producción como un medio para la mejora de la calidad así como también invertir en el mejoramiento de plantas de beneficio de la organización. (Amari, 2016)

**Valera (2017)** en su tesis titulada “Determinantes del Crédito Agropecuario en la Región Cajamarca”, en la cual plantea como objetivo general “analizar la importancia e Impacto de las variables relacionadas a su riqueza, tecnología, nivel socioeconómico y accesibilidad a mercados agropecuarios de las unidades agropecuarias en la Región Cajamarca que determinan el acceso al crédito, través de Modelos Econométricos de tipo PROBIT”, utilizando la metodología de tipo descriptivo, no experimental y de modo transversal, llega a la siguiente conclusión “Asimismo, se determinó que características relativas al Nivel de Acceso a Mercados, muestran influencia sobre el acceso a préstamos de entidades crediticias. Así pues, el destino de la leche resulto una variable característica muy influyente sobre el acceso a crédito formal, debido a que

la actividad lechera, es muy importante en Cajamarca, y su comercialización resulta una garantía para las entidades crediticias.”

**Ravines (2017)** en su tesis titulada “Situación del Crédito Agrícola en el Perú”, en la cual plantea como objetivo general “determinar la situación del crédito agrícola en el Perú”, utilizando la metodología de tipo descriptiva, explicativa llego a la siguiente conclusión “El Mercado de Créditos Agrícolas, es un mercado imperfecto donde la demanda supera y requiere productos especializados que se encuentran fuera de la oferta de las entidades financieras formales que financian el sector agropecuario. Por ello existe la presencia de prestamistas informales, el cual es más eficiente en tiempos de atención y costos transaccionales debido a que no solicitan garantías, no contemplan trámites engorrosos y tienen la capacidad de otorgar el crédito en el momento oportuno.” (Ravines, 2017).

### **2.1.3. Regionales /Locales.**

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Riofrio (2015)** en su tesis titulada : “El financiamiento y su incidencia en los resultados de gestión en las empresas del sector comercio agroindustrial del Valle Alto Piura en el 2015” “ El autor hace un análisis de la incidencia del financiamiento del sector comercio agroindustrial y llega a las siguientes conclusiones”: 1. “El sector Agroindustrial del Valle del Alto Piura, financia sus créditos a través de sistema bancario en un 20% a través de préstamos en Cajas Municipales en un 30% y con préstamos en el mercado informal o prestamistas y usureros en un 50%. 2”. La falta

de tecnología agrícola (herramientas de última generación), la carencia de capacidades operativas y gerenciales, (trabajadores sin especialización) la poca información y la falta de apoyo financiero, sumada al casi nulo apoyo estatal, hace que el sector Agroindustrial, eminentemente de carácter familiar no haya desarrollado, o desarrolle poco, su verdadero potencial, pues los costos del financiamiento y crédito en el mercado informal ( prestamistas y usureros) frena su desarrollo productivo y disminuye sus beneficios económicos” 3 “El Financiamiento en las empresas Agroindustriales se convierte en generador de desarrollo, formalidad, competitividad y rentabilidad, brindando los fondos necesarios para fortalecer el capital de trabajo y realizar inversiones en herramientas, insumos, y activos fijos, que podrán ser usados como garantía para el otorgamiento de créditos bancarios, permite a la vez llevar a cabo labores de investigación, capacitación, desarrollo tecnológico y mejorar los procesos productivos, lo que incide notablemente en los resultados de gestión de las Agroindustrias, permitiendo optimizar la utilización de sus recursos con tecnología, mejorar la calidad de sus productos, bajar sus costos de producción, elevar su nivel competencia, tentar la exportación y obtener mejoras en su rentabilidad”.

**Santiago (2018)** Gerente comercial de la Cooperativa Norandino en un artículo, denominado Jaén es la nueva Colombia en materia de producción y calidad de café peruano, declara que al inicio en la cooperativa no fue fácil comercializar café, porque Cajamarca era conocido como un productor de mala calidad, debido a que no había un tratamiento post cosecha adecuado "El productor cosechaba bastante pero no tenía capacitación ni infraestructura. Esta situación impedía el ingreso a los mercados internacionales” (párr. 6). Como manera de revertir este escenario, Paz declara que la forma de superar esta situación, la cooperativa forjó una alianza estratégica con

productores de Jaén, a quienes capacitaron para mejorar la calidad del café. jaén es la nueva Colombia en materia de producción y calidad", sostuvo Paz, quien dio a conocer que este año la cooperativa tiene como objetivo exportar 300,000 quintales de café. El café de Jaén, Cajamarca, es sin duda, cada vez más solicitado. Perú 21 (2018)

## **2.2. Bases Teóricas.**

Arias (2012) *Manifestó que “las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman en punto de visto o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado”*. Por lo tanto, como su mismo nombre lo indica son la base donde la investigación se asienta para posteriormente mediante los análisis se logre alcanzar los resultados. Por ende, nombraremos algunas bases teóricas de esta investigación.

Teoría Financiera De Modigliani Y Miller (1958), *Estos autores fueron los principales en realizar un análisis financiero para que todas las entidades tengan como objetivo primordial estudiar el valor de sí mismas. “La teoría tradicional plantea que la estructura financiera óptima será aquella que maximice el valor de mercado de la empresa y minimice el costo del capital.” De no desarrollarse de manera adecuada en las empresas estas pueden presentar restricciones en la toma de decisiones de inversión y también perjudicar que la empresa siga creciendo de manera adecuada en el mercado. La tesis de M&M se fundamenta en tres proposiciones las cuales son:*

Proposición I de M&M. nos indica que toda empresa depende de lo que puede generar de renta de sus activos, sin que ello signifique la forma de donde se han emanado los recursos financieros, es decir que el valor de una empresa en el mercado tanto como el costo de su capital son totalmente independientes de su estructura financiera, lo cual el pasivo de una empresa no tienen ningún efecto sobre los accionistas (Brealey y

Myers, 1993) Proposición III de M&M. Nos indica que la tasa de un proyecto de inversión tiene que ser neutral a la imagen de cómo se financie una empresa, pero debe ser igual a la tasa de capital que aplica el mercado a las empresas sin apalancamiento y pertenecer a la misma clase de riesgo que empresas inversoras. (Fernández, 2003).

Teoría Financiera de Myers y Majluf, (1984) se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo. Esta teoría descansa en la existencia de información asimétrica (con respecto a oportunidades de inversión y activos actualmente tenidos) entre las empresas y los mercados de capitales. Es decir, los directores de la organización a menudo tienen mejor información sobre el estado de la compañía que los inversores externos. Además de los costos de transacción producidos por la emisión de nuevos títulos, las organizaciones tienen que asumir aquellos costos que son consecuencia de la información asimétrica. Para minimizar éstos y otros costos de financiación, las empresas tienden a financiar sus inversiones con autofinanciación, luego deuda sin riesgo, después deuda con riesgo, y finalmente, con acciones.”

**Teoría de Zegarra y Orihuela (2005).** En su artículo titulado “Diagnósticos de la Agricultura en el Perú. Nos indica que es todavía muy reducido el porcentaje que adopta técnicas modernas de riego, en un contexto de escasez de agua que se agrava por el proceso de calentamiento global que ha generado cambios climáticos que vienen afectando las fuentes principales de agua de riego (glaciares y lluvias en la sierra). Una de las principales limitaciones para la adopción de riego tecnificado es su alto costo relativo a los costos de producción agropecuarios promedios nacionales y el limitado acceso a servicios financieros de los agricultores.”

La Teoría de Diseño y Estrategias De Financiamiento. - Según Pisco (2017), El Financiamiento está constituido, como sabemos, por las Obligaciones de la empresa. Dentro de ellas, podemos distinguir, aquellas obligaciones contraídas para con terceros distintos de los dueños de la empresa, lo que contablemente se conoce con el nombre de Pasivo, y las obligaciones contraídas para con los dueños de la empresa, contablemente el Patrimonio: (i) Financiamiento espontaneo: Es aquel que surge de la propia actividad de la empresa, sin que sea necesaria para obtenerlo, ninguna gestión especial. (ii) Financiamiento no espontaneo: El cual está constituido por aquellas obligaciones, para cuya existencia es necesaria una gestión especial, por ejemplo, el endeudamiento bancario. Para obtener un préstamo bancario, debemos presentar cierta información que los bancos solicitan, convencer al gerente del banco de que lograremos cancelar el préstamo a su vencimiento, etc. (iii) El financiamiento corriente: Es aquél cuyo plazo de vencimiento es menor o igual a un año. (iv) Financiamiento no corriente: Es el resto del financiamiento.

Teoría de Clasificación Del Financiamiento. Según Lezama (2017), el financiamiento se clasifica en: “(a) Financiamiento interno: Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas. (b) Financiamiento externo: Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como: préstamos bancarios, factoraje financiero, etc.”

**Según Agreda (2017)**, afirma: Es por ello, que en nuestros países existe un gran número de instituciones de financiamiento de todo tipo comunitario, público e internacional. Estas instituciones otorgan créditos de diversos tipos a diferentes plazos, a personas y organizaciones. Estas instituciones se clasifican como: (a) Instituciones financieras privadas: bancos, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público. (b) Instituciones financieras públicas: bancos del estado, cajas rurales de instituciones estables. Estas instituciones se rigen por sus propias leyes, pero están sometidas a la legislación financiera de cada país y al control de la superintendencia de bancos. (c) Entidades financieras: organizaciones que mantiene líneas de crédito para proyectos de desarrollo y pequeños proyectos productivos a favor de las poblaciones pobres. Incluyen los organismos internacionales, los gobiernos y las ONG internacionales o nacionales.

**Teoría de Fuentes de Financiamiento** “El financiamiento posee ciertas fuentes de obtención, las cuales son: (i) Los ahorros personales: Para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. (ii) Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios. (iii) Los amigos y los parientes: Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero. Éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones. (iv) Bancos y uniones de crédito: Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las uniones de crédito. Tales instituciones proporcionarán el préstamo, solo si usted demuestra que su solicitud está bien justificada. (v) Las empresas de capital de inversión:

Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio”. Lezama (2017).

### **Teoría de Tipos de Financiamiento.**

Agreda (2017), “nos enseña que el Financiamiento se divide en “**(1) El Financiamiento a corto plazo**, está conformado por: (a) Crédito comercial: Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos. (b) Crédito bancario: Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales. (c) Línea de crédito: Significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano. (d) Papeles comerciales: Esta fuente de financiamiento a corto plazo, consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes. (e) Financiamiento por medio de las cuentas por cobrar: Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella. (f) Financiamiento por medio de los inventarios: Para este tipo de financiamiento, se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un préstamo, en este caso el acreedor tiene el derecho de tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa deje de cumplir.”

“(2) **El Financiamiento a largo plazo**, está conformado por: (a) Hipoteca: Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo. (b) Acciones: Es la participación patrimonial o de capital de una

accionista, dentro de la organización a la que pertenece. (c) Bonos: Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas. (d) Arrendamiento financiero: Contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes.” (Agreda, 2017).

## **2.3. Marco Conceptual.**

### **2.3.1. Financiamiento.**

Se define como un mecanismo o modalidades en la que una empresa incurre para proveerse de recurso estos sea bienes o servicios a determinados plazos principalmente de acuerdo al rubro o giro de la empresa, para acceder a un financiamiento la principal causa son la adquisición de bienes o activos , al crecimiento o desarrollo de la empresa en el desarrollo de sus actividades empresariales o de servicio que les ayudara alcanzar diversos objetivos ya sea en su producción o comercialización así como también aprovechar las oportunidades que les presenta el mercado.

Tamayo (2012) define al financiamiento como “Préstamo concedido a un cliente a cambio a una promesa de pago de largo o corto plazo pactado en un contrato dicha cantidad debe ser devuelta incluyendo interés ganados dependiendo del acuerdo de ambas partes”

### **2.3.2. Fuentes de Financiamiento.**

En la pagina web, nos dice que entre las distintas fuentes de financiamiento se encuentran las fuentes de financiamiento propios o internos , pueden ser los aportes de los socios , socios capitalistas , recursos y premios ( los premios por produccion comercio justo ) la reservas y remanentes , resultados del ejercicio (perdida y ganancias ) ajustes contables y fiscales .

De la misma manera tenemos las fuentes de financiamiento externa estas vias de capital proceden de fuentes ajenas ,generalmente las empresas que tienen a recurrir a los financiamientos externos según sus necesidades a cubrir , dentro de los financiamientos externos estan los prestamos de corto o largo plazo son aquellos que

su garantía son las actividades o el rubro comercial de las asociaciones dedicadas a la exportación de productos orgánicos .

Lineas de credito . las entidades financieras en este caso ponen a disposición a sus clientes una línea de crédito en el cual será pagado solo el interés de acuerdo al dinero utilizado .

Las Empresas de capital de inversión . son instituciones que ayudan a asociaciones dedicadas a la producción y calidas de productos orgánicos en beneficio de los cafetaleros en proyectos de inversión con ánimos de seguir creciendo y ser competitivos en el mercado a cambio de interés parcial en el negocio según el rubro o giro comercial al que está dedicada la organización .

### **2.3.3. Plazo de devolución.**

Las fuentes de financiamiento se clasifican en función del tiempo que pasa hasta la devolución del dinero o capital prestado bajo este criterio se distingue en dos tipos: el Financiamiento A Corto Plazo que son en la que se cuenta con un plazo igual o inferior al año para su devolución de los fondos obtenidos, este financiamiento se necesita básicamente para capital de trabajo y las fuentes de las cuales se puede obtener son a través de créditos de proveedores y préstamos bancarios , Financiamiento A Largo Plazo es en el que plazo de devolución de los fondos obtenidos es superior al periodo de un año esto constituye la financiación básica o de los recursos permanentes .en conclusión es que los recursos internos en general son de largo plazo y los recursos de terceros o ajenos a la empresa o asociación pueden ser de corto y largo plazo .

#### **2.3.4. Financiamiento a Corto Plazo.**

El financiamiento a corto plazo por lo general se adquiere para capital de trabajo ya que se necesita únicamente por una temporada ya sea para la ejecución de algún proyecto industrial o también para la compra de mercancía o materias primas a ventajosos precios. Estos créditos o financiamientos varían siempre entre 30 días y un año, entre los financiamientos a corto plazo tenemos los de producción que son aquellos que se utilizan para fomentar el desarrollo productivo. Entre los principales instrumentos de financiamiento a corto plazo tenemos

##### **2.3.4.1. Créditos Comerciales**

Son créditos comerciales a corto plazo las cuentas por pagar que los proveedores conceden a la empresa por una compra de mercancía o prestación de servicio, los impuestos a pagar también es un crédito comercial a corto plazo, es por ello que el crédito comercial es un medio equilibrado y menos costoso de obtener recursos dando oportunidades a las empresas para agilizar sus operaciones comerciales de acuerdo a su giro comercial.

##### **2.3.4.2. Crédito Bancario**

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas, asociaciones y las cooperativas adquieren a través de los bancos y otras entidades financieras para cubrir las necesidades, la importancia de crédito bancario radica en que hoy en día es una de las maneras más utilizadas para obtener un financiamiento para ellos se debe de definir la estructura del financiamiento , la cantidad que se requiere , pruebas de solvencia de la empresa que son de mucha importancia para la empresa financiera .

### **2.3.4.3. Factoring.**

Es una herramienta de corto plazo la cual se encarga de convertir las cuentas por cobrar ya seas facturas, letras y recibos en dinero que le permitirá a la empresa enfrentar necesidades e imprevistos de efectivo que tenga la empresa, el factorign es una alternativa de financiamiento que se orienta de preferencia a pequeñas y medianas empresas, para obtener liquidez una empresa puede transferir a un tercer crédito a cobrar derivados de su actividad comercial.

### **2.3.4.4. Pagare.**

Es un instrumento negociable dirigido de una persona a otra firmada el pagare en donde se compromete a pagar en una fecha fija determinable cierta cantidad de dinero prestado con su respectivo interés a una tasa acordada entre ambas partes. El pagare se paga en efectivo, hay una seguridad alta al momento de realizar una operación comercial.

### **2.3.5. Financiamiento a Largo Plazo.**

Es un financiamiento del cual su cumplimiento se encuentra por encima de los 5 años es muy importante recalcar que para acceder a un financiamiento debe existir una algún tipo de garantía que permita asegurar el dinero al banco, estos deben ser una propiedad, un aval, pagares etc. Entre las principales alternativas de financiamiento de largo plazo se tiene:

#### **2.3.5.1. Bonos.**

Son un instrumento de deuda que emiten las entidades que necesitan financiamiento para fondear sus necesidades los bonos también son considerados como pagares de largo plazo y al mismo tiempo también de mediano plazo.

Generalmente si hablamos de bonos corporativos son mayormente de largo plazo con una fecha de al menos 2 años de su emisión, dependiendo de las condiciones con las que cuenta un bono corporativo, este tipo de bonos se encuentran principalmente en las bosas de valores.

#### **2.3.5.2. Acciones.**

Forma en la que se puede financiar una empresa ya que estas representan la participación patrimonial o de capital de una accionista dentro de una organización, empresa u otro tipo de empresa. Es por ello que las acciones son una alternativa viable para el financiamiento a largo plazo, dado que hay financiamiento a largo plazo con acciones comunes y financiamiento a largo plazo con acciones preferentes, en las acciones comunes los accionistas tienen un derecho sobre las utilidades, así como también de los activos de la empresa que al finalizar el periodo estos recibirán la utilidad a través de los dividendos. Las acciones preferentes son aquellas que están en un punto medio entre las acciones comunes y los bonos estos forman parte del capital en caso de liquidez de la empresa.

#### **2.3.5.3. Arrendamiento financiero o leasing.**

El Leasing llamado también arrendamiento financiero ya que es una parte principal en la que se centra una empresa, está representado por propiedades, plantas industriales o también denominados bienes del activo fijo tangible, generalmente representan una fuerte inversión de dinero de la cual una empresa puede acceder dentro del mercado financiero ante una necesidad de capital de inversión para sus actividades comerciales. De esta manera el leasing ayuda a una empresa en disponer recursos financieros para otras actividades o inversiones de acuerdo al rubro comercial de la misma.<sup>4</sup>

### **2.3.5.3. Hipotecas**

La hipoteca es una garantía de pago para el cumplimiento de las obligaciones crediticias utilizadas por personas naturales como también Jurídicas que acceden a un financiamiento cuyas necesidades tienen mucho que ver con el crecimiento de sus gastos o mejoramiento de sus actividades.

### **Características del Café.**

Dentro de las características del café está el sabor, aroma y cuerpo ya que estos café tienen la personalidad de las regiones cafetaleras del Perú de caficultores reconocidos a nivel nacional e internacional que realizan un buen proceso de cultivo de dicho producto utilizando prácticas de responsabilidad social debidamente certificadas claves para resaltar el sabor aroma y cuerpo que lo caracteriza.

### **Denominación y origen del café.**

El arbusto de donde proviene el grano del café se llama cafeto originario de la provincia de Kaffa actualmente Etiopia en donde creció de forma silvestre. el café es una planta que varía en 3 a 4 metros de altura del café se extraen los frutos en cerezo que son de un color rojizo.

### **Morfología y variedades de café.**

El cafeto se desarrolla con relativa facilidad desde los 600 hasta los 1800 m.s.n.m. en varias regiones geográficas del Perú. Sin embargo, hay zonas donde las plantaciones alcanzan los 2,000 m.s.n.m es ahí donde se encuentran los cafés especiales de muy buena calidad tanto en físico como en sensorial a todo influye la diversidad de combinaciones climáticas, suelos precipitación y luz solar, en el Perú principalmente se produce café Arábica con distintos perfiles de sabor, aroma y acidez y las variedades que mayormente cultivan los cafetaleros es Típica y Caturra.

En la actualidad las asociaciones y otras empresas están trabajando y especializándose en los cafés orgánicos (libre de químicos) y otros cafés especiales de altura con la finalidad de brindar una mayor calidad al cliente y satisfacción de necesidades comerciales.

### **Segmentación del mercado de Café**

Hablar de segmentación de café podemos verlos desde su calidad en términos generales. Los mercados de cafés se distinguen en tres segmentos, el de grandes volúmenes, los cafés de especialidad o gourmet y los cafés orgánicos certificados y sostenibles que garantizan al consumidor que han sido producidos bajo las normas de producción orgánica ambientalmente sostenible y que para ello han llevado una rigurosa trazabilidad para garantizar a calidad.

### **Calidad y competitividad**

La calidad del café es el resultado de muchos factores que influye en el proceso de producción y el procesamiento del cultivo, cosecha y pos-cosecha del café. Los atributos de la calidad física e intrínseca el cual tiene que ver el color, la humedad, el tamaño del grano entre otros, a diferencia de los atributos sensorial estos están relacionados con el proceso de extracción para ello se tiene en cuenta el sabor, aroma, acidez, cuerpo amargura. Cada uno de estos atributos se refleja en intensidad en cuanto a la calidad que tan buen café es para ello las asociaciones tienen a trabajar utilizando un puntaje de captación superior a 85 Puntos.

## **2.4. Estudios de Caso.**

### **Datos Generales de la Empresa.**

**Razón Social:** *Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú*

**Nombre Comercial:** *APROAGRO LIMCOF*

**Registro Único de Contribuyente:** 20601057353

**Dirección:** *AV. PAKAMUROS NRO. 2370 SEC. PUEBLO LIBRE (AV. PAKAMUROS CUADRA 22)*

*CAJAMARCA - JAEN – JAEN.*

### **Reseña Histórica**

Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú, actualmente cuenta con 570 socios quienes se dedican al cultivo de café ubicados en 7 distritos y 2 provincias de la región de Cajamarca, dichos socios tienen la experiencia en el cultivo de café para la obtención de granos de calidad.

### **Actividad económica Principal de la Empresa**

La Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú. La principal actividad económica es el Cultivo y comercialización de cafés especiales.

### **VISION:**

Al 2021 ser reconocida y posicionada como organización a nivel nacional e internacional por contribuir al desarrollo sostenible de nuestros socios y a su vez por ofertar cafés de alta calidad a mercados especiales, con responsabilidad socioeconómica y ambiental.

### **MISION:**

Ofrecer servicios de calidad orientados a mejorar la calidad de vida e identidad de género con nuestros asociados, generando el compromiso y pasión por producir cafés de alta calidad, prevaleciendo el cuidado del medio ambiente.

**Valores:** Compromiso, equidad y servicio.

**Gestión de la Calidad.** APROAGRO LIMCOF ha logrado producir y ofertar productos de calidad para el mercado local e internacional, tomando como plataforma de trabajo la Gestión de la Calidad.

**Mercadeo de producto.** APROAGRO LIMCOF se ha posicionado en el mercado de cafés especiales, en base a la oferta de café de alta calidad con marca propia y a la satisfacción de sus clientes nacionales e internacionales.

**Fortalecimiento Institucional.** - APROAGRO LIMCOF ha realizado una gestión integral con enfoque agro empresarial, que le ha permitido ser líder en el ámbito local y regional, a la vez es reconocida a nivel nacional e internacional.

**LOGROS OBTENIDOS,** Como Asociación venimos trabajando con un enfoque diferente, permitiendo que nuestro socio sea diferenciado tanto a nivel productivo, social y con un enfoque agro empresarial, es por ello que uno de nuestros pilares fundamentales es la calidad, el trabajo que venimos realizando de manera sostenible y con un enfoque de corto, mediano y largo plazo.

- ❖ Incrementar las ventas directas al mercado internacional y afianzar las relaciones comerciales con nuestros clientes.
- ❖ Apertura de nuevos mercados de cafés especiales: Korea, Nueva Zelanda, Australia, Bélgica y Canadá.
- ❖ Participación en la Feria Internacional de Cafés Especiales – SCAA.
- ❖ Haber recibido visitas de clientes, importadores y tostadores en nuestras instalaciones productivas y administrativas.

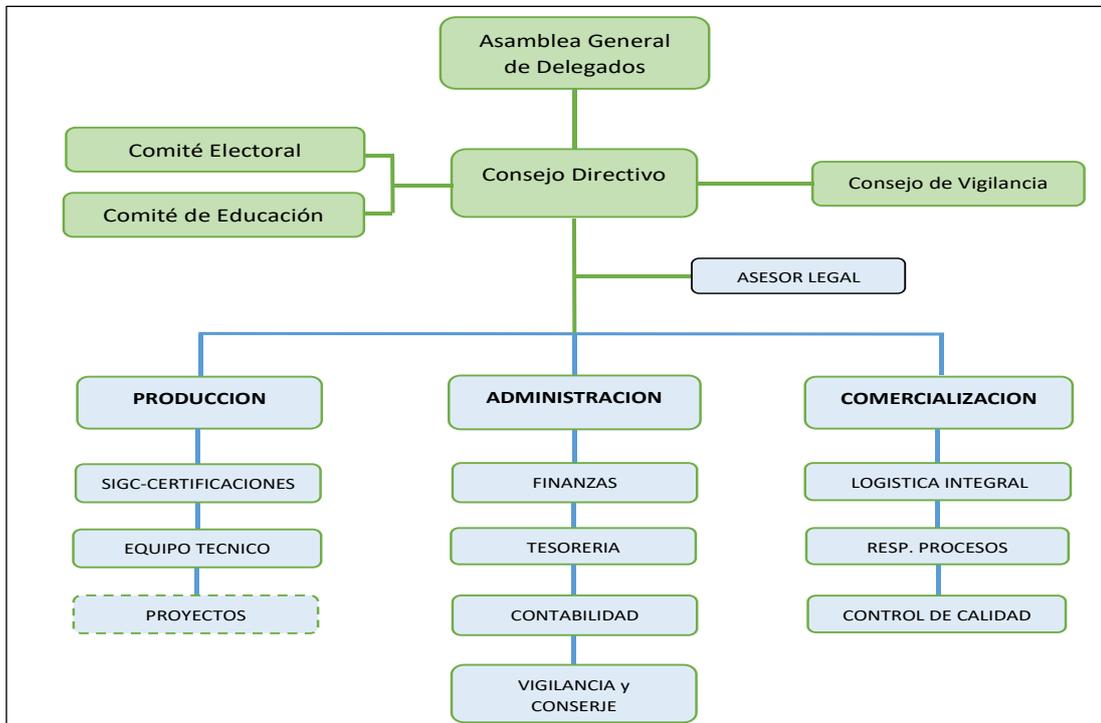
- ❖ Participación en la Convención Berlin Coffee Fest, invitados por nuestro cliente Café Imports, para promover los cafés especiales de Aproagro Limcof, desarrollada en Alemania - Europa.
- ❖ Participación en Intercambio de experiencias de fincas modelos de cafés de alta calidad, desarrollada en Nicaragua – Centro América.
- ❖ Compra de una tostadora de muestras PROBAT, para laboratorio de control de calidad.
- ❖ Equipamiento a comités de base con kit de herramientas (Chaleadora, serrucho, tijera, disco de corte).
- ❖ Implementación de programa 1,700 para los cafés especiales, a través fondo rotatorios con materiales para implementación de módulos de secado.

### **Estructura orgánica de la Asociación Lima Coffee Perú**

La estructura orgánica de la Asociación nos permite identificar las diferentes áreas con las que cuenta para el buen funcionamiento y gestión de la Organización, así también poder determinar las diversas funciones y responsabilidades que debe tener cada área, para ello se ha elaborado el Manual de organización y funciones – MOF y su respectivas políticas y reglamentos.

La estructura orgánica compuesta de 2 partes, la primera conformada por el órgano de dirección los directivos y socios y la segunda compuesta por la parte operativa y funcional de la organización.

**GRÁFICO 1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**



Fuente Elaboración Propia.

### III. HIPÓTESIS

Según Galán (2009) *“Las hipótesis en la investigación”* donde determinó que *“No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren.”*

*Todo proyecto de investigación requiere preguntas de investigación, y sólo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar causas requieren formular hipótesis”.*

Por tanto, basándome en la publicación, y por ser una investigación de tipo descriptivo, la investigación no formulará hipótesis.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación.**

El diseño de investigación aplicado es No experimental, descriptivo, bibliográfico, documental. La investigación a realizar busco la información proveniente de propuestas, comentarios, análisis de temas relacionados al estudio, los cuales se analizaron al determinar los resultados.

El estudio de investigación está comprendido bajo un enfoque cuantitativo.

El tipo de investigación de tesis es descriptivo debido a que no hay manipulación de variables encontradas, en este caso solo se recoleto la información y se agrupa para tener cifras lo más aproximadas posibles según los datos de la organización en estudio del cual se está haciendo la investigación.

### **4.2. Población y Muestra**

#### **4.1.1. Universo.**

En la presente investigación el universo está constituido por la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú; el objeto de estudio, la cual cuenta 20 Trabajadores entre personal administrativo y equipo técnico y asociados productores.

#### **4.1.2. Muestras**

La muestra está constituida por el área de gerencia de la Asociación así como también presidencia del comité directivo. Quienes toman las decisiones con respecto a cómo gestionar el financiamiento,

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Tabla 1. Definición Y Operacionalización De Variables E Indicadores.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medicion
FINANCIAMIENTO	Obtencion de recursos diferentes fuentes ya sea internas o externas , de corto o mediano plazo que requieren las entidades de sector publico o privado para su operaciones de acuerdo a sus necesidades con la finalidad de incrementar su capital de trabajo o sus ganancias .	Instrumentos , Procedimientos y Documentos utilizados por los representantes de las diferentes entidades financieras para otorgar un credito del cual se medira con un cuestionario estructurado.	* Administracion directa del Financiamiento .	* Identificacion del Negocio * Competencia	Encuesta - Cuestionario
			* Objetivo del Financiamiento .	* Renovacion del Financiamiento .	
			* Plazos de Financiamiento	* Financiamiento a Corto Plazo * Financiamiento a Largo Plazo	Entrevista - Guia de entrevista
			* Fuentes de Obtencion de Creditos / Financiamientos	* Las entidades Financieras / Inversionistas * Estrategias a nivel funcional	
			* Intencidad de la Inversion	* Acceso a Programas de Apoyo * Pago de Financiamiento en su defecto	Cuestionario - Encuesta
PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD	Medir la produccion por cada factor o recurso utilizado con la finalidad de obtener el maximo rendimiento . La calidad es una de los factores muy importantes dentro de la cadena de café este se determina de acuerdo a los atributos aroma , cuerpo y un sabor suave .	Procedimientos y tecnicas para asegurar la calidad del producto para poder garantizar el mercado.	* Acceso a Mercados	* Capacidad de Produccion * Calidad del Producto * Publico Objetivo	Cuestionario - Encuesta
			* Fijacion de Precios	* Proceso Logistico * Precio del Café de acuerdo a la Bolsa * Mercado local	
			* Aseguramiento de la Calidad y Productividad	* Politicas y procedimientos * Trazabilidad * Normas de control de la calidad	Cuestionario - Encuesta

Fuente: Elaboración Propia

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

##### **4.3.1. Técnicas**

Para el recojo de la información utilizara la técnica de la revisión bibliográfica y entrevista, así como también diversas fuentes de datos tanto primarios como secundarios.

Los datos primarios que se ha utilizado en la encuesta realizada al gerente de la asociación y algunos de los asociados de dicha organización

Los datos Secundarios son los análisis, documentales, artículos especializados en temas relacionados al estudio.

##### **4.3.2. Instrumento.**

Para la recolección de la información se utilizó un cuestionario que es un conjunto de preguntas sobre el tema principal de la investigación a la empresa en estudio, la guía de entrevista a quienes y cuantas personas se van a entrevistar o hacer las preguntas.

#### **4.5. Plan de Análisis.**

Para desarrollar el objetivo específico 01 se realizó un cuestionario de 45 preguntas, y para conseguir el objetivo específico 02 se utilizó las preguntas del cuestionario aplicado, finalmente para conseguir el objetivo específico 03 se describirá y desarrollo las propuestas de mejora correspondientes en base a los resultados encontrados.

#### 4.6. Matriz de consistencia.

Tabla 2 Matriz De Consistencia

Título	Enunciado	Objetivos		Variable	Diseño metodológico
		General	Específicos		
PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO PARA LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DE CAFÉ EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA COFFEE PERU –JAEN, 2019	¿Las Oportunidades De Financiamiento Mejoran Las Posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Peru –Jaén, 2019?	Identificar las oportunidades de financiamiento que mejores las posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Peru –Jaén, 2019?	1. Establecer las oportunidades de financiamiento que mejores las posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Peru –Jaén, 2019	Financiamiento	<b>Diseño:</b> El diseño de investigación es No Experimental, Descriptivo, Bibliográfico y Documental. <b>Técnica:</b> La Técnica fue utilizada revisión Bibliográfica, entrevista y observación Directa. <b>Instrumento:</b> Fichas Bibliográficas, Cuestionario Estructurado.
			2. Describir las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Peru –Jaén, 2019		
			3. Explicar la propuesta de mejora del financiamiento que mejoren las posibilidades de la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Peru – Jaén 2019.		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### **4.7.Principios Éticos**

Los principios fundamentales y universales de la ética de la investigación con seres humanos donde los investigadores, las instituciones, así como también la sociedad en general están obligados a garantizar que estos principios se cumplan cada vez que se realiza una investigación.

**Protección a las Personas.** - Este principio no solamente implicara que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada.

**Beneficencia.** - La beneficencia hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social del encuestado. De hecho, la principal responsabilidad del investigador es la protección del participante. Esta protección es más importante que la búsqueda de nuevo conocimiento o que el interés personal, profesional o científico de la investigación. Implica no hacer daño o reducir los riesgos al mínimo, por lo que también se le conoce como principio de no maleficencia.

En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

**Justicia.** - La justicia y la normativa asociada son aspectos serios colectivos, mientras que la ética es un pasatiempo interesante referido a la escala de valores de cada individuo, sobre el que la sociedad no tiene competencias. El científico puede ser en la ciencia como el individuo en su casa, una persona que intenta controlar la esfera que observa directamente mirando la dimensión social con desconfianza.

El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

Uno de los medios con que se cuenta para garantizar que los investigadores cumplan con los principios éticos en investigación es a través de los Comités de Ética en Investigación (CEI). Los CEI velan por el cumplimiento del respeto, por parte de los investigadores, de los sujetos humanos que participan en las investigaciones científicas y procuran que los investigadores se enmarquen dentro de lo que se ha denominado integridad científica.

## **V. RESULTADOS.**

### **5.1. Resultados.**

La presente investigación planteo tres objetivos específicos los cuales fueron :Establecer las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee –Jaén, 2019 , Describir las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee –Jaén, 2019 y Explicar la propuesta de mejora del financiamiento que mejoren las posibilidades de la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee – Jaén 2019 empleando como técnica la encuesta , entrevista y revisión documentaria.

#### **5.1.1. Objetivo Especifico 01.**

**Establecer las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú 2019.**

En este primer objetivo para recoger la información se empleó la técnica de entrevista dirigida al presidente de la asociación Sr Rony Lavan Guerrero y la aplicación del cuestionario dirigido a 17 miembros de la asociación donde se recolecto información acerca de la situación actual de la asociación, la calidad de su producto los servicios que ofrecen, la capacidad de producción. Los resultados obtenidos mediante este instrumento fueron los siguientes.

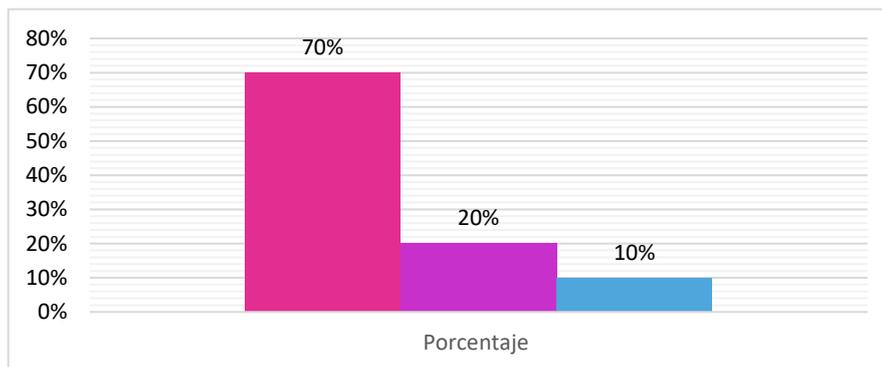
### 5.1.1.1. Respecto a la Organización.

Tabla 3 ¿Quiénes Conforman La Asociación?

¿Quiénes Conforman la Asociación?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Todos los Socios	7	70%
b) La Directiva	2	20%
c) Los Fundadores	1	10%
Total	10	100%

\*Elaboración Propia. Fuente: Cuestionario Aplicado

Gráfico 2 : La Asociación- Tabla 5.



**Interpretación de los Datos.** Según el gráfico se aprecia que un 70% de los encuestados respondieron que la asociación está conformada por los socios y un 20% la directiva, mientras tanto un 10% algunos de los encuestados respondieron que los fundadores serían los que conforman la asociación.

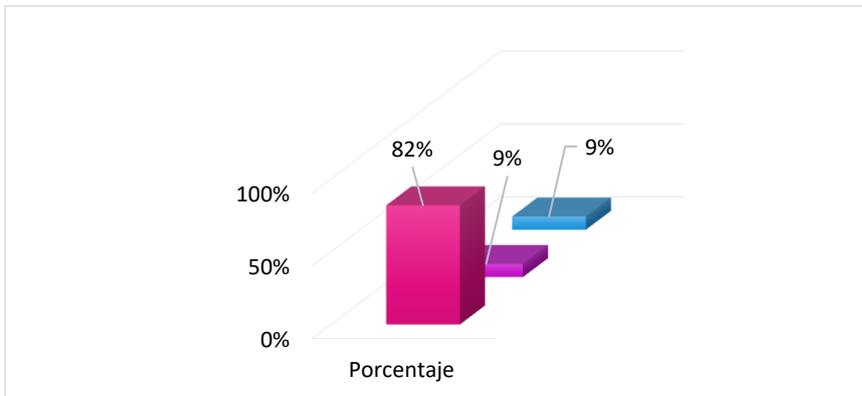
Tabla 4 ¿Una Asociación posee activos Fijos?

¿Una Asociación posee activos Fijos?	Respuestas	
	N° Frecuencia	Porcentaje
a) Si	9	82%
b) No	1	9%
c) N. A	1	9%
Total	11	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración Propia

Gráfico 3. Activos de la Organización-Tabla 6



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos.** Según el presente gráfico se aprecia que un 82% de los encuestados respondieron que la asociación si posee activos fijos ya que en la actualidad cuentan con un local propia donde funciona, así como también cuenta con centros de beneficio para el proceso de calidad del café , así mismo un 9% respondieron que no posee activos la asociación las respuestas son de bajo porcentaje son por parte de algunos socios ya que ellos casi no tienen mucho conocimiento de algunas actividades y movimientos de la asociación a la cual perteneces .

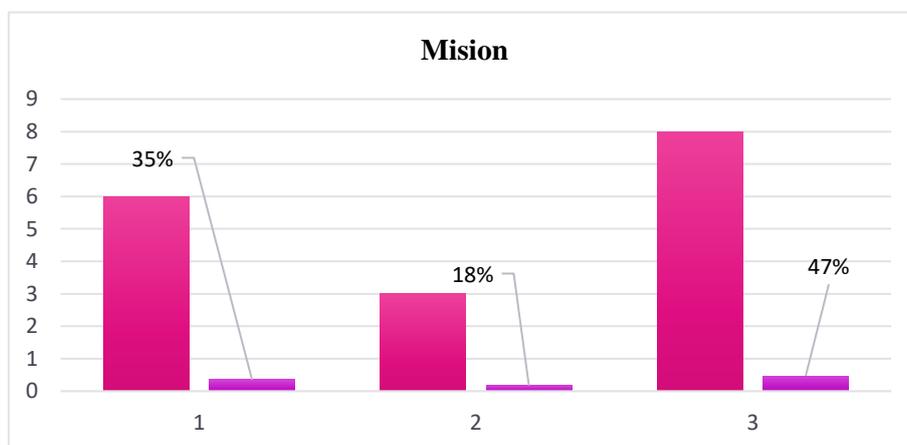
Tabla 5 ¿Cuál es la Misión como Asociación?

¿Cuál es la Misión como Asociación?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Convertirse en Cooperativa	6	35%
b) Aumentar su producción	3	18%
c) Llevar al Mercado un Producto de Calidad	8	47%
Total	17	100%

\*Elaboración Propia

Fuente: Cuestionario Aplicado

Gráfico 4 : Misión de la Organización. Tabla 7



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos:** Según el grafico nos muestra un resultado muy interesante ya que un 47% de público objetivo respondió que están trabajando para llevar un producto de calidad a los mercados nacionales y locales, de la misma manera también hay un 35% que les gustaría que la asociación a la que pertenecen a futuro se convertiría en una cooperativa.

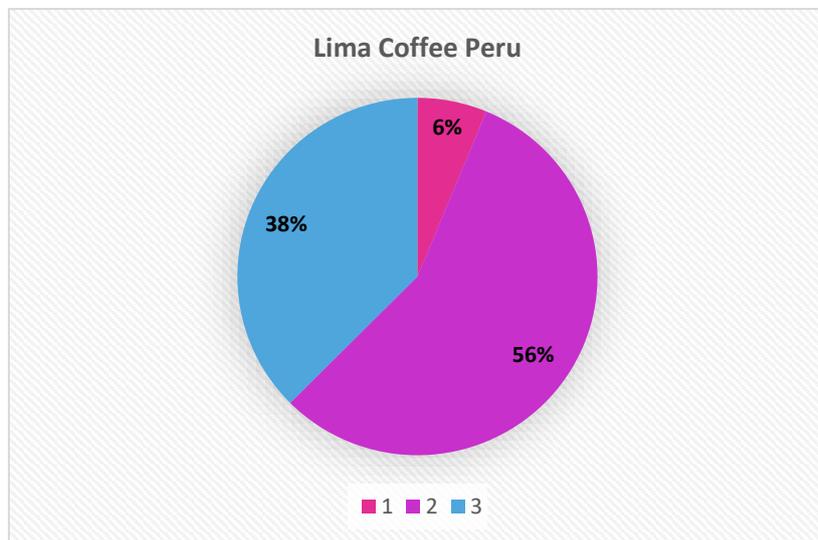
Tabla 6 ¿Qué Valores Práctica la Asociación?

¿Qué Valores Práctica la Asociación?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Responsabilidad	1	6%
b) Compromiso	9	56%
c) Innovación	6	38%
Total	16	100%

\*Elaboración Propia

Fuente: Cuestionario Aplicado

Gráfico 5 : Valores de la asociación -Tabla 8



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos:** Según el gráfico nos muestra un 56% que la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú, viene trabajando siempre en compromiso con sus asociados mientras que también hay un 38% que respondió que los responsables o representantes buscan siempre la innovación en beneficio de la asociación, así como de los asociados siempre con responsabilidad en todos los aspectos.

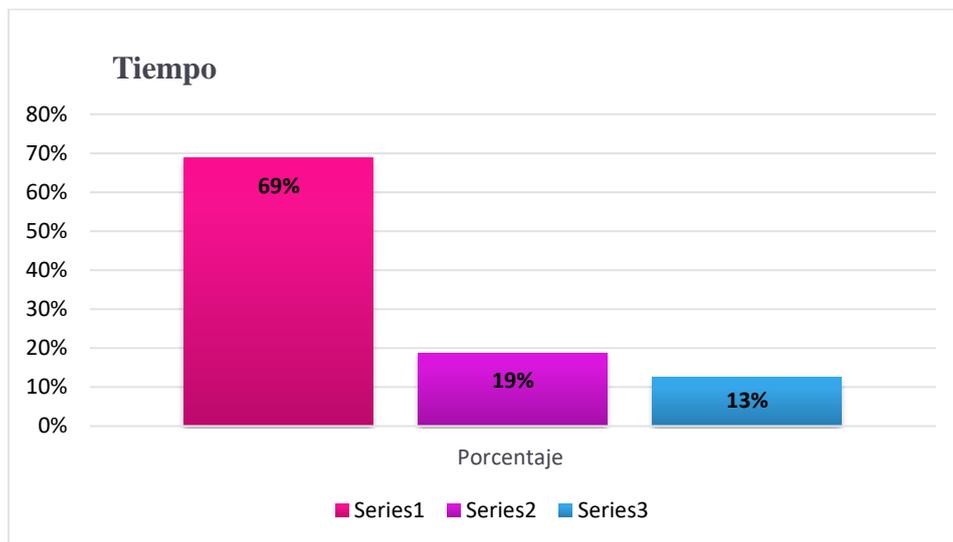
*Tabla 7: Cuánto Tiempo lleva dedicada al rubro del café la asociación Lima Coffe Perú?*

¿Cuánto Tiempo lleva la asociación Lima Coffe Perú dedicada al rubro del café?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) 1a 5 Años	11	69%
b) 6 a 10 Años	3	19%
c) Más de 10 años	2	13%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

*\*Elaboración Propia*

*Fuente: Cuestionario Aplicado.*

*Gráfico 6 : Tiempo en el Rubro del Café. Tabla 9*



*Elaboración Propia.*

**Interpretación de Datos:** La Asociación cuenta con experiencia en el rubro del café, con socios que desde su creación de la misma ya contaban con un amplio conocimiento en lo que es la producción, cosecha y pos cosecha, es por ello que refleja un 69% del público objetivo así mismo hay un 19% que son los socios de las bases que en algunas oportunidades son los que se van asociando a medida del pasa el tiempo de la asociación en el mundo del café.

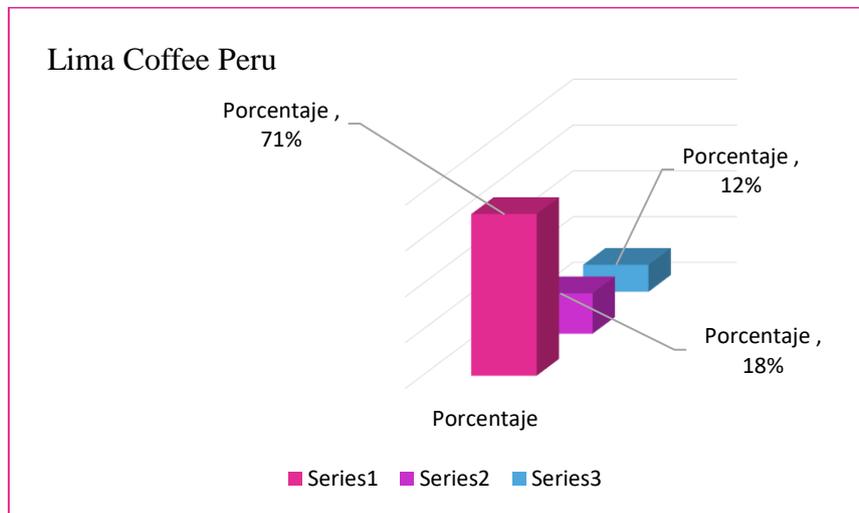
Tabla 8: ¿Cómo es el Trabajo de la Asociación?

¿Cómo es el trabajo de la Asociación?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Democrático	12	71%
b) Transparente y Organizado	3	18%
c) Ambos	2	12%
Total	17	100%

\*Elaboración Propia

Fuente: Cuestionario Aplicado

Gráfico 7: trabajo Democrático de la Asociación -Tabla 10



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos:** En el cuadro de resultados muestran que la asociación viene realizando un trabajo en equipo y democrático con un 71% en su mayoría de los encuestados, de la misma manera un 18% transparente y organizado.

## RESPECTO A LA PRODUCCION, CALIDAD Y CERTIFICACION

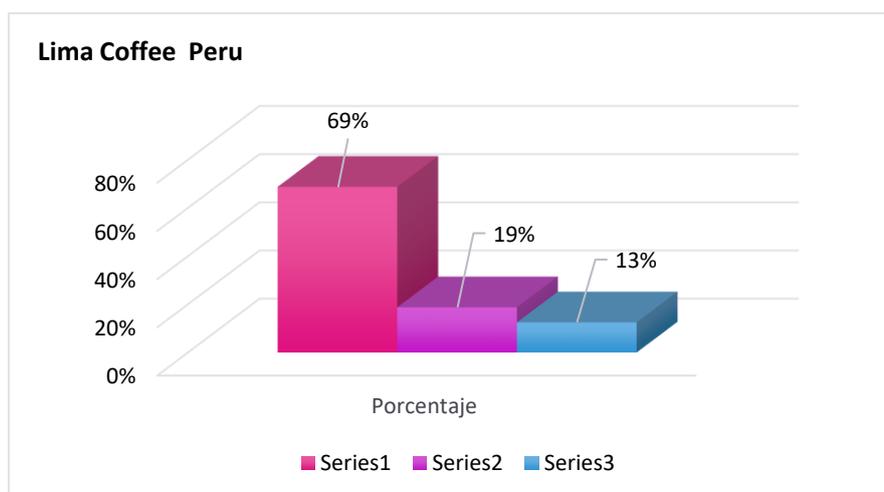
Tabla 9 : ¿Considera Usted que la producción de cafés especiales sirve de Prestigio para la asociación?

¿Considera Usted que la producción de cafés especiales sirve de Prestigio para la asociación?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	11	69%
b) No	3	19%
c) N. A	2	13%
Total	16	100%

\*Elaboración Propia

Fuente: Cuestionario Aplicado

Gráfico 8 : Producción de calidad prestigio de la organización - Tabla 10



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos.** – Según el Grafico el 69% represente el grado de importancia que tiene la producción de café en la región Cajamarca, considerando que gracias al buen tratamiento que le dan algunos productores tienen a tener más acogimiento en los mercados.

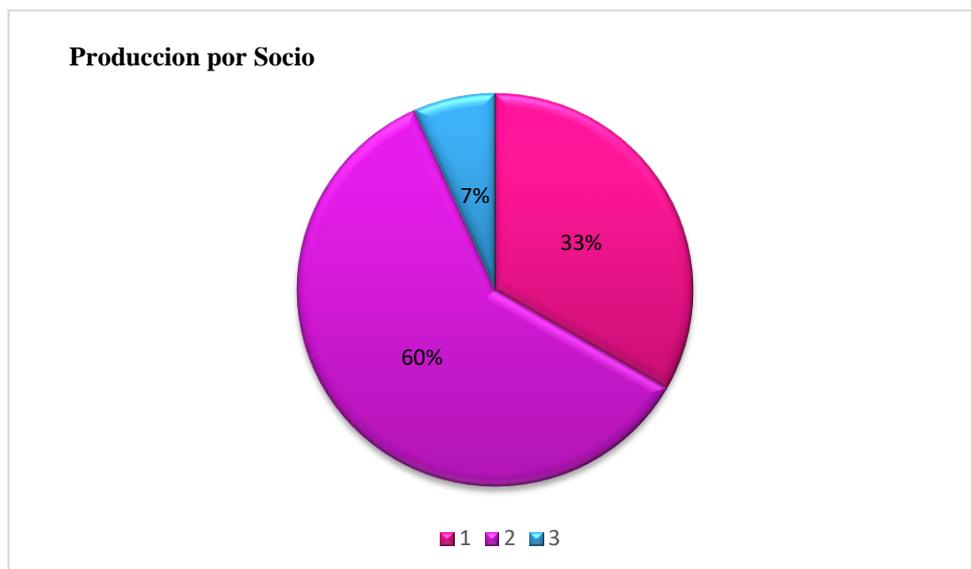
Tabla 10 : ¿Cuál es su producción de café en quintales por campaña?

¿Cuál es su producción de café en quintales por campaña?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) 20-30 qq	5	33%
b) 40-50 qq	9	60%
c) más de 60 qq	1	7%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

\*Elaboración Propia

Fuente: Cuestionario Aplicado a los socios

Gráfico 9 : Producción por cada uno de los socios - Tabla 12



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos.** Según el gráfico en donde muestra un resultado del 60% de los encuestados que fueron socios nos dicen que su producción en los últimos años fue de mayor rendimiento gracias a los diferentes procesos que han hecho en sus parcelas, así como también hay un 33% de baja de producción por temas climáticos que están atravesando los cafetaleros en la región Cajamarca.

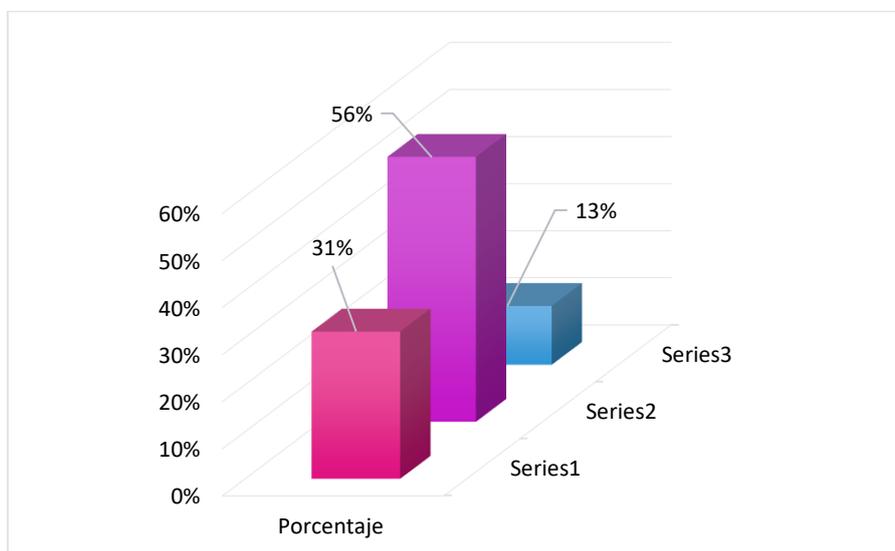
Tabla 11 : Cuántos Contenedores ha exportado desde su creación hasta la fecha?

¿Cuántos Contenedores ha exportado desde su creación hasta la fecha?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) 10 container	6	38%
b) 25 container	8	50%
c) 45 a mas	2	13%
Total	16	100%

\*Elaboración Propia

Fuente: Cuestionario Aplicado

Gráfico 10 : Representación Porcentual - Tabla 13



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos.** Según el gráfico el 56% de la muestra nos respondió que la asociación desde su creación viene desarrollándose de la mejor manera en el tema de la comercialización del café claro con algunos problemas que cada año lo están superando que gracias a ello están teniendo resultados favorables. Así mismo un 38% nos dicen que hay competencias dentro del rubro que ellos han emprendido.

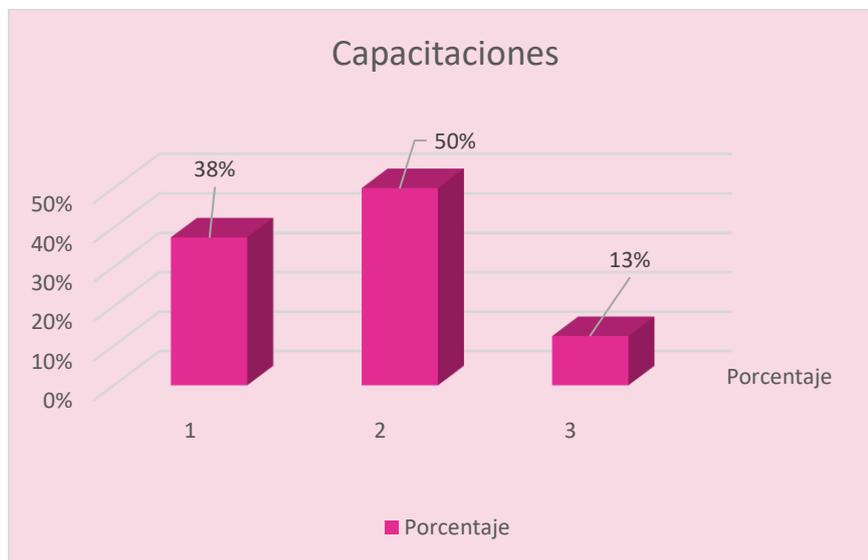
Tabla 12 : ¿Ha Recibido alguna Capacitación sobre manejo de Agroecológicos por parte de una cooperativa?

¿Ha recibido alguna Capacitación sobre manejo de Agroecológicos por parte de una Cooperativa?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) Si	6	38%
b) No	8	50%
c) N.A	2	13%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

\*Elaboración Propia

Fuente: Cuestionario Aplicado

Gráfico 11 : Porcentaje De Capacitaciones -Tabla 14



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos.** - Según el grafico podemos apreciar que el 50% de las asociaciones recibos capacitación algunas de las cooperativas en diferentes temas que ayudan a fortalecer las actividades de las mismas tanto en lo comercial, así como también en lo recurso humano. De esta manera también hay un 38% de los encuestados que respondieron que las asociaciones no reciben capacitaciones.

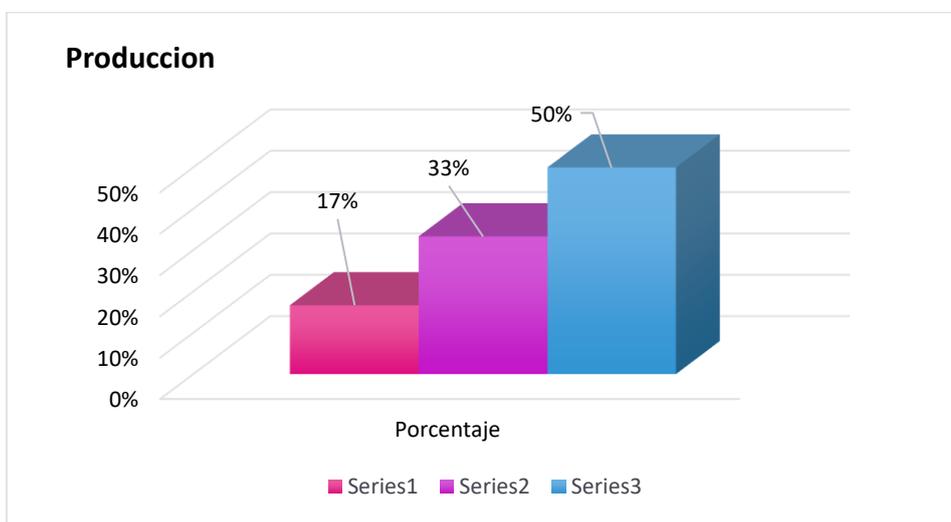
Tabla 13 : ¿De Qué Manera la Capacitación Ayudo a Mejorar la Producción?

¿De qué manera la capacitación ha ayudado a mejorar la producción?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Mejor Calidad del Grano	1	17%
b) Mejorar la Productividad	2	33%
c) Ambos	3	50%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración Propia

Gráfico 12 : Representación porcentual de la producción - Tabla 15



Elaboración Propia.

**Interpretación de datos.** - Según el gráfico el 50% de los encuestados respondieron que las capacitaciones brindadas por las cooperativas ayudan bastante a las asociaciones en diversos aspectos principalmente en tema productivo ya que gracias a ello también ayuda a mejorar la calidad de vida de los productores mejora la infraestructura del centro de beneficio de las bases. Y un 33% representa que también hay temas sueltos como la asociatividad, así como en temas de calidad y comercialización.

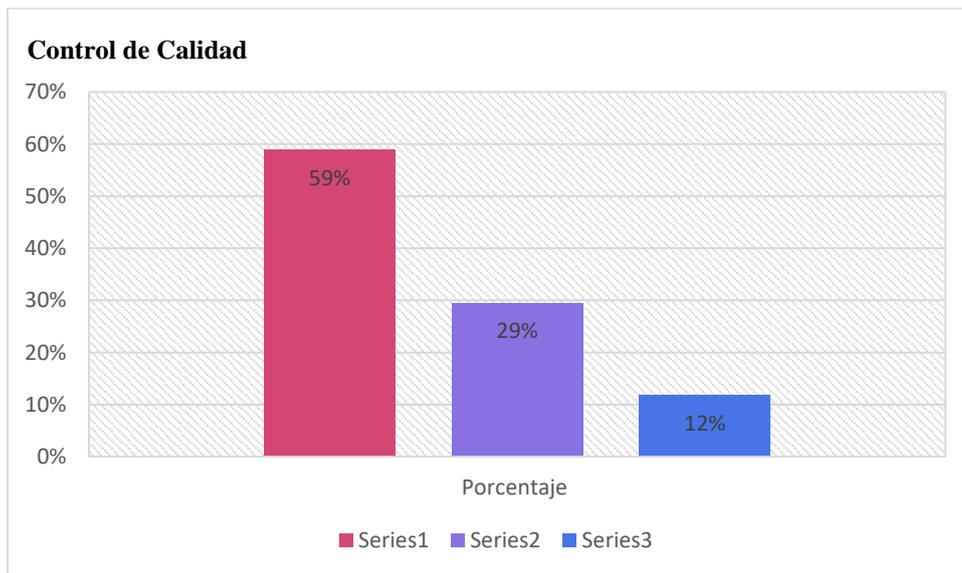
*Tabla 14 : ¿Considera usted que el café de los socios Tiene un control de calidad Óptimo?*

¿Considera usted que el café de los socios Tiene un control de calidad Óptimo?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	10	59%
b) No	5	29%
c) N. A	2	12%
Total	17	100%

*\*Elaboración Propia*

*Fuente: Cuestionario aplicado*

*Gráfico 13 : Control Óptimo de la Calidad -Tabla 16*



*Elaboración: Propia*

**Interpretación de Datos.** Considerando los resultados del catador de la asociación en el gráfico nos muestra que el 59% de la producción de los socios es evaluado de la mejor manera con todas las herramientas posibles de la calidad. De la misma manera hay un 29% de los socios que confirman que su café es evaluado de la mejor manera donde representan el compromiso y esfuerzo que lo ponen en cada proceso ya ellos dicen que están dentro de la asociación que se ha ganado el prestigio en tema de calidad dentro de la región a la que pertenecen.

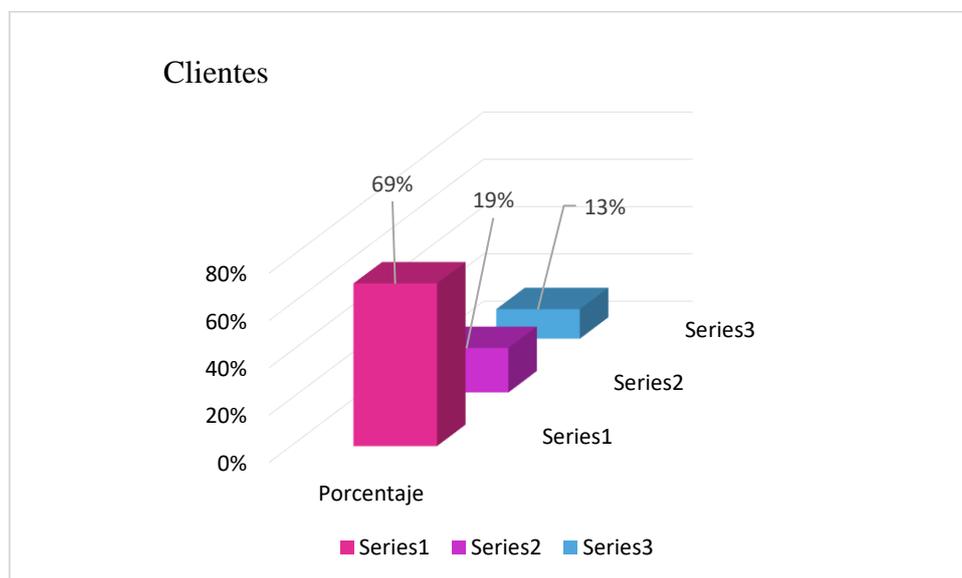
*Tabla 15 : ¿sabe usted quienes son sus principales clientes o importadores de su producto?*

¿Sabe usted quienes son sus principales clientes o importadores de su producto?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	11	69%
b) No	3	19%
c) Siempre	2	13%
Total	16	100%

*\*Elaboración Propia*

*Fuente Cuestionario Aplicado*

*Gráfico 14 : Principales clientes - Tabla 17*



*Elaboración: Propia.*

**Interpretación de Datos.** – según el gráfico no muestra 69% de los encuestados tienen conocimiento de quien o quienes son sus clientes o importadores del producto que ellos venden ya que es una asociación que trabaja de forma transparente y con el compromiso de dar a conocer todos sus actividades comerciales a sus asociados, hay una cierta parte que representa un 19% de los socios que aún no tienen bien claro los movimientos de la asociación es por el mismo hecho que cada día cada vez más se suman a ser parte de esta asociación.

Tabla 16 : *¿Cuáles son las principales características del café de sus asociados?*

<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>
<p><i>Según su criterio ¿cuáles son las principales características del café de sus asociados?</i></p>	<p>La asociación lleva 4 años en el rubro del café y desde su creación hemos querido trabajar con la mejor intención de preparar un producto de calidad para ofrecer a nuestros clientes es por ello que en la actualidad trabajamos la calidad del producto de cada uno de nuestros productores ya hemos avanzado bastante en el tema pero aún estamos con dificultades porque hay socios que trabajan el tema y al algunos socios que aún no han logrado llegar a la calidad estimada, un buen café de muy buen calidad es tener un buen proceso o tratamiento de cosecha y post cosecha así como también sus características físicas que cumplan los estándares de calidad del cliente , sus características sensoriales esto ya es saber el sabor del café , cuerpo, aroma y fragancia con que cuenta dicho producto .</p>

Elaboración: Propia

Fuente: Entrevista al Catador de la asociación de productores Agropecuarios Lima Coffee Perú.  
Aplicada el día sábado 26 de octubre del 2019 (Jaén)

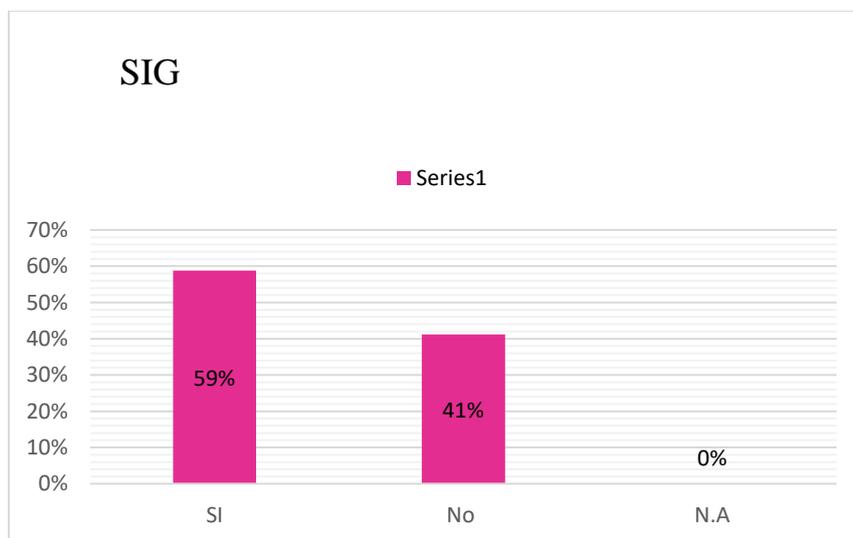
Tabla 17 : ¿Cuenta con un Sistema Interno de Gestión (SIG)?

¿Cuenta con un Sistema Interno de Gestión (SIG)?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) SI	10	59%
b) No	7	41%
c) N.A	0	0%
Total	17	100%

Fuente: Cuestionario aplicado área de Logística

Elaboración Propia

Gráfico 15 : Sistema Interno de Gestión.



Elaboración Propia.

**Interpretación de datos.** - de los resultados obtenidos podemos ver que un 59% de los encuestados indico que la asociación cuenta con los manuales de Gestión con la finalidad de hacer un monitoreo constante y seguimiento a la calidad del café en diferentes parcelas de los productores, seguido de un 41 % que representa a un grupo de socios que aún no tiene definido el tema de Gestión de la calidad.

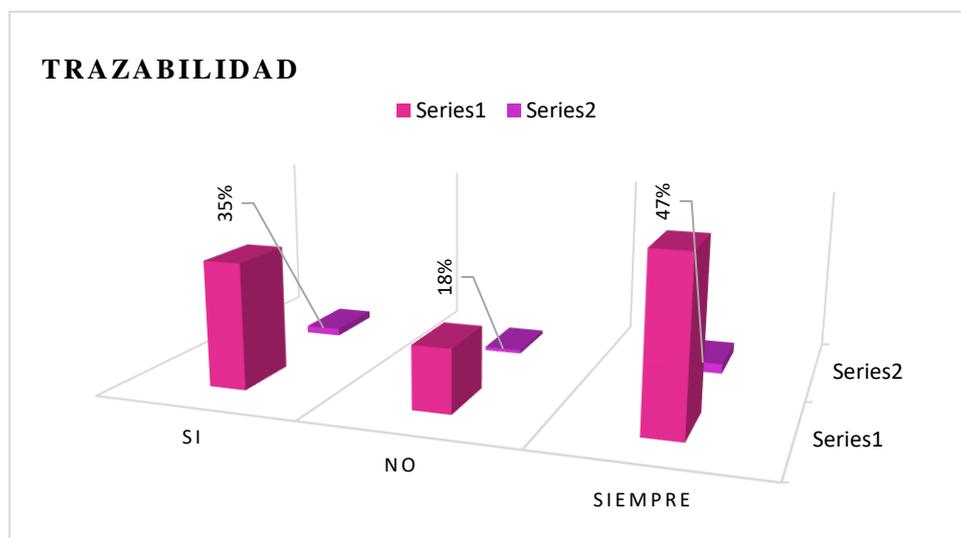
Tabla 18 : ¿Cómo Asociación Que Exporta Ha Implementado Los Manuales De Trazabilidad Del Producto?

¿Cómo asociación que exporta ha implementado los manuales de trazabilidad del producto?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) SI	6	35%
b) No	3	18%
c) Siempre	8	47%
Total	17	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración Propia

Gráfico 16 : Manuales De Trazabilidad -Tabla-20



Elaboración Propia.

**Interpretación de datos.** - hoy en día los importadores se han obligados a exigir a sus proveedores la trazabilidad desde el productor hasta el embarque por el tema de las contaminaciones con los químicos es por ello que un 47% de los encuestados respondieron que están en constantes actualizaciones en lo que respecta los manuales de trazabilidad seguido de un 35% que respondió que toda organización dedicada a la exportación de café debe tener sus manuales de gestión y monitoreo a la producción agrícola.

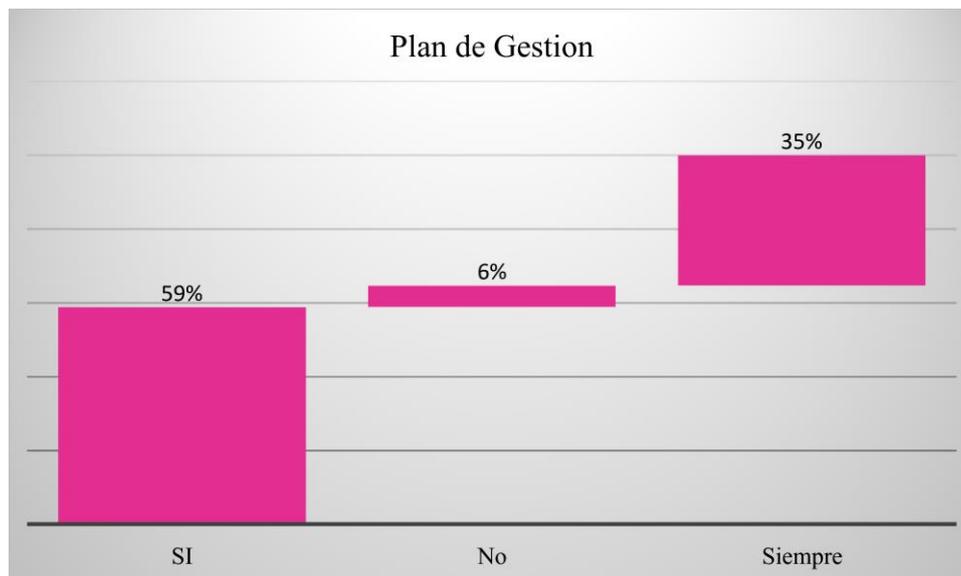
*Tabla 19 : ¿Cuentan con un Plan de Gestión de la Calidad Para el Sistema de Procesamiento de Cafés Especiales?*

¿Cuentan con un plan de gestión de la calidad para el sistema de procesamiento de cafés especiales?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) SI	9	53%
b) No	6	35%
c) Siempre	2	12%
Total	17	100%

*\*Fuente: Cuestionario Aplicado*

*Elaboración: Propia*

*Gráfico 17 : Plan de Gestión de la Calidad -Tabla 21*



*Elaboración Propia.*

**Interpretación de datos.** - los procesos se realizan con el más mínimo cuidado basándose en los estándares de calidad requerido por el cliente fue lo que nos respondieron los encargados de los procesos de producto terminados con un 59% seguido de un 35% que respondieron desde que empezaron a exportar implementaron los manuales y políticas de calidad.

*Tabla 20 : ¿Cuáles han sido las principales dificultades que ha presentado la asociación desde su creación?*

<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>
<p><b>Cuales han sido las principales dificultades que ha presentado la asociación desde su creación.</b></p>	<p>Las dificultades presentadas han ido las bajas producciones de café en los dos últimos años debido a las plagas y enfermedades que atacan a los cultivos de café (como los glifosatos, cadmio entre otros), la falta de criterio técnicos en el manejo agroecológico de sus cultivos, así como el desconocimiento y la falta de asesoramiento al productor incentivar la producción de cafés especiales y su comercialización y la falta de recursos para el crecimiento de la asociación.</p>

---

Elaboración: Propia

---

Fuente: Entrevista al presidente de la asociación de productores Agropecuarios Lima Coffee Perú.  
 Aplicada el día sábado 26 de octubre del 2019 (Jaén)

---

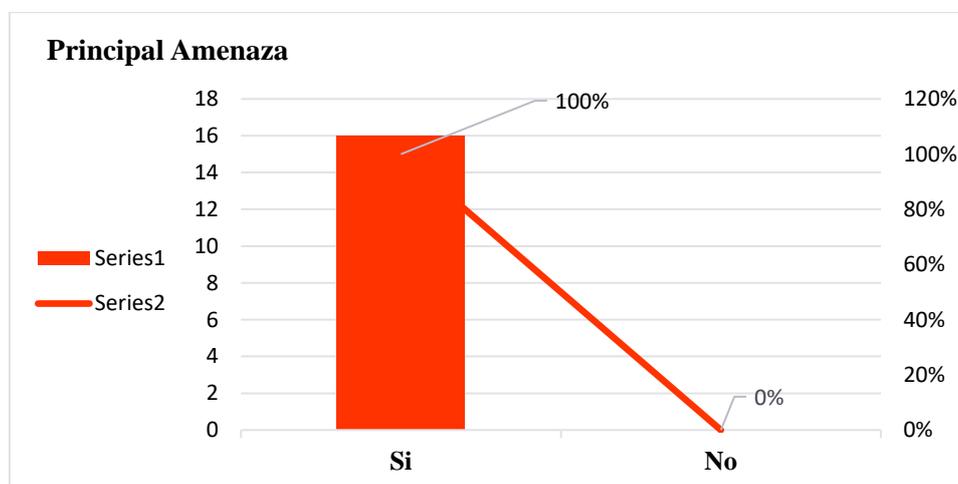
*Tabla 21: ¿Considera Usted que los químicos son la principal amenaza en la producción y comercialización del café?*

¿Considera Usted que los químicos son la principal amenaza en la producción y comercialización del café?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	17	100%
b) No	0	0%
Total	17	100%

\*Fuente Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

*Gráfico 18 : Químicos Principal Amenaza -Tabla 23*



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos:** Como podemos apreciar en el gráfico de resultados el 100% de las respuestas fueron sí , es la principal amenaza el tema de los químicos ya que hoy en la actualidad los cafetaleros viven cientos de problemas por el tema de químicos y para ellos las empresas , cooperativas , y asociaciones han puesto como un punto de quiebre este tema ya que el mercado con los cual ellos trabajan han puesto ciertos criterios para el tema de comercialización , cierto requisitos que cada día son más exigentes es por ello que vienen realizando cientos de análisis desde las plantaciones en las parcelas hasta el proceso en producto terminado ya listo para la exportación .

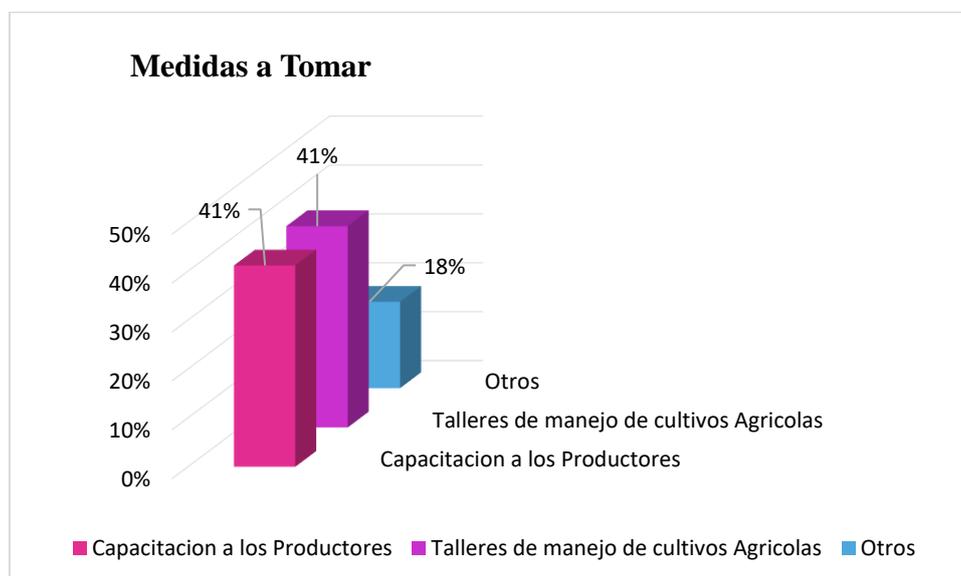
Tabla 22 : ¿Qué Medidas ha tomado para reducir las plagas y enfermedades den la producción del café en las parcelas de sus asociados?

¿Qué medidas ha tomado para reducir las plagas y enfermedades den la producción del café en las parcelas de sus asociados?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) Capacitación a los Productores	7	41%
b) Talleres de manejo de cultivos Agrícolas	7	41%
c) Otros	3	18%
Total	17	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Gráfico 19 : Medidas A Tomar -Tabla 24



Elaboración Propia.

**Interpretación de datos.** – Según el grafico el 41% respondió que para reducir las enfermedades y plagas de las parcelas de los productores vienen implementando talleres de manejo agrícola, así como también un 41% respondió que realizan capacitaciones en varios en las diferentes bases de los asociados que forman parte de la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú.

## RESPECTO A FINANCIAMIENTO Y PRECIOS.

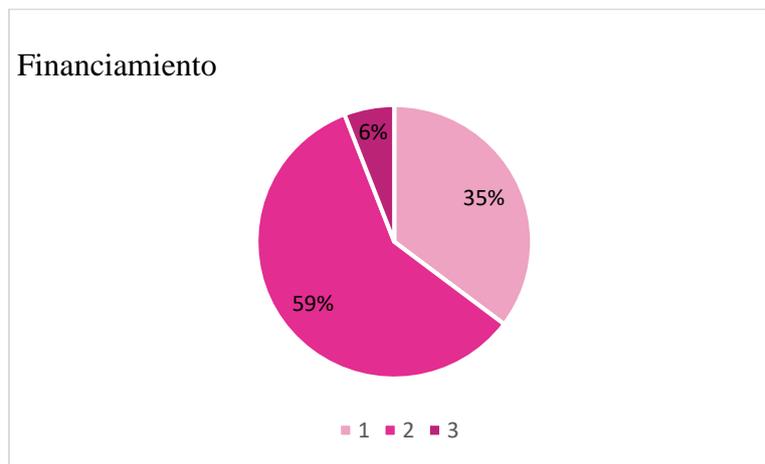
Tabla 23 : ¿De qué manera el Financiamiento ayudo a mejorar la Producción de los asociados?

¿De qué manera el financiamiento ayudo a mejorar la producción de los asociados?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) Poco	6	35%
b) Mucho	10	59%
c) En Nada	1	6%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Gráfico 20 : Financiamiento - Tabla 25



Elaboración Propia

**Interpretación de Datos:** Según el gráfico podemos ver que el 59% de los encuestados respondieron que el financiamiento está ayudando en parte con el problema que ahora tienen los cafetaleros y que la asociación está tratando de ver de qué manera enmarcar todas las necesidades de cada uno de sus socios, así como también hay un 35% de las encuestados que respondieron que la asociación tiene oportunidades con el financiamiento, pero no se está logrando ayudar a todos los socios en su mayoría en constante seguimiento en el proceso de cosecha y post cosecha .

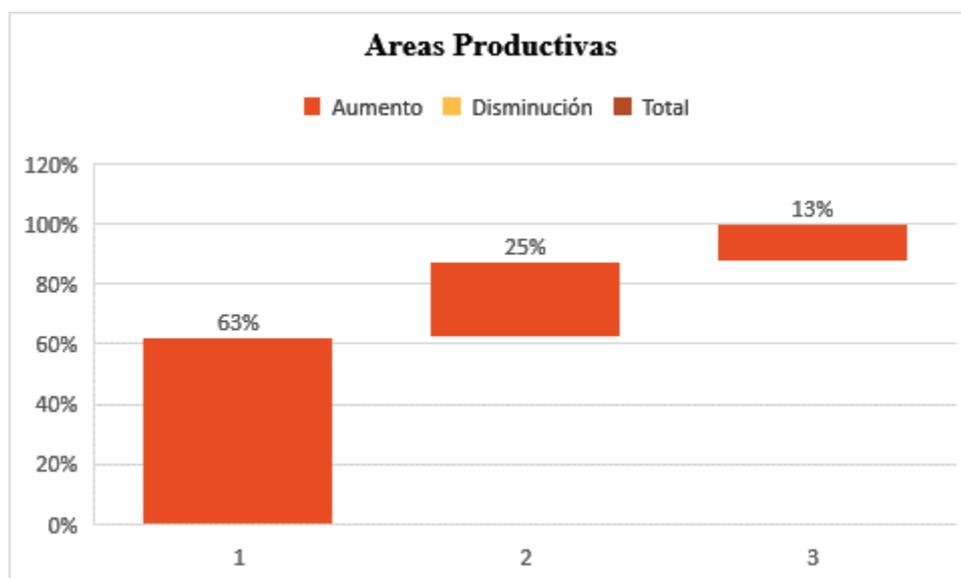
Tabla 24 : ¿La Rentabilidad de las áreas productivas se ha dado por la influencia de los financiamientos obtenidos?

¿La Rentabilidad de las áreas productivas se ha dado con los financiamientos obtenidos?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) SI	10	63%
b) NO	4	25%
c) N, A	2	13%
Total	16	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado a productores

Elaboración Propia.

Gráfico 21 : Áreas Productivas - Tabla 26



**Interpretación de Datos:** La mayoría respondió que gracias al empuje que les da la asociación están en ampliación de sus parcelas, con el debido cuidado por el tema de la calidad ya que sientes que la calidad es un factor importante para la comercialización del café es por ello que representa un 63%, seguido de un 25% de las personas que respondieron que aún no han tenido la oportunidad de gozar de los beneficios porque el crecimiento de las parcelas no es rápido como ellos bien lo describen que la siempre tiene

un proceso y duración de un tiempo prudente mientras tanto se preparan con aprendizajes en temas productivos .

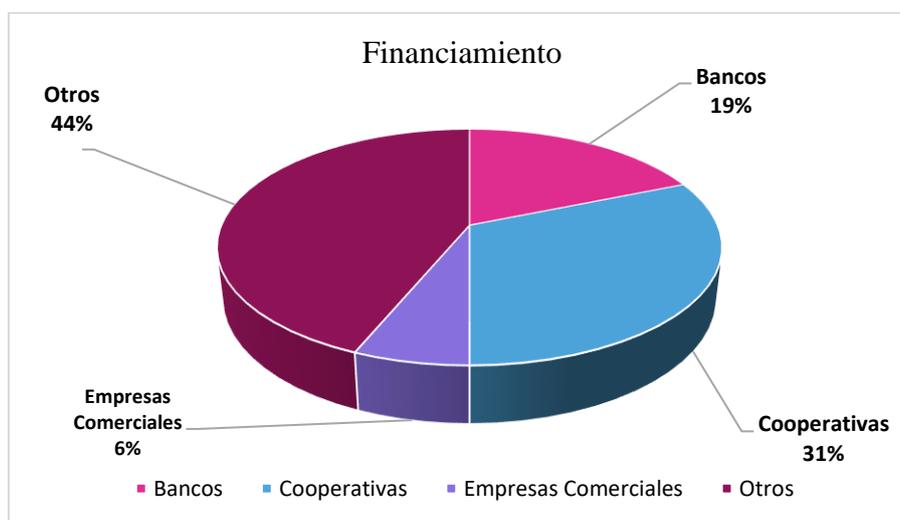
Tabla 25 : ¿Quién le proporciona el Financiamiento a su asociación?

¿Quién le proporciona el financiamiento a su asociación?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) Bancos	3	19%
b) Cooperativas	5	31%
c) Empresas Comerciales	1	6%
d) Banca internacional (importador)	7	44%
Total	16	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado productor y presidente.

Elaboración Propia

Gráfico 22 : Financiamiento a la organización -Tabla 27



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos.** - Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los socios, así como también a los trabajadores de la asociación referente al financiamiento, se obtuvo que el 44% considera que la asociación mayormente es financiada por el

importador, así mismo un 31% tienen el apoyo de las cooperativas con anticipos por tiempo de campaña.

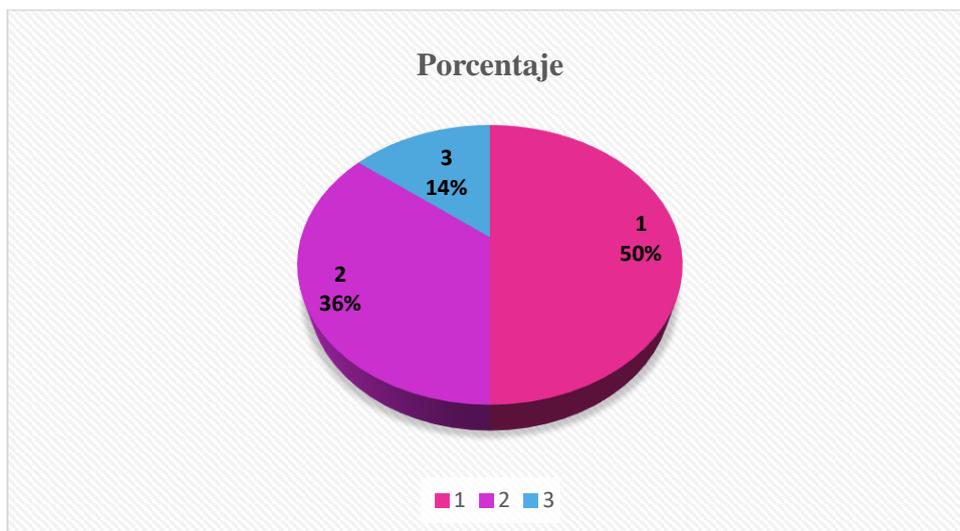
Tabla 26 : ¿Cuál es el Porcentaje de anticipo que recibe por parte de sus clientes?

¿Cuál porcentaje de anticipo que recibe por parte de sus clientes?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) 10% a 20%	7	50%
b) 25 a 30%	5	36%
c) 51% en adelante	2	14%
Total	14	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración Propia

Gráfico 23 : Representación porcentual - Tabla 28



Elaboración Propia.

**Interpretación de Datos.** - Según el gráfico la mayoría respondió que el porcentaje de los anticipos por parte de los clientes o importadores es de por medio de contratos de producción, seguido de un 36% que respondió que los anticipos a los socios son por cosechas y un porcentaje muy bajo que dice que no hay adelantos en su totalidad.

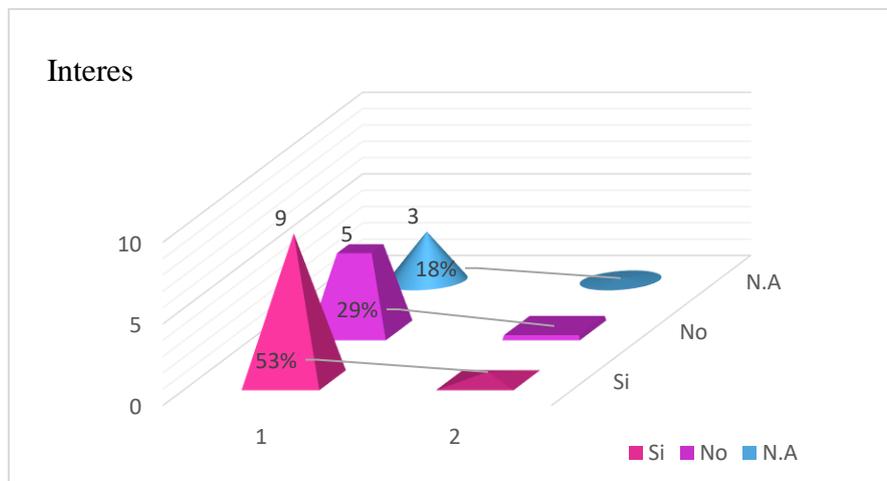
Tabla 27 : ¿El interés ofrecido por los clientes o entidades financieras es Manejable?

¿El interés ofrecido por los clientes o entidades financieras es manejable?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	9	53%
b) No	5	29%
c) N.A	3	18%
Total	17	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado al Presidente

Elaboración: Propia

Gráfico 24 : Tipo de interés para el Financiamiento - Tabla 29



Elaboración Propia

**Interpretación de Datos.-** El 53% respondió que el interés que ofrecen las entidades financieras es manejable de acuerdo con los contratos pactados entre la asociación y las entidades financieras el 29% respondieron que en la actualidad hay entidades financieras que sus intereses no son manejables porque ya son estipulados y que por cierto son muy altos y los requisitos son bastante exigentes si se trata de un productor cafetalero las garantías son los títulos de las parcelas así como también sus bienes muebles .

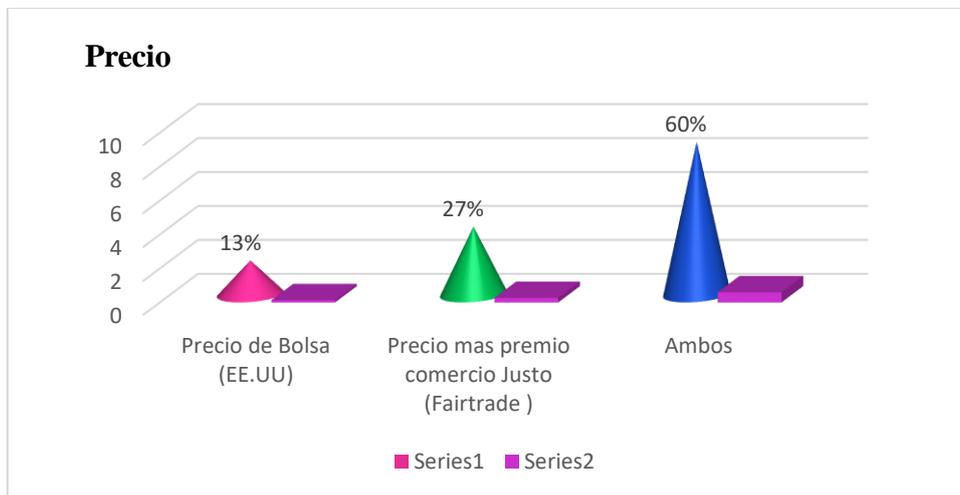
Tabla 28 : ¿En Base a qué precio vende su café actualmente?

¿En Base a qué precio vende su café actualmente?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Precio de Bolsa (EE.UU)	2	13%
b) Precio más premio comercio Justo (Fairtrade )	4	27%
c) Ambos	9	60%
Total	15	100%

\*Fuente: Cuestionario aplicado Socios y área de logística

Elaboración Propia

Gráfico 25: Precios - Tabla 30



Elaboración Propia.

**Interpretación de datos.** - según el gráfico el 60% indicó que el precio en la actualidad es en base a la bolsa y de alguna manera precio más premio de comercio justo ya que nuestras parcelas están certificadas con orgánicas comercio justo, seguida un 27% que son los productores que ya tienen conocimiento que es el premio comercio justo como es el proceso y cuando se debe de aplicar. Hay un porcentaje muy bajo de 13% de algunos productores aun que están en proceso de preparación en los temas de precios y mercados.

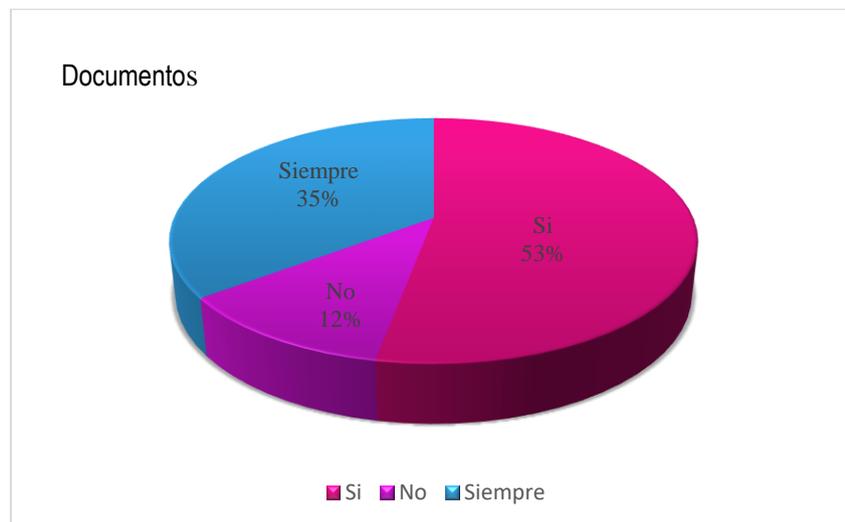
Tabla 29 : ¿Utiliza algún Documento legal con sus clientes para acceder al financiamiento?

¿Utiliza algún documento legal con sus clientes para acceder al financiamiento?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	9	53%
b) No	2	12%
c) Siempre	6	35%
Total	17	100%

\*FUENTE: CUESTIONARIO APLICADO AL PRESIDENTE Y ÁREA LOGÍSTICA

ELABORACIÓN PROPIA

Grafico 26 : Documentos legales como Garantías -Tabla 31



Interpretación de datos. Según el gráfico el 53 % indicó que los documentos que utilizan para los financiamientos con los clientes o importadores son los contratos comerciales en su mayoría ya que es un documento de garantía para los importadores donde garantiza la compra del producto previo análisis de calidad que hoy en día es una amenaza para los cafetaleros asociados y no asociados.

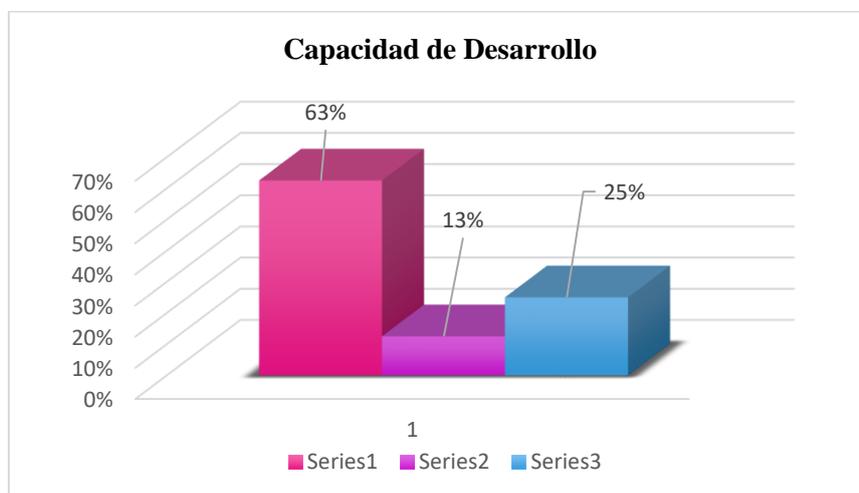
Tabla 30 : ¿Cree Usted que el financiamiento genera mayor capacidad de desarrollo en su asociación?

¿Cree Usted que el financiamiento genera mayor capacidad de desarrollo en su asociación? ?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Si	10	63%
b) No	2	13%
c) Siempre	4	25%
Total	16	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Grafico 27 : Capacidad de desarrollo - Tabla 32



Interpretación de datos. El gráfico muestra que el 63% de los caficultores respondió que el estar asociado les ha generado mayor desarrollo social y confianza porque gracias a que pertenecen a la asociación en algunos casos tienen garantía para poder vender su producto sin temor a que puedan ser rechazados por el tema de químicos y otras enfermedades que ahora les está trayendo varios problemas, seguido de un 25% que aún no se asocian estos venden su café a los comerciantes a un precio muy bajo con el beneficio que no les exigen calidad solo cantidad dado el caso.

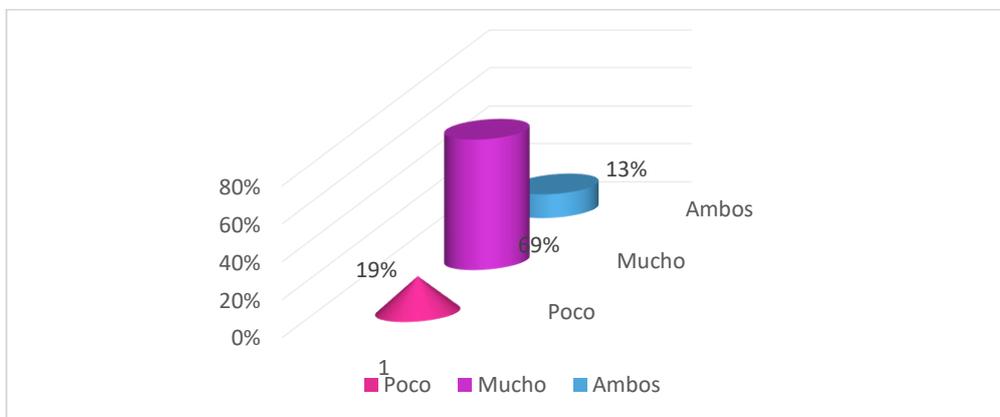
Tabla 31 : ¿Con los ingresos obtenidos a mejorado la calidad de vida de los asociados ?

¿Con los ingresos obtenidos a mejorado la calidad de vida de los asociados ?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Poco	3	19%
b) Mucho	11	69%
c) Ambos	2	13%
Total	16	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado a los productores

Elaboración Propia

Grafico 28 : Calidad de vida de los asociados - Tabla 33



**Interpretación de Datos.-** El Grafico muestra que el 69% de los caficultores manifestaron que la producción y comercialización del café es la actividad que les ayudado bastante ya que gracias al esfuerzo y dedicación que le prestan han obtenido ahora una mejor calidad de vida su hijos han salido a estudiar superior ya antes de solo estudiaban primaria y se dedicaban a la chara ahora con las oportunidades que les brinda la asociación a la cual pertenecen les ayudado bastante tanto social como económicamente , hay un 19% que respondió que no tiene apoyo aun de alguna empresa ya que son los cafetaleros que no pertenecen a ninguna cooperativa o asociación .

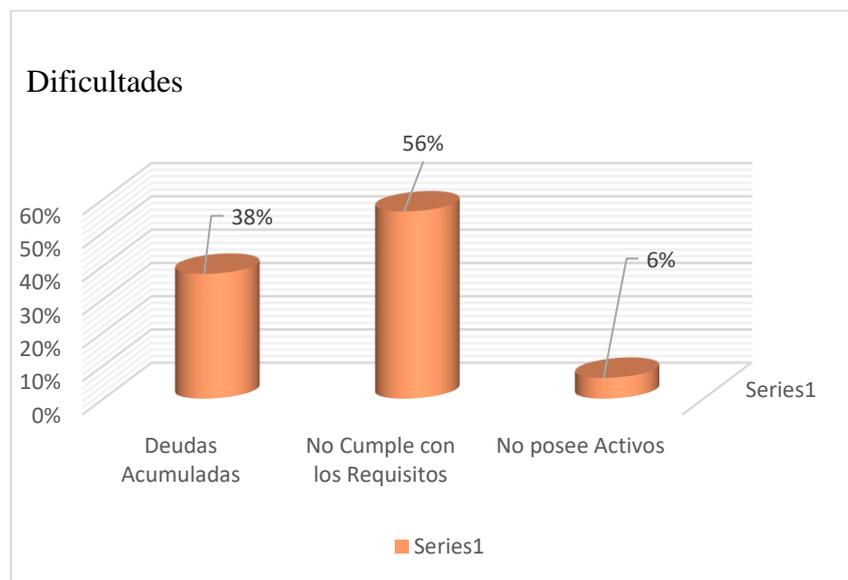
Tabla 32 : ¿Cuáles han sido las dificultades para acceder a un Financiamiento?

¿Cuáles han sido las dificultades para acceder a un financiamiento?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) Deudas Acumuladas	8	50%
b) No Cumple con los Requisitos	6	38%
c) No posee Garantías	2	13%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Grafico 29 : Dificultades para acceder Financiamiento - Tabla 34



**Interpretación de datos.-** Según el grafico el 58% de los encuestados respondieron que las dificultades que han tenido para acceder a un financiamiento en su mayoría a sido que como somos una asociación no poseemos aun de activos fijos que garanticen el financiamiento obtenido es por ello que se accede al financiamiento por parte del importador o de las cooperativas que en su mayoría las garantías siempre son los contratos de venta y producción .un 38% que respondió que una de las dificultades es tener deudas esta respuesta corresponde a los socios ya que algunos que concurren a entidades financieras locales .

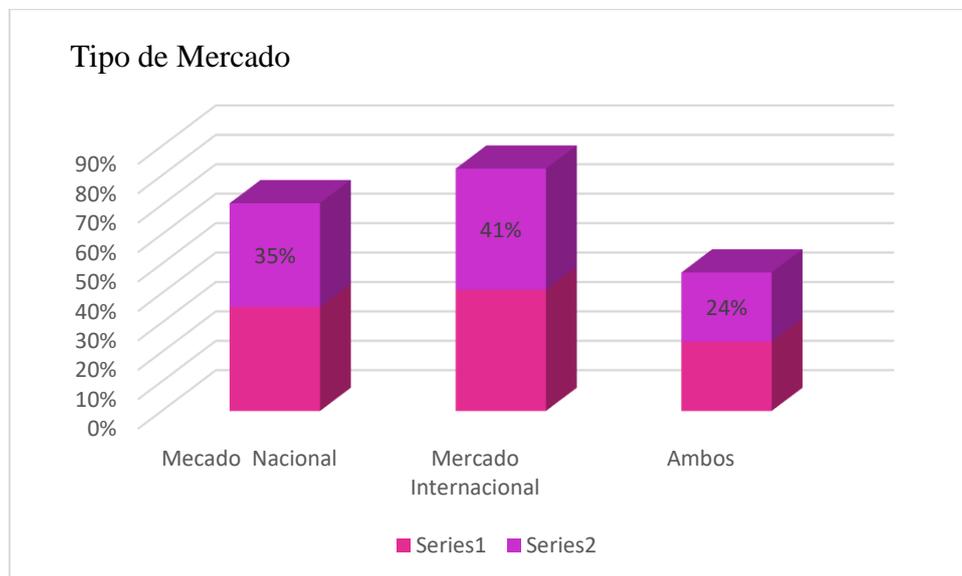
Tabla 33 : ¿Dónde Percibe mayor Ingreso, en el Mercado nacional o Internacional?

¿Dónde percibe mayor ingreso, en el mercado nacional o internacional?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
a) Mercado Nacional	6	35%
b) Mercado Internacional	7	41%
c) Ambos	4	24%
Total	17	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Grafico 30 : Mayor Ingreso En Mercados Internacionales



Elaboración Propia.

**Interpretación de datos.** – El gráfico nos muestra que el 41% de los ingresos obtenidos son de mercado internacional ya que la asociación de productores agropecuarios lima coffee Perú, cuenta con un importador exclusivo .de la misma manera también hay un 35% que respondió que realizan sus ventas a mercados locales como son supermercados tiendas, ferias agropecuarias , pasantías en diferentes lugares promocionando el producto que comercializan ,seguido de un 24 que respondió que los ingresos para la asociación se percibe de ambos mercados .

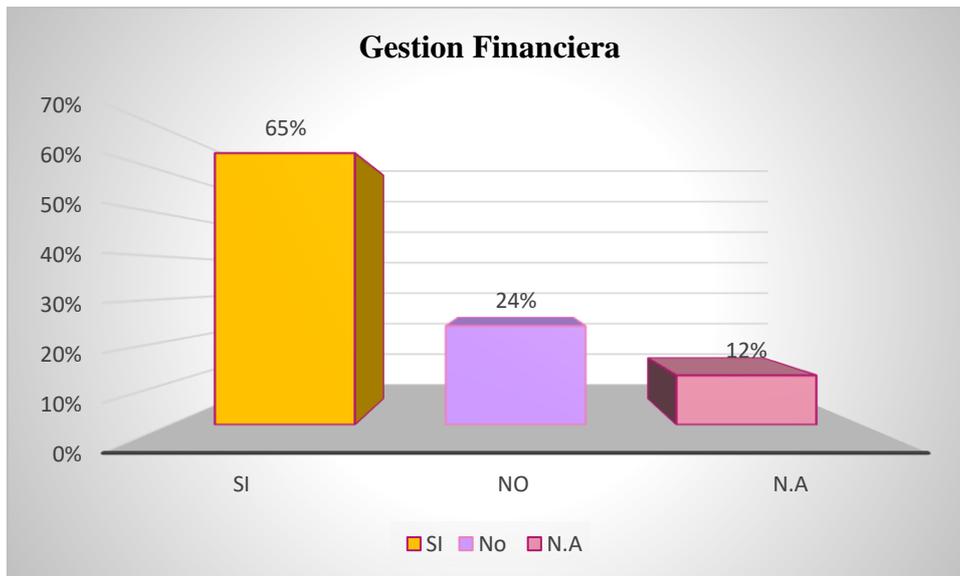
Tabla 34 : ¿Considera usted que la gestión financiera es Importante para crecer en el ámbito empresarial como asociación?

¿Considera usted que la gestión financiera es importante para crecer en el ámbito empresarial como asociación?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) SI	11	65%
b) No	4	24%
c) N. A	2	12%
Total	17	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Grafico 31 Gestión Financiera - Tabla 36



**Interpretación de datos.** – Según el gráfico el 65% indicaron que en una organización ya sea asociación o de otro índole es muy importante la gestión financiera ya que mediante ellos se puede cubrir las necesidades de la misma y cumplir con los objetivos trazados como organización, pero también hay un 24% que dice que no porque tienen el concepto de gestión financiera como que solicitan dinero. Seguido de un porcentaje muy bajo que considera que los aportes de los socios ayudan a solventar las necesidades de una organización.

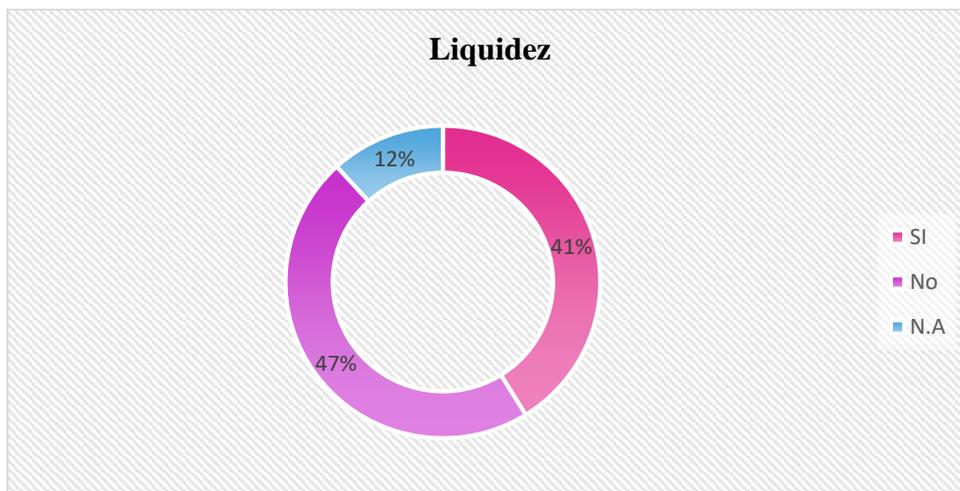
Tabla 35 : ¿Actualmente la Asociación de productores agropecuarios Lima Coffee ya cuenta con Liquidez?

¿Actualmente la Asociación de productores agropecuarios Lima Coffee ya cuenta con Liquidez?	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
a) SI	7	41%
b) No	8	47%
c) N. A	2	12%
Total	17	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Grafico 32 : Liquidez - Tabla 37



Interpretación de datos. – El 47% indico que una asociación con un prestigio ganado dentro del rubro del café tiene muchas oportunidades para generar liquidez, pero también hay un 41% que respondió que no porque una asociación con muy poco tiempo de creación no puede tener liquidez, si hacemos una comparación de los datos recolectados podemos decir que una asociación como una cooperativa puede generar liquidez porque tiene a su importador que les brinda el financiamiento necesario.

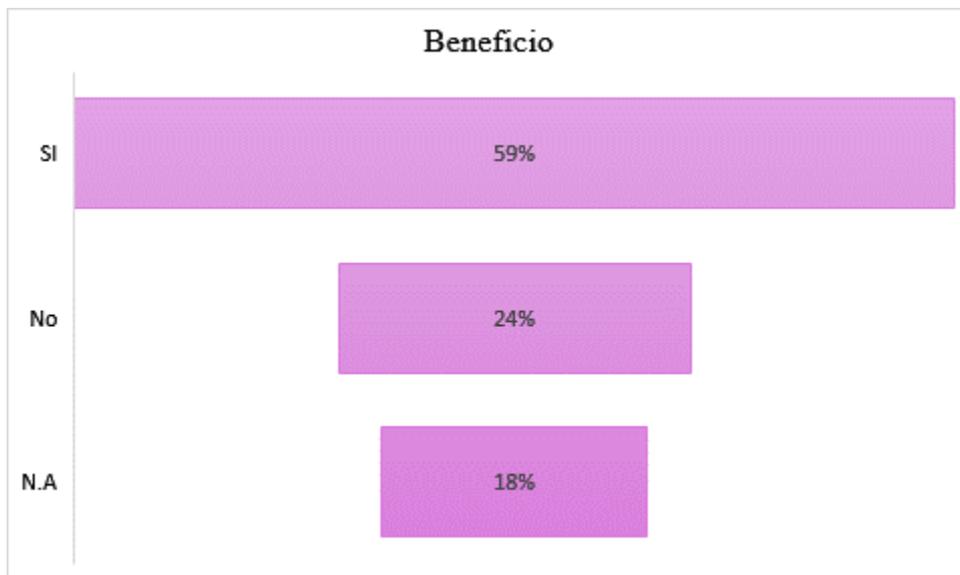
Tabla 36 : ¿Ha recibido beneficio alguno como consecuencia de la exportación?

¿Ha recibido beneficio alguno como consecuencia de la exportación?	Respuestas	
	N°	Porcentaje
SI	10	59%
No	4	24%
N. A	3	18%
Total	17	100%

\*Fuente: Cuestionario Aplicado

Elaboración: Propia

Gráfico 33 : Beneficios por la exportación. Tabla 38



**Interpretación de datos.** – El 59% de los encuestados respondieron que gracias a la exportación se han beneficiado con proyectos sobre todo de reforestación en beneficio de sus asociados los cuales fueron por parte de los importadores, seguido de un 24% que no recibieron ningún beneficio o proyectos.

### 5.1.2. Objetivo Especifico 02.

**Describir las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú 2019.**

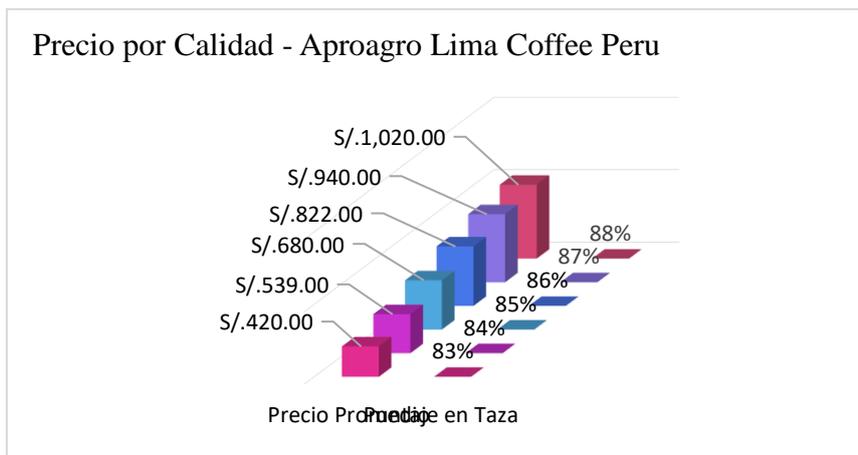
1. Es importante la diversificación de fuentes de financiamiento para la organización la falta de acceso a financiamiento es un problema ya que los bancos las altas tasas de interés y que en algunas oportunidades las organizaciones no cumplen con los requisitos que se necesitan para poder obtener un préstamo o crédito considerable y cumplir con las necesidades de la asociación, poder acopiar más, producir más y poder cumplir con las ventas y contratos con el importador.

TABLA 37 : PRECIO PROMEDIO POR CALIDAD.

Item	Cantidad QQ	Precio Promedio	Puntaje en Taza
001	5436.32	S/. 420.00	83%
002	4491.79	S/. 539.00	84%
003	797.28	S/. 680.00	85%
004	106.59	S/. 822.00	86%
005	46.6	S/. 940.00	87%
006	73.28	S/. 1,020.00	88%

*Elaboración Propia*

GRÁFICO 34 : REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE PRECIOS.



*Elaboración Propia.*

2. La Asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú es quien se encarga de buscar el financiamiento tanto de la banca nacional o local (Coopa Norandino, Coop Norandino Ltda) como también de la banca internacional (Café import, Root Capital) para garantizar a los socios una campaña de cosecha segura y confiable, una de las ventajas que tiene esta asociación es que se ha ganado el prestigio a su corto tiempo dentro del rubro resultado de eso se viene ejecutando un proyecto financiado por el Programa Nacional de Innovación Agraria – PNIA, y como contrapartida una Alianza Estratégica (Asociación Acaides, Instituto San Agustín, universidad Nacional de Piura y Aproagro Limcof).

TABLA 38 : PROYECTO DE BENEFICIO.

N°	NOMBRE DEL PROYECTO	ENTIDAD FINANCIADORA	APORTE FINANCIADORA		APORTE ALIANZA	
			S/.	%	S/.	%
1	Validar un paquete de Biofertilización en base a microorganismos Eficientes de Montaña	Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA)	280,623.16	69.82%	84,680	30.18%

*Elaboración Propia.*

3. La asociación de productores agropecuarios Lima coffee Perú es una organización que produce café especiales de muy buenos rendimientos físicos y sensoriales que en varias oportunidades han recibido premios locales de mejores cafés dentro de la región Cajamarca, estas oportunidades abrió puertas a los clientes nacionales e internacionales en la compra de micro lotes de café especiales ya que nuestros socios se encuentran en dos zonas bien identificadas zona media bajo de 1500 -1700 m.s.n.m, zona alta de 1700 -2000 m.s.n.m .

Actualmente la asociación es considerada una de la más sobresalientes en lo que respecta a café especiales es por ello que su visión es consolidarse como modelo agro

empresarial sostenible basado en el compromiso y confianza mutua, calidad del producto nuestros factor principal y cuidado del medio ambiente, siendo su objetivo principal posesionar un producto de calidad en el mercado nacional con proyecciones a espacios internacionales, incrementar la producción y venta de café de cada productor desarrollando estrategias en base a la producción de cafés especiales que satisfagan las expectativas y necesidades principalmente de los clientes (variedad , calidad ).

4. A nivel de asociación dentro del difícil y competitivo mercado del café se ha logrado acopiar 22,196 QQ ; lo que representa un 74% aproximadamente de entrega del socio en la Asociación, porcentaje que irá creciendo debido a nuestra consolidación en el mercado internacional y contando con los recursos económicos suficientes para el pago oportuno de cada entrega de café , producto de ello se ha logrado vender al mercado nacional 48% y al mercado internacional 52% en referencia al año anterior se obtuvo un incremento en cuanto a las ventas de exportación directa, siendo aún nuestra meta para la siguiente campaña llegar a exportar el 100% del café producido por nuestros socios, a los diferentes y exigentes mercados como Estados Unidos, Europa, Oceanía y Asia. Con la experiencia comercial y organizacional y en la continua gestión de búsqueda de financiamientos, se nos abrió las puertas con entidades financieras externas específicamente con quienes se pudo concretar la gestión, siendo este el primer año que logramos acceder a nuestra primera línea de financiamiento externa a través de contratos de venta en garantía , estamos convencidos que el modelo asociativo del cual somos parte, es forma adecuada y alternativa más viable para que el productor pueda alcanzar mejores oportunidades que le permitan mantener el cultivo de café, alcanzar una mejor calidad de vida como unidad familiar, poder generar progresivamente ahorros e inversiones de corto y

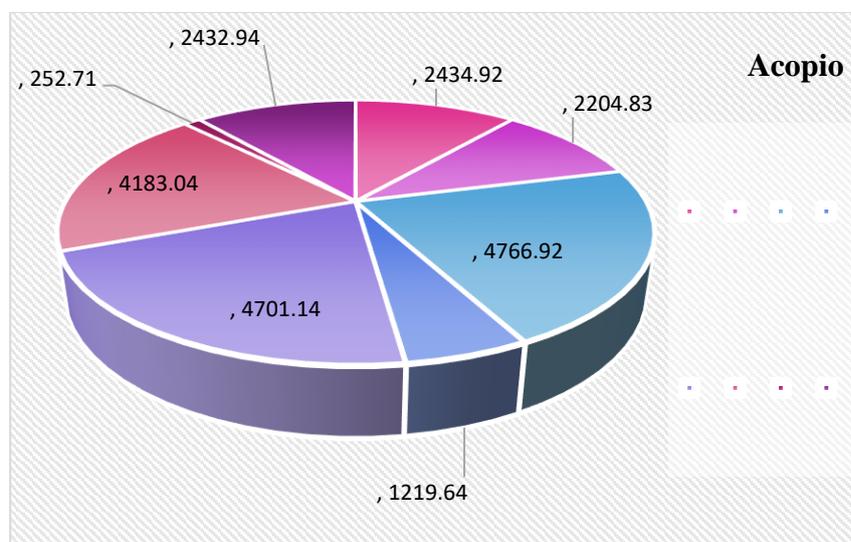
mediano plazo por ello como asociación se ha pagado precios justos a nuestros asociados, teniendo un precio promedio de acopio de S/ 430.56 por quintal de café pergamino.

TABLA 39 : ORGANIZACIONES DE BASE ASOCIADAS

Distrito	Base	Producción	Acopio QQ	% Partic
Bellavista	Definitiva	3389	2434.92	71.85%
Chirinos	Definitiva	4916	2204.83	44.85%
Huabal	Definitiva	5817	4766.92	81.95%
La Coipa	Definitiva	1582	1219.64	77.09%
San Ignacio	Definitiva	4894	4701.14	96.06%
San José de Lourdes	Definitiva	6087	4183.04	68.72%
Cchontali	Invitada	300	252.71	84.24%
Otros	Convencional	3015	2432.94	80.69%
<b>Total</b>		<b>30000</b>	<b>22196.14</b>	<b>73.99%</b>

\*Fuente: APROAGRO LIMA COFFEE PERU.

GRÁFICO 35 : REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE ACOPIO POR BASE.



Elaboración Propia.

**Interpretación.** - Podemos observar que el porcentaje de producción de café en QQ en procedente de san Ignacio y Huabal son las organizaciones de base que más acopian a la asociación.

5. Durante la campaña 2018 y 2019 se continuó ejecutando el proyecto de cocinas mejoradas, las cuales fueron entregadas a los socios bajo la modalidad de fondo rotatorio a ser cancelado en 2 campañas, Actualmente se vienen elaborando proyectos para presentar a diversas fuentes nacionales (FONDECYT, AGROIDEAS, CONCYTEC, OTROS) y extranjeras, que permitan ayudar a mejorar la productividad y calidad de café de nuestros socios, y por ende mejorar la calidad de vida de nuestros asociados.

6. Durante la campaña 2019, se realizaron gestiones financieras tanto con la banca local como con la banca del exterior, que permita desarrollar la campaña comercial con fondos suficientes para acopiar y comercializar el café de los socios; uno de los factores determinantes en cada campaña es contar con liquidez suficiente para poder pagar oportunamente a los socios por su entrega de café, buscar financiamiento es un reto para nosotros como asociación es por ello que permanecemos en constante comunicación y visitas a nuestros clientes y proveedores .

- ***Análisis externo e interno:*** utilizando el análisis FODA, se puede conocer cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del a APROAGRO LIMA COFFEE PERU para la producción y calidad del café, así mismo para la exportación como asociación.

TABLA 40 : Análisis Externo e Interno -FODA

	<b>POSITIVO</b>	<b>NEGATIVO</b>
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
ANALISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Beneficios socioeconómicos debido a las certificaciones internacionales.</li> <li>✚ Interés de los mercados internacionales por consumir productos orgánicos.</li> <li>✚ La provincia de Jaén, san Ignacio es un potencial productor de café.</li> <li>✚ Existencia de ferias y ruedas de negocios locales e internacionales que permiten establecer contactos para futuros negocios y descubrir tendencias comerciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Las plagas y enfermedades (GLIFOSATO, CADMIO), que se puedan presentar en los cultivos de café.</li> <li>✚ Cambio climático que afecta las cosechas.</li> <li>✚ Caída del precio del café en el mercado internacional.</li> <li>✚ Competitividad del mercado.</li> </ul>
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>

ANALISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ El compromiso de los productores con su organización.</li> <li>✚ Cuenta con almacenes propios.</li> <li>✚ Buena relación con los productores.</li> <li>✚ Trazabilidad total del producto.</li> <li>✚ Certificaciones confiables.</li> <li>✚ Café con alta puntuación en taza de 83% y 88% apto para exportación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Poco consumo nacional de productor orgánicos café, cacao.</li> <li>✚ Falta de financiamiento para cubrir la demanda en tiempo de campaña (cosecha)</li> <li>✚ Desconocimiento sobre exportaciones por parte de los socios.</li> <li>✚ Limitado personal técnico para desarrollar trabajos en campo.</li> </ul>
------------------	--	---

*\*Elaboración: Propia.*

Si bien es cierto la APROAGRO LIMA COFFEE PERU posee una misión, visión y sus objetivos, no cuenta con un buen plan estratégico para la producción y mejora de la calidad del producto, de la misma manera no cuenta con manuales de manejo de suelos y control interno en las diferentes bases, por otro lado, las debilidades fueron identificadas básicamente en la falta de apoyo en orientaciones sobre manejo de plagas y enfermedades y ocasional contaminación cruzada.

### **5.1.3. Objetivo Especifico 03.**

**Explicar la propuesta de mejora del Financiamiento que Mejoren las Posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú - 2019.**

De acuerdo al análisis elaborado en el objetivo N° 02, del cual se han determinado deficiencias en la asociación se propone las siguientes propuestas en beneficio de la asociación.

#### **A. PRIMERA PROPUESTA. CONVENIOS O ALIANZAS CON INSTITUCIONES FINANCIERAS NACIONALES E INTERNACIONALES.**

Con la siguiente propuesta se pretende dar una alternativa de buscar financiamiento de manera más accesible para avanzar en el logro de los objetivos que se plantea la asociación en las diversas actividades que realiza, las alianzas convenios son importante dentro de una organización dedicada al rubro de café ya que la demanda es alta en la comercialización del café. También se pretende acceder a proyectos de inversión para la asociación mediante la cooperación internacional en beneficio de los productores de esta manera la asociación se comprometerá hacer más eficiente y darle la mayor ventaja a los productores y sostener siempre una línea de financiamiento alta.

Resultados Esperados.

Lo que se espera con la siguiente propuesta es afianzar alianzas entre bancos nacionales e internacionales así como también de cooperativas dedicadas al mismo rubro, también con instituciones privadas comerciales.

## **B. SEGUNDA PROPUESTA.-. SERVICIOS NO FINANCIEROS.**

De acuerdo a la necesidad de seguir complementando diferentes roles de servicios financieros, también son necesarios servicios no financieros que ayuden de una u otra forma a que los socios tengan iniciativas empresariales, como empezar a exportar sin intermediarios, exportar directamente su producto, para atender otras necesidades enmarcadas en el concepto de familias y comunidades saludables, principalmente a través de esquemas que permitan fortalecer el crecimiento de los socios.

Las universidades a través de sus áreas de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), buscan generar apoyo a comunidades y organizaciones para que puedan tener una mejor proyección social y económica. Algunas universidades mediante programas de capacitación buscan ayudar a pequeños productores en temas de producción, comercialización y otros temas prioritarios que se identifiquen conjuntamente con diversos grupos de interés. El objetivo es sistematizar el uso administrativo en conducción a sus organizaciones empresariales, fortaleciendo sus conocimientos y poder mejorar la calidad de vida de muchas familias.

Los servicios no financieros tienen diferentes formas y estructuras. Para la presente propuesta, adoptaremos una clasificación que contempla enfoque y naturaleza del servicio, que luego nos permita organizar las actividades específicas y el público objetivo: Servicios de educación financiera, Capacitación en gestión, Capacitación en comercialización/Exportación directa, Capacitación en temas contables.

### **Resultados Esperados.**

Lo que se espera conseguir con la propuesta es incentivar, socializar y equilibrar los recursos de la Asociación de modo que los resultados cuantitativos (gestión empresarial)

y los resultados cualitativos (gestión social), de este modo, los servicios no financieros se insertan en la cartera de servicios que la Organización necesita en respuesta a sus necesidades económicas, sociales y culturales.

## **5.2. Análisis de Resultados.**

### **5.2.1. Objetivo Especifico 01.**

**Establecer las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú 2019.**

Los resultados se analizan en consideración a los objetivos planteados en la investigación:

Según los resultados de la investigación, la asociación de productores agropecuarios es una organización que se orienta al mercado de productos orgánicos con muy buena calidad y características de cada producto, siendo el mercado internacional en el que crece una ventaja para la asociación de acuerdo a las tendencias de la actualidad en los mercados internacionales es los cafés especiales con alta calidad física y sensorial. Así mismo se pudo evidenciar un aspecto importante de acuerdo a la encuesta aplicada es la problemática de los agroquímicos, cadmio, glifosatos la cual refleja un porcentaje moderado que afecta a toda la cadena de producción de café. Los productores bajo ese contexto que se viene dando han dado su mayor esfuerzo para mantener la calidad de su producción, pero eso no es todo hay aún una baja rendimiento en lo que es temas agrícolas en campo es una necesidad que el caficultor tiene que tener una cultura cafetalera conocer cómo se produce mejor. De otro lado con los resultados obtenido se pudo evidenciar las ventas y la buena gestión en temas de comercialización que tiene dicha organización de esa manera se puede decir que es una organización de un muy buen nivel tanto en gestión comercial, así como gestión financiera. También se ha podido evidenciar que tienen oportunidades y que solo se enfocan en una sola como en vender dejando de lado los

procesos de producción de cada uno de los productores incentivar a la producción, comercialización, así como también en implementar proyectos de corto plazo en beneficio de cada uno ya que el camino de la asociación es gracias al esfuerzo y dedicación de cada uno de los caficultores.

### **5.2.2. Objetivo Especifico 02**

#### **Describir las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú 2019.**

La asociación de productores agropecuarios acopia en sus diferentes bases tanto en Jaén como en san Ignacio donde se puede encontrar diversos tipos de café con diferentes calidades desde la producción hasta la taza. Con estos indicadores en algunas oportunidades no se abastecido en la entrega al cumplimiento a sus clientes por motivo de que las parcelas carecen de un buen manejo de cultivo y que ahora están afrontando la crisis de los agroquímicos. La asociación cuenta con una buena gestión financiera y que gracias a ello ha logrado acceder a proyectos de productividad para llevar tecnología y manejo agronómico con equipos que son necesarios para el cultivo de café, uno de los grandes retos es bajar los costos de producción y así poder mejorar la calidad de vida de los productores, así como también mejorar la calidad del producto en bien de la asociación. Por otro lado, los mercados internacionales nos piden café de calidad con alta capacidad de rendimiento en taza. Para ello se está trabajando en tener productores de calidad para poder tener un buen resultado en lo que es la producción y calidad, así como el manejo de los ingresos de cada uno teniendo en cuenta la dimensión ambiental. El tema de mejorar la infraestructura es prioridad de todos ya que la mejora de la calidad depende de muchos factores dentro de la cadena de producción de café. Para la asociación es un

privilegio trabajar con cafés especiales para ello se va implementar parcelas llevando bien a detalle de manera empresarial.

Como asociación tenemos ya identificados los productores con los cuales tenemos muy buenas relaciones que se encuentran en zonas estratégicas con mucho potencial con condiciones para producir un café de alta calidad en esta caso como la zonas de huabal , diamante , chirinos , la palma de chirinos , con estos productores ya hemos ya todo un trabajo de campo , asesoramiento técnico de tal manera que aseguremos la calidad y nos produzcan un buen café en taza así mismo el trabajo de fermentación y secado de tal manera que el café pueda desarrollar sus características y obtener un buen rendimiento físico y sensorial ya en el laboratorio de la misma organización . Par ello estamos buscando nichos de mercados exclusivos para los cafés especiales ya que con previo análisis de agroquímicos para asegurar y garantizar un prestigio tanto como para la asociación y al productor conservando siempre el medio ambiente. La asociación de productores agropecuarios viene trabajando en buscar recursos económicos, como proyectos productivos, proyectos de reforestación, así como también en la mira de la industrialización y la innovación para de esta manera promover el desarrollo económico, social, ambiental e institucional.

### **5.2.3. Objetivo Especifico 03**

**Explicar la propuesta de mejora del Financiamiento que Mejoren las Posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú - 2019.**

La producción del café ha venido creciendo de una manera sostenible en los últimos años. Según Sr. Tomás Córdova Marchena, presidente de la Junta Nacional del Café desde esa perspectiva las asociaciones han incidido en desarrollar conciencia sobre las necesidades de conocer más a fondo el mercado y el consumidor concluyéndose:

1. Si bien es cierto como parte del desarrollo productivo , el financiamiento es la base principal para las diferentes organizaciones , es por ello que buscar alianzas comerciales como financieras trae consigo una gran ventaja con ello se lograra afianzar las necesidades de la asociación tanto en la parte comercial como en mejoramiento de la calidad y productividad desarrollando así proyectos de innovación , obteniendo certificaciones confiables para asegurar la calidad del producto, como parte del crecimiento productivo y desarrollo social poder optar con la posibilidad que los pequeños productores tengan la oportunidad a futuro exportar directamente este sería una ventaja favorable para cada uno de ellos .
2. La Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú está conformada por siete organizaciones de base cada una de ellas con una producción favorable, buscar alianzas o convenios para acceder financiamiento. Estas Organizaciones son clave para un buen funcionamiento organizativo, así como también tener más garantías para poder acceder a un préstamo favorable en las diferentes instituciones financieras.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1. Conclusiones.**

#### **6.1.1. Objetivo Especifico 01.**

**Establecer las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú 2019.**

1. Se concluye que una de las formas más constantes de tener ingresos para la asociación es mediante Gestión de Proyectos dentro del mercado internacional, así como también en los mercados nacionales como locales. En la asociación existe un área donde se trabaja constantemente en la gestión de proyectos, así como elaboración de planes de trabajo. Esto con la finalidad de lograr financiamiento para cubrir las necesidades y las debilidades dentro de la asociación. También incentivos de adopción tecnológicas, y así lograr satisfactoriamente sus objetivos planteados.
2. La asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú. no solo presenta una producción de muy buena calidad, sino que también presenta un buen desempeño organizacional según su estructura, lo que le ha llevado hacer una organización competitiva dentro del rubro del café.

### **6.1.2. Objetivo Especifico 02.**

**Describir las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú 2019.**

1. Al realizar el análisis de las oportunidades que tiene la asociación de productores agropecuarios Lima Coffee Perú, se concluye que las ventas que realiza al mercado internacional representan el 52% de su producción y que gracias a ello puede acceder a fuentes de financiamiento teniendo como garantía los contratos comerciales así mismo la producción y calidad del producto que este ofrece.
2. Mediante la propuesta planteada en el objetivo 3 se concluye que ayudara en el mayor problema que enfrentan los caficultores a nivel nacional como a nivel mundial es el alto contenido de agroquímicos que se ha presentado en los últimos 2 años del cual ha afectado el tema de financiamiento, las exportaciones, así como también los precios bajos. Esta problemática limita de alguna u otra manera el acceso a mercados comerciales, financiamiento en varias organizaciones.
3. Se concluye que al realizar una exportación se tendrá en cuenta los procedimientos correspondientes tales como: Contrato de compra venta entre la organización y el comprador, análisis del producto terminado previo al embarque, documentación de confirmación certificando la calidad del producto que se envía en dicho contenedor, destino y condiciones de pago.

### **6.1.3. Objetivo Especifico 03.**

**Explicar la propuesta de mejora del financiamiento que mejoren las posibilidades de la Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú - 2019.**

1. Se concluye que mediante las propuestas aludidas en el análisis de resultados objetivo específico 3 ayudará a implementar la productividad, así como también, ayudará a solventar las necesidades de poder acopiar y producir más. De esta manera poder cumplir los contratos con los clientes presentando un producto de muy buena calidad, de igual forma se espera acceder a programas de desarrollo sostenible mediante la cooperación internacional con la creación de proyectos en beneficio de los productores asociados.
2. El comité directivo de las Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffe Perú realice capacitaciones en beneficio de sus asociados en temas de agricultura, certificaciones, exigencias de mercados así como también convenios de financiamiento con instituciones locales del estado que buscan el desarrollo sostenible en las organizaciones que producen productos orgánicos como: MINAGRI, INIA, SIERRA Y SLVA EXPORTADORA, CAMARA DE COMERCIO y LA CLAC, con la finalidad de complementar y continuar con los avances en la parte productiva así como también calidad y comercial.
3. Los servicios financieros como no financieros dentro de una asociación son importantes ya que consiste en fortalecer los conocimientos de cada uno de los productores de la asociación teniendo una mejor visión empresarial de

naturaleza financiera y poder lograr los objetivos propuestos en beneficio de la asociación.

4. Se concluye que es de importancia que los socios sean informados y consientes de la aplicación de los convenios y alianzas con las diferentes instituciones financieras, como se propone en el presente estudio. De esta manera, no desestabilizar la institucionalidad y lograr el apoyo de diferentes instituciones con la finalidad de afianzar las relaciones comerciales y así lograr fijar un precio justo en el mercado internacional en beneficio siempre de los productores.
5. Con la propuesta establecida brindara una alternativa a la asociación de acceder a fuentes de financiamiento a través de las alianzas, convenios con las diferentes instituciones financieras, así como también con el mismo cliente, a través de contratos comerciales.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:**

**Antero y Ramires (201)** : Propuesta De Un Plan De Mejoras, Basado En Gestión Por Procesos, Para Incrementar La Productividad En La Empresa Distribuciones A & B .

**Alvarez Díaz, (2018)** : Estrategias De Comercialización Para La Exportación Directa De Café Al Mercado De Estados Unidos, De La Asociación De Productores Cafetaleros Alto Pirias, Chirinos – Cajamarca, 2017 – 2022.

**Ávalos y Dávila. (2014)** “Factores influyentes en la decisión de financiamiento en empresas no Financieras pertenecientes a economías emergentes”, caso específico de Chile.

**Arias, F. (2012).** El Proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica. Caracas, Venezuela: Episteme C.A.

**AGUIRRE A. (2015 )** “Impacto Económico Financiero En Los Cafetaleros De La Selva Central Del Perú Por Efecto De La Influencia De Las Microfinancieras”

**Cabrera, L. (2015)** en su tesis titulada “Incidencia del financiamiento de las entidades no bancarias como estrategia de desarrollo para las PYMEs del sector comercio de Pacasmayo” (Tesis de Pregrado). Universidad de Trujillo. Trujillo, Perú.

**Chavarry ,Cargia y Salgado(2015).**Estrategias administrativas – financieras para el sector cafetalero organizado en la ciudad de nicaragua.

**Donato, A. (2015)** "Fuentes De Financiamiento Utilizadas Por Los Caficultores Del Municipio De Atescatempa Del Departamento De Jutiapa".

**Daniel Flores.** Oportunidades y desafíos para pequeños productores de café.<https://core.ac.uk/download/pdf/35286368.pdf>

**FAIRTRADE.** - <https://sellocomerciojusto.org/es/empresas/queesfairtrade.html>

**Galán (2009).** “Las hipótesis en la investigación”

- González C . (2014) :** La Gestión Financiera Y El Acceso A Financiamiento De Las Pymes Del Sector Comercio En La Ciudad De Bogotá
- Ravines, A. (2017).** Situación del Crédito Agrícola en el Perú. Lima - Perú.
- Rodrigo y Davila (2014):** Factores influyentes en la decisión de financiamiento en empresas no Financieras pertenecientes a economías emergentes”, caso específico de Chile.
- Riofrio, G. (2015).** El financiamiento y su incidencia en los resultados de gestion en las empresas del sector comercio agro industrial del Valle Alto Piura en el 2015. Piura – Perú .
- Sánchez, J. (2017).** Financiamiento del Sector Agropecuario y Agro-Industrial en Argentina.
- Torres A. (2016)** “Análisis De La Cadena Productiva Del Café Y Estrategias De Mejora En La Provincia De San Ignacio ”
- Valera, J. (2017).** Determinantes del Crédito Agropecuario en la Región Cajamarca. Lima - Perú.
- Vasquez, R (2013).** En su tesis “Modelo de financiamiento de network productivos rurales alto andinos”,
- Vasquez, J. (2014).** Finanzas Verdes y la Gestión de las Cooperativas de Honduras. Honduras.
- Zegarra y Orihuela (2005).** “Diagnósticos de la Agricultura en el Perú.

## ANEXOS.

### ANEXO 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS.

Encuestador (a): Huancas Soliz Mery

Fecha: 25 octubre 2019

Introducciones: Marcar dentro del paréntesis con una "X" alternativa correcta (solo una)

### Preguntas:

#### Respecto a la Organización:

1. ¿Quién Conformar la asociación?
  - a) Todos los socios
  - b) La Directiva
  - c) Los fundadores
  - d) Otro
  
2. ¿Una asociación posee Activos Fijos?
  - a) Si
  - b) No
  - c) N.A
  
3. ¿Cuál es la misión como asociación?
  - a. Convertirse en Cooperativa
  - b. Aumentar su producción
  - c. Llevar al mercado un producto de calidad.
  
4. ¿Qué valores Práctica la asociación?

- a) Responsabilidad
- b) Compromiso
- c) Innovación

5. ¿Cuánto tiempo lleva la asociación dedicada al rubro del café .?

- a) 1 a 5 Años
- b) 6 a 10 Años
- c) Más de 10 años

6. ¿Cómo es el trabajo de la Asociación?

- a) Transparente y organizado
- b) Democrático
- c) Ambos.

7. ¿Considera Usted que la producción de cafés especiales sirve de prestigio para la asociación y su comercialización?

- a) Si
- b) No
- c) N .A

### **Respecto a la Producción:**

8. ¿Cuál es su producción de café en quintales por campaña?

- a) 20 -30
- b) 40 -50
- c) 45-60
- d) Mas de 60

9. ¿Cuántos contenedores exporta desde su Creación hasta la fecha?

- a) 10 CT
- b) 25 CT
- c) 45 a mas

10. ¿ha recibido alguna capacitación sobre manejo de agroecológicos por parte de alguna Cooperativa?

- a) Si
- b) No
- c) N.A

11. ¿De qué manera la capacitación ha ayudado a mejorar la producción?

- a) Mejor calidad del grano
- b) Mejorar la productividad

c) Ambos.

12. ¿Considera usted que el café de los socios tiene un control de calidad Optimo?

- a) Si
- b) No
- c) No opina

13. ¿Sabe usted quienes son sus principales Clientes o importadores de su café?

- a) Si
- b) No
- c) No opina

14. Según su criterio ¿cuáles son las principales características del café en sus asociados?

❖ Respuesta Abierta

15. Cuenta con un sistema interno de Gestión SIG?

- a) Si
- b) No
- c) N.A

16. Cómo Asociación Que Exporta Ha Implementado Los Manuales De Trazabilidad Del Producto.

- a) SI
- b) No
- c) Siempre.

17. Cuentan con un Plan de Gestión de la Calidad Para el Sistema de Procesamiento de Cafés Especiales.

- a) Si
- b) No
- c) Siempre.

18. Cuáles han sido las principales dificultades que ha presentado la asociación desde su creación?

Respuesta Abierta

19. ¿Considera usted que los químicos son la principal amenaza en la producción de café?
- a) Si
  - b) No
20. ¿Qué Medidas ha tomado para reducir las plagas y enfermedades de la producción del café en las parcelas de sus asociados.
- a) Capacitación a los Productores
  - b) Talleres de manejo de cultivos Agrícolas
  - c) Otros

**Respecto a Precios y Financiamiento:**

21. ¿De qué manera el financiamiento ayudó a mejorar su producción de los asociados?
- a) Poco
  - b) Mucho
  - c) Nada.
22. ¿La rentabilidad de las áreas productivas se ha dado por la influencia de los financiamientos obtenidos? Mencionar.
- a) Si
  - b) No
  - c) N.A
23. ¿Quién le proporciona el Financiamiento a su asociación?
- a) Bancos
  - b) Cooperativas
  - c) Empresas comerciales
  - d) Otros.
24. ¿Cuál es el porcentaje de anticipo que recibe por parte de sus clientes?
- a) 10% a 20%
  - b) 25% a 30%
  - c) 51% en adelante
25. ¿El interés ofrecido por las entidades financieras, es manejable? mencionar
- a) Si
  - b) No.
26. ¿En base a qué precio vende su café actualmente?
- a) Precio de Bolsa (EE.UU)
  - b) Precio más premio comercio justo (Fairtrade )
  - c) Ambos
27. ¿Utiliza algún Documento legal con sus clientes para acceder al financiamiento?

- a) Si
  - b) No
  - c) Siempre.
28. ¿Cree usted que el financiamiento Genera mayor capacidad de desarrollo en su asociación?
- a) Si
  - b) No
29. ¿Con los ingresos obtenidos ha mejorado la calidad de vida de los asociados?  
mencionar
- a) Si
  - b) No
30. ¿Cuáles han sido las dificultades para acceder a un financiamiento?
- a) Deudas acumuladas
  - b) No posee garantías de activos
  - c) No cumple con los requisitos establecidos
31. Donde percibe una mayor utilidad ¿en los mercados nacionales o internacionales?
- a) Nacional
  - b) Internacional
  - c) Ambos
32. Considera usted que es importante la gestión financiera para crecer en el ámbito empresarial como organización?
- a) Si
  - b) No
33. ¿En la actualidad su organización ya cuenta con liquidez propia?
- a) Si
  - b) No
34. ¿Ha recibido beneficio alguno como consecuencia de la exportación?
- a) Si
  - b) No
  - c) N.A

## ANEXO 02

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Piura, 06 de octubre del 2019

ATENCIÓN:

SR: RONY LAVAN GUERRERO

GERENTE GENERAL

ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA COFFEE PERÚ- APROAGRO LIMCOF

Me es grato dirigirme a usted para saludarle al mismo tiempo hacerle de conocimiento lo siguiente.

Que por motivo de realizar mi trabajo de investigación proyecto de tesis del cual he considerado una de las asociaciones que ha sobresalido en el tema de calidad de café especiales y la importancia de la cafetería que hoy en día es una de las sobresalientes en el mundo del café en la ciudad de Jaén a su representada, hago conocer que mi tema de investigación es : **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO PARA LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DE CAFÉ EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA COFFEE PERU –JAEN, 2019.** La información de su representada solo será netamente para fines de trabajo de investigación y las propuestas de mejora serán en beneficio de la asociación que usted representa.

Esperando contar con su autorización que en algún momento se realizara una encuesta y algunas preguntas relacionadas con la producción y la calidad del café producto que usted exporta, así como también es el producto que ofrece en su prestigiosa cafetería.

Atentamente.

**Mery Huancas Soliz**

**DNI: 44913425**

**CU: 0803161036**



RECIBIDO

APROAGRO LIMA COFFEE PERU  
LimCof  
Rony Lavan Guerrero  
PRESIDENTE

APROAGRO LIMCOF  
Rony Lavan Guerrero  
PRESIDENTE

## ANEXO 03

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Piura, 14 de octubre del 2019

ATENCIÓN:

Srta.: Mery Huancas Soliz

DNI: 444913425

Sírvase la presente para saludarle a nombre de la ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA COFFEE –JAEN, 2019. identificado con RUC: 20601057353 y con domicilio fiscal en Dirección: AV. PAKAMUROS NRO. 2370 SEC. PUEBLO LIBRE (AV. PAKAMUROS CUADRA 22) CAJAMARCA - JAEN – JAEN. Y l mismo tiempo comunicarle lo siguiente:

Que en atención a su carta presentada con fecha 06 de octubre del presente año, donde nos solicita autorización para realizar su proyecto de tesis que tiene como nombre, PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO PARA LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DE LA CAFÉ EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA COFFEE –JAEN, 2019. Se le informa que ha sido aceptada su solicitud.

Sin otra particular firma el presente para fines que crea conveniente.

ATENTAMENTE

  
APROAGRO LIMA COFFEE PERU  
LimCof  
Rony Lavan Guerrero  
PRESIDENTE

APROAGRO LIMCOF  
Rony Lavan Guerrero  
PRESIDENTE