

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE ALTO AMAZONAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



PROGRAMA DE ESTUDIOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO

“Cooperativa Agrícola como estrategia de asociatividad para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022”

TESIS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LIC. EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO

PRESENTADO POR:

Bach. Anney Salas Guerra

ASESOR:

Dr. Ing. Enrique López Rengifo

YURIMAGUAS, 2024

MDJ-02. DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Dr. Enrique López Rengifo de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Programa de Estudios de Negocios Internacionales y Turismo, de la Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: **“Cooperativa Agrícola como estrategia de asociatividad para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022”**, constituye la memoria que presenta el **Bachiller Anney Salas Guerra**, para aspirar al título de Profesional de **Licenciado en Negocios Internacionales y Turismo**. Ha sido realizado en la Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Yurimaguas, a los 02 días del mes de setiembre del año 2024.



Dr. Enrique López Rengifo
ASESOR

Cooperativa Agrícola como estrategia de asociatividad para
comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín,
2022

TESIS

Presentada para optar el título profesional de Licenciado en Negocios
Internacionales y Turismo

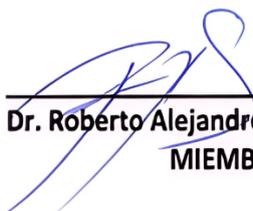
JURADO CALIFICADOR



Dr. Walker Díaz Panduro
PRESIDENTE



Dra. Karla Patricia Martell Alfaro
MIEMBRO



Dr. Roberto Alejandro Pacheco Robles
MIEMBRO



Dr. Enrique López Rengifo
ASESOR

Yurimaguas, 27 de agosto del 2024

DATOS DE LA TESIS

Datos de autor	
Nombre y apellidos	Anney Salas Guerra
Tipo de documento	DNI
Numero de documento de identidad	73516193
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-4935-7636
Datos del asesor	
Nombre y apellidos	Enrique Lopez Rengifo
Tipo de documento	DNI
Numero de documento de identidad	18102482
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-4414-8157
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombre y apellidos	Walker Diaz Panduro
Tipo de documento	DNI
Numero de documento de identidad	05618133
Miembro del jurado 1	
Nombre y apellidos	Karla Patricia Martell Alfaro
Tipo de documento	DNI
Numero de documento de identidad	18216268
Miembro del jurado 2	
Nombre y apellidos	Roberto Alejandro Pacheco Robles
Tipo de documento	DNI
Numero de documento de identidad	25733752
Datos de la investigación	
Líneas de la investigación	Economía del Turismo, comercialización, analisis de precios y mercado
Agencia de financiamiento	Financiamiento propio
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: San Martin Provincia: San Martín Distrito: El Porvenir Pelejo
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2022 – 2023

DEDICATORIA

A mi hija; Eymi Alithssel Salas y a mi amada Jhovanny Vela quien me dio la oportunidad de ser padre de una hermosa niña; quien es mi mayor motivo para salir adelante y cumplir todas mis metas.

A los Negocios Internacionales y Turismo.

AGRADECIMIENTO

A DIOS; por la salud y la vida.

A MI ALMA MATER UNAAA; por formarme como profesional durante 5 años con sus maestros.

A MIS PADRES; JUAN JOSE y REYLY; por regalarme la vida y brindarme su amor incondicional y apoyo moral para salir adelante y formarme como profesional. También por recordarme siempre que somos escultores pasajeros en la tierra y que todos los días pulimos los pedazos de realidad que le sobran a nuestros sueños y que los títulos jamás deben definir a las personas.

A MIS HERMANOS; PALICESAR, LELY LUZ, MERLIN, JUAN y RUBY; por sus consejos que me brindan a diario para no perder la fe y la esperanza en este mundo tan descabellado e incierto llamado tierra.

A MIS SOBRINOS; que quiero mucho y que siempre están presentes en mi corazón.

A LOS AGRICULTORES DE PELEJO; por haberme brindado la información y su tiempo para poder desarrollar esta investigación.

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “Cooperativa Agrícola como estrategia de asociatividad para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022”, tuvo como objetivo general: Determinar si la cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad contribuirá en la comercialización del cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022. Metodología: La investigación fue de tipo básica con un enfoque cualitativo y alcance descriptivo. La población y muestra estuvo conformada por 52 agricultores, inscritos en la Agencia de Desarrollo Económico local el Porvenir Pelejo y se utilizó la entrevista como instrumento de recolección de datos. Resultado: El 100% de los entrevistados no se asocian con otros cacaoteros para comercializar su cacao de manera eficiente y segura. El 96%, no están dispuestos asociarse a una cooperativa agrícola. Pero hay una probabilidad de que el 4% de los entrevistados quieran asociarse. Así mismo el 46% tuvo una experiencia negativa al ser socio de una cooperativa agrícola; porque no se han cumplido los acuerdos previos. **En conclusión:** se determinó que el 46% de los entrevistados ha decidido no asociarse a cooperativas, optando por vender el cacao a acopiadores externos que no descuentan cantidad alguna y pagan precios justos acordes al mercado internacional. Esta situación destaca la necesidad de transparencia y cumplimiento de acuerdos en las cooperativas agrícolas para garantizar la confianza y el bienestar de los cacaoteros socios.

PALABRAS CLAVE: Asociatividad, desarrollo, comercialización, cooperativas

ABSTRACT

The research work entitled “Agricultural Cooperative as an associative strategy to market the cocoa of farmers in Pelejo, San Martin Region, 2022”, had the general objective: To determine if the agricultural cooperative as an associative strategy will contribute to the commercialization of cocoa from farmers in Pelejo, San Martin Region, 2022. Methodology: The research was of a basic type with a qualitative approach and descriptive scope. The population and sample consisted of 52 farmers, registered with the local Economic Development Agency El Porvenir Pelejo and the interview was used as a data collection instrument. Result: 100% of those interviewed do not associate with other cocoa growers to market their cocoa efficiently and safely. 96% are not willing to associate with an agricultural cooperative. But there is a probability that 4% of those interviewed want to associate. Likewise, 46% had a negative experience being a member of an agricultural cooperative, because the previous agreements have not been fulfilled. **In conclusion:** Due to this negative experience, 46% of the interviewees have decided not to join cooperatives, choosing to sell cocoa to external collectors who do not discount any amount and pay fair prices in line with the international market. This situation highlights the need for transparency and compliance with agreements in agricultural cooperatives to guarantee the trust and well-being of cocoa growers.

KEY WORDS: Association, development, marketing, cooperatives

INDICE

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	08
1.1. Planteamiento del problema.....	08
1.2. Delimitación de la investigación.....	10
1.3. Formulación del problema.....	11
1.3.1. Problema general.....	11
1.3.2. Problemas específicos.....	11
1.4. Formulación de Objetivos.....	11
1.4.1. Objetivo General.....	11
1.4.2. Objetivos específicos.....	11
1.5. Justificación de la investigación.....	12
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	13
2.1. Antecedentes de estudio.....	13
2.2. Bases teóricas científicas.....	20
2.3. Definición de términos conceptuales.....	28
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	29
3.1. Tipo de investigación.....	29
3.2. Diseño de investigación.....	29
3.3. Población y muestra.....	30
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
3.5. Técnica de procesamiento y de análisis de datos.....	31
3.6. Aspectos éticos.....	31
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	32
4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	32
4.2. Discusión de resultados.....	43
CAPITULO V. CONCLUSIONES.....	47
CAPÍTULO VI. RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50
ANEXOS.....	55
Matriz de operacionalización de variable.....	56
Matriz de consistencia.....	57
Instrumentos de recolección de datos.....	60
Galería fotográfica agricultores.....	64

CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El cacao es una planta del continente de América y produce un fruto del mismo nombre que puede ser utilizado como componente de una variedad de alimentos, destacándose el chocolate. Su uso se remonta a las épocas ancestrales y desde entonces se comercializa tanto con fines alimenticios como curativos y actualmente el desarrollo económico esta aperturando nuevos mercados en el extranjero para el cacao lo cual genera la necesidad de mostrar como las cooperativas agrícolas han venido siendo una estrategia de asociatividad que mayor se ha vinculado con la comercialización de este producto desde hace décadas.

Y un claro ejemplo de ello es Ecuador que durante los años 2018 y 2021 los agricultores asociados a una cooperativa agrícola pasaron de comercializar 9.1 millones USD a 10.9 millones USD. Cabe mencionar que antes del 2018 recibieron ingresos de 181,470 millones de dólares, sumando el 22% de la cantidad total de cacao exportado y comercializado después de Indonesia, que representó el 20%, Malasia 12%, Holanda 11% y México 9% (Agencia agraria, 2021).

En el Perú el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego indica que el comercio de cacao representa más del 20%. Debido a que cooperativas exportadoras se encargan de comercializar el cacao y establecer las conexiones necesarias para venderlo en el exterior, ya sea directamente un importador o a través de un intermediario, beneficiando a 90.000 familias que comercializan y producen cacao a nivel nacional (MIDAGRI, 2022).

Y solo en el año 2021 los agricultores de las diez provincias de la región San Martín lograron comercializar un valor de S/. 500,000 mediante las cooperativas agrícolas Ecom-Kansa, Sumakao y la Cooperativa Nueva Visión, teniendo por resultado un total de 1.906 familias beneficiadas con la venta de 68.701,55 kilogramos de cacao. Esto pone en evidencia lo importante que es comercializar y producir este producto.

Es por ello que a continuación, se evidenciara 2 historias de éxito aplicando el modelo de asociatividad cooperativas agrícolas, el cual es el que más ha evidenciado tener mayor relevancia con los granos de cacao. El número 01 es la Cooperativa

Agraria ALLIMA CACAO Ltda., fue fundada el 14 de Abril del año 2002 por pequeños productores de la zona del Bajo Huallaga con la finalidad de producir y comercializar granos de cacao de calidad, actualmente tienen una base social de 1749 productores de las cuales 317 son mujeres, con un promedio de 3 hectáreas de cacao, su objetivo es la producción de un cacao pero de alta calidad, y que estén regidas bajo normas nacionales e internacionales de una producción responsable y amigable con el medio ambiente, es por eso que han desarrollado proyectos que benefician al medio ambiente como es la reforestación de 2 800 000 de árboles nativos, así mismo han obtenido certificaciones como la FORESTS FOR ALL FOREVER, VERIFIED CARBON STANDARD, asimismo la certificación de COMERCIO JUSTO y la certificación ORGANICO gracias a la USDA ORGANIC y BIO LATINA, finalmente y gracias al esfuerzo y a su ardua labor por contribuir al desarrollo económico del país, han sido acreedores por 5 años consecutivos del premio de ORO del mejor CACAO ORGANICO en la región San Martín y en el Mundo (Appcacao.org).

El segundo caso de éxito se trataría de la Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro Ltda. (ACOPAGRO), fundada por un grupo de 27 agricultores que se dedicaban a la producción y comercialización del cacao fino y de aroma en el año de 1997. A la actualidad ACOPAGRO tiene más de 2,000 agricultores asociados en las 4 provincias de la región San Martín, provincias que afrontan diferentes realidades como es la falta al acceso de agua potable, al servicio de la salud y por supuesto a una educación de calidad. La certificación de COMERCIO JUSTO les ha permitido romper parte de esta barrera de realidades, es por esa razón que ACOPAGRO ofrece servicios médicos a sus socios y a sus familias, también ofrece una bonificación especial anual para cubrir los gastos de la universidad de los hijos de sus socios, finalmente y gracias al esfuerzo y a su ardua labor por contribuir al desarrollo económico del país, han sido acreedores de la medalla de oro en el International Chocolate Awards 2021 por el mejor cacao de Excelencia, demostrando así su expansión y crecimiento desde su fundación hace 24 años (acopagro-ltda).

Pero a pesar de estos casos de éxito en la región San Martín, las familias que son beneficiarios de la comercialización del grano de cacao, no significan que hayan mejorado su calidad de vida muy al contrario la constante variación de precios que tiene este producto ha mantenido inestable la canasta familiar, cabe señalar que el precio por tonelada del cacao a nivel internacional no sobrepasa los 2.716 dólares, lo

cual indica un valor aproximado de 6.46 por kilogramo frente a los 8.10 soles por kilo a nivel nacional. Teniendo una diferencia de S/. 1.64 por kg (Montenegro, 2021).

Los agricultores de Pelejo no son ajenos a esta temática ya que ellos ven con preocupación la deficiencia que existe entre ellos, esto debido a su falta de sentido colectivo al establecer el trato con los compradores o acopiadores sobrepasando sobre su condición y beneficio. Cabe mencionar que los agricultores de la zona comercializan el grano de cacao a intermediarios y/o acopiadores que son los encargados de comercializar el grano a las cooperativas pero también existe un lado negativo de vender directamente a estos acopiadores ya que muchas veces no les pagan un precio de acorde al mercado al agricultor, esto genera que los agricultores obtengan pocas ganancias e inestabilidad económica ya que ellos cosechan y venden con otras expectativas del mercado pero que son arrebatados por estos acopiadores abusivos que no ven la realidad del hombre agricultor y lo que le cuesta realmente al sacar el grano del cacao al mercado.

Frente a esta realidad se estudiará como estrategia de asociatividad la cooperativa agrícola, para buscar acciones de colaboración y cooperación que conlleven a lograr los objetivos preestablecidos entre los agricultores de Pelejo. Ante esto Velásquez (2017) sostiene que mediante una cooperativa agrícola los productores de cacao incrementan sus productividad, crecimiento, sostenibilidad y competencia, asimismo permite que nuevos productores salgan a flote y se modernicen tecnológicamente, esto se evidencia en las negociaciones y el poder adquisitivo del agricultor cacaotero para finalmente llegar a los financiamientos del mercado internacional que es la meta. Por último, implementar la estrategia exitosamente en Pelejo permitirá que el agricultor se aleje de esos paradigmas tradicionales de negocios que son muy fuertes y le permitirá incorporarse a un ecosistema de colaboración en beneficio colectivo.

1.2.Delimitación de la investigación

Geográfica:

Esta investigación esta geográficamente delimitada en el distrito El Porvenir Pelejo, provincia y departamento de San Martin.

Sector:

El presente estudio estuvo delimitado al sector agroindustrial del cacao.

Proceso:

El presente estudio estuvo delimitado a la gestión de procesos de estrategias de asociatividad cooperativas agrícolas.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general:

¿La cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad contribuirá en la comercialización del cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022?

1.3.2. Problemas específicos:

¿La cooperativa agrícola desde una dimensión económica productiva permitirá comercializar el cacao a un precio justo para los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022?

¿La cooperativa agrícola desde una dimensión social brindará la asistencia técnica para incrementar su producción de cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, ¿2022?

¿La cooperativa agrícola desde una dimensión ambiental permitirá mejorar la producción del cacao y obtener mejores oportunidades comerciales para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar si la cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad contribuirá a la comercialización del cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión económica productiva permitirá comercializar el cacao a un precio justo para los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022

Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión social brindara asistencia técnica para incrementar su producción de cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022

Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión ambiental permitirá mejorar la producción del cacao y obtener mejores oportunidades comerciales para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022

1.5. Justificación de la investigación

Justificación práctica

La justificación práctica de la investigación es conveniente porque permitirá a los agricultores del distrito de Pelejo a coordinar y desarrollar de manera eficiente diferentes actividades mediante la estrategia de asociatividad cooperativas agrícolas. Ello les permitirá buscar comercializar el cacao en mercados nacionales como internacionales así mismo buscará trabajar la agricultura de una manera mucho más sostenible y sustentable.

Justificación teórica

La investigación, se desarrolló en base a un conjunto de teorías y datos sólidos sobre las cooperativas agrícolas, lo cual permitió contrastar con la información que se recolectó en campo. Así mismo este estudio servirá de referencia para investigaciones futuras en el campo de los negocios internacionales y turismo.

Justificación metodológica

El estudio se justifica metodológicamente; según su profundidad como una investigación descriptiva, con un enfoque cualitativo, de diseño no experimental y el instrumento de investigación fue la entrevista, lo cual permitió que se obtengan resultados de una manera mucho más ordenada, asimismo esto garantiza una sólida base de resultados y conclusiones para investigaciones futuras.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

A nivel internacional

Alonso y Chávez (2021), en su artículo científico titulado “ *Impacto de la asociatividad en la competitividad de los pequeños productores cacaoteros de la provincia de el oro-ecuador*”. Desarrollada en la Universidad de Vigo. El objetivo del estudio fue determinar si la asociatividad es un factor importante para que los pequeños productores de cacao de la provincia de El Oro sean más competitivos. La metodología que utilizaron fue de tipo básica de diseño no experimental y de corte transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario y la muestra fueron 250 cacaoteros de la provincia de El oro. Teniendo como resultado que los cacaoteros asociados consiguen \$ 1.349,35 que dan un porcentaje de 134%, lo cual es un promedio de \$ 576,31, y los cacaoteros que producen de forma independiente solo tienen una ganancia de \$ 321,38, lo cual da un porcentaje de 44% menos que el promedio provincial. Gracias a ello los autores pudieron concluir que las estrategias de asociatividad tienen un impacto muy notable y positivo en el rendimiento económico de los agricultores productores de cacao de la provincia de El Oro. Porque no solo reducen sus costos si no que les ayuda a obtener el mayor precio de cacao en los mercados nacionales e internacionales.

Garzón et al. (2020), en su tesis “*La Asociatividad Vía Alternativa Para el Fortalecimiento del Pequeño Agricultor Colombiano*”. (Tesis Maestría). Desarrollado en la Universidad Cooperativa de Colombia. El objetivo del estudio fue evidenciar que la asociatividad es una vía alternativa para fortalecer a los pequeños agricultores de Colombia, Para ello se utilizó una metodología que se apega a procesos de razonamiento analítico, lógico, mental e inductivo. Descubrieron que había problemas severos por la violencia y la falta de recursos económicos donde los pequeños agricultores en Colombia necesitaban alternativas para mejorar la producción y distribución de sus cultivos y su vinculación al proceso de apertura comercial, por lo cual, Se hizo necesario concentrar los esfuerzos en la adecuada asociación y cooperación como herramienta para fortalecer y reconstruir las cadenas productivas locales, regionales y nacionales. Gracias a ello el Autor concluyó, Los sistemas educativos tradicionales podrían actualizarse hacia una educación ambiental utilizando valores culturales únicos, como lo demostraron las

asociaciones agrícolas, que desafiaron la visión inadecuada de nación y demostraron la viabilidad del desarrollo sostenible.

Burgos y Fonseca (2019), en su artículo científico “*Asociatividad empresarial: una estrategia para las organizaciones del sector cacaotero del municipio de Fortul Arauca*”. (Aibi Revista de Investigación, administración e ingeniería). Tuvo como objetivo: diagnosticar el sector cacaotero del municipio Fortul Arauca bajo la metodología de acción participación. Los investigadores aplicaron un estudio no experimental y una metodología descriptiva y la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario con una muestra de 150 productores de cacao. Teniendo como resultados que se identificó los actores del sector cacaotero, se aplicó la herramienta estratégica, fortaleza, oportunidades, debilidades, amenazas (FODA), se diseñó el análisis, Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar (CAME) y para finalizar se propuso un plan de acción que va de corto, mediano y largo plazo. Gracias a ellos los investigadores concluyeron que la acción participación permitió involucrar al equipo técnico a los investigadores y a la comunidad del sector cacaotero del municipio, desarrollando procedimientos sistemáticos, reflexivos, controlados y críticos dirigidos a la asociación de cacaoteros mejorando su calidad de vida y promoviendo el desarrollo de las familias.

Orbea (2018), en su tesis “*Asociatividad para la comercialización de cacao de los pequeños productores del recinto Aguacate de Pise, Cantón Valencia-Provincia De Los Ríos*”. (Tesis Posgrado). Desarrollado en la Escuela Politécnica Nacional. Tuvo como objetivo general identificar si existen condiciones que permitan fomentar procesos asociativos para la comercialización de cacao en el Recinto Aguacate de Pise, cantón Valencia-provincia de Los Ríos. Debido al enfoque en las especificidades y características del marco de comercialización actual, se desarrolló un diseño de investigación descriptivo. Para ello se utilizaron técnicas de observación, análisis de documentos y entrevistas a 108 productores. Entre sus resultados, Se descubrió que los productores de cacao enfrentan problemas sociales, económicos y ambientales similares. Estos problemas incluyen la falta de asistencia técnica del gobierno, precios bajos en comparación con años anteriores, un clima desfavorable, un alto costo de mano de obra cuando se contrata de forma individual y, según una encuesta a los vecinos del barrio, 73 familias expresaron esta necesidad de financiamiento, lo que provocó un bajo rendimiento de la cosecha promedio de 4 qq/ha/año. Gracias a ello el Autor pudo

concluir, que cualquier estrategia de asociatividad es una buena estrategia porque es más probable que los productores actúen de manera organizada, logrando beneficios como costos laborales más bajos, permanecer en el campo, la capacidad de obtener una certificación orgánica para el cacao que se cultiva y la capacidad de abordar necesidades socioeconómicas y ambientales compartidas.

González (2018), en su tesis *“La importancia de la asociatividad y su influencia en el desarrollo sostenible de los productores cacaoteros de la provincia de Los Ríos del Ecuador: propuesta de un plan estratégico para una asociación cacaotera”*. (Tesis Doctorado). Desarrollado en la Universidad San Marcos. El objetivo de esta investigación fue determinar en qué medida la asociatividad bajo la estrategia cooperativas agrícolas influye en el desarrollo sostenible de los productores cacaoteros de la provincia de Los Ríos del Ecuador. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, aplicada y explicativo con un diseño no experimental transeccional correlacional, la técnica de recolección fue la encuesta. Con una población de 2,538 cacaoteros de la zona y con una muestra de 334 productores de cacao. Obteniendo un resultado de que el 55.3% de los cacaoteros indicaron que estarían dispuestos a pertenecer a una cooperativa agrícola. Gracias a ello el autor concluyó que las cooperativas agrícolas influyen de manera positiva en los cacaoteros de la provincia del Ríos de Ecuador. Esto porque ayuda para que los productores de cacao de la zona puedan encontrar mercados nuevos donde los precios sean sostenibles, justos y beneficiosos para todos los productores asociados a las cooperativas agrícolas.

A nivel nacional

Alfaro y Linares (2020), en su tesis *“La asociatividad como estrategia para mejorar el nivel socioeconómico de los agricultores del Distrito de Charat 2020”*. (Tesis Pregrado). Desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo – Trujillo. Tuvo como objetivo general, analizar la asociatividad como estrategia para mejorar el nivel socioeconómico en los agricultores del distrito de Charat. Los investigadores aplicaron un estudio no experimental y de corte transversal la metodología fue descriptiva y la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario con una muestra de 152 agricultores de la zona, teniendo como resultado, que un 79% tienen interés para asociarse, un 73 % de los agricultores tienen fiabilidad entre ellos y finalmente un 64 % de agricultores tienen disponibilidad de terrenos posicionándose así en un nivel alto de aceptación de asociatividad entre los agricultores del Distrito de Charat. Gracias a ello

los autores concluyeron que se determinó que los factores que impulsan la constitución de un consorcio agrícola entre los agricultores del distrito son muy altos, porque existe un alto nivel de confianza entre ellos y poder así mejorar por medio de esta estrategia de asociatividad su nivel socioeconómico y así mismo expandirse en mercados nacionales y internacionales.

Pasapera (2018), en su tesis *“Propuesta de asociatividad para la gestión de los productores de cacao del centro poblado San Pedro de Perico - San Ignacio Cajamarca”*. (Tesis de pregrado). Desarrollado en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Tuvo como objetivo establecer una propuesta de asociatividad a los productores de cacao del pueblo de Perico, provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca. El estudio fue de enfoque cualitativo de tipo descriptiva y la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario con una muestra de 9 productores de cacao de la zona. Obtuvo como resultado que en el Pueblo de Perico el 87% de la población estaría dispuesta a formar una cooperativa de productores de cacao mientras el 13% restante tiene la creencia de que trabajar solo, como lo han venido haciendo durante los últimos años, es mejor que asociarse por que en su mayoría se deben a la falta de confianza y al tiempo adicional que se requeriría. Gracias a ello el autor concluyo que el nivel de apoyo por partes de los agricultores hacia el modelo asociativo propuesto fue favorable ya que se encuentran interesados en unir esfuerzos para lanzar sus productos con los más altos estándares de calidad y de esta manera lograr competitividad en el mercado.

Soto (2018), en su tesis *“Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe, departamento de Lambayeque”*. (Tesis de pregrado). Desarrollado en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de modelo asociativo a los productores de palta del Distrito de Motupe. El investigador aplico un estudio de enfoque cualitativo y utilizo una metodología descriptiva, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario con una muestra de 70 productores de palta del Distrito de Motupe, obteniendo como resultado que el 12% de la población cree que un modelo asociativo de productores de palta en el distrito de Motupe sería un buen mecanismo de cooperación, el 16 % de la población cree que existe una percepción consistente entre la el modelo que representa un mecanismo de cooperación, para un 10% de la población resulta una buena idea y para un 42% señala que es malo, esto debido a

los antecedentes y experiencias actuales y pasadas. Gracias a ello el investigador concluye en su estudio que existe muy poca voluntad por parte de la población agrícola del distrito de Motupe para formar parte de una cooperativa agrícola ya que en el distrito de Motupe el 42% de los agricultores señalo que es malo, esto debido a los antecedentes y experiencias actuales y pasadas que acontecieron y que todavía siguen. Por esa razón los agricultores temen unir esfuerzos bajo cualquier modelo de asociatividad existente y por existir ya que ellos no saben si serán componentes esenciales para el crecimiento de su comunidad.

Rodríguez y Cajusol (2018), en su tesis “*Modelo de asociatividad para la mejora en la organización Agropecuaria de productores de Yambrasbamba, Amazonas*”. (Tesis Posgrado). Desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo. Tuvo como objetivo general: Proponer un Modelo de Asociatividad para mejorar la Organización Agropecuaria en los productores de Yambrasbamba. Los investigadores emplearon un estudio de tipo Descriptiva propositivo y la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario con una muestra de 95 productores teniendo como resultado que un 49.47 % estaría dispuesto a asociarse para obtener algún beneficio y un 28.42% estaría dispuesto a formar parte de un modelo asociativo y por último un 35.79% estaría en la capacidad de formar parte de una asociación. Gracias a ello los autores concluyeron que la población de Yambrasbamba será impactada significativamente por el Modelo de Asociación ya que generará conciencia entre los residentes y que juntamente con el estado creará un mejor entorno de desarrollo que beneficiará a todos los ciudadanos y mejorará su calidad de vida.

Esquivel (2018), en su tesis: “*Factores que limitan la asociatividad para la exportación de los agricultores de Palta Hass del Distrito de Chao-2018*”. (Tesis Pregrado). Desarrollado en la universidad Cesar Vallejo. Tuvo como objetivo general: Lograr la asociatividad entre los agricultores de palta hass del distrito de Chao - Viru con fines de exportación agrícola. El investigador utilizo una metodología descriptiva cualitativa y la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario con una muestra de 87 agricultores, obteniendo como resultado un bajo nivel de interés para asociarse ya que obtuvieron un porcentaje del (77 %) asimismo tenían un nivel de conocimiento muy bajo con respecto a las ventas de sus productos por el cual se obtuvo un porcentaje de (72%) y por último solo un (23 %) estaba dispuesto a asociarse. Gracias a ello el autor concluyo que existe una confianza mínima entre agricultores y el

nivel de interés es bajo para formar una asociación y asimismo no existe una institución que les motive formar sinergias, ecosistemas de colaboración entre los productores de palta Hass del Distrito de Chao en la provincia de la libertad.

A nivel regional/local

Burgos (2021), en su tesis *“Propuesta de asociatividad para mejorar la comercialización del café orgánico de la comunidad nativa Shampuyacu Awanjun, Rioja, San Martín 2021”*. (Tesis Pregrado). Desarrollado en la Universidad Privada Juan Mejía Baca. Tuvo como objetivo general: Proponer un modelo de asociatividad para mejorar la comercialización del café orgánico de la comunidad nativa Shampuyacu Awanjun, Rioja, San Martín 2021. El investigador utilizó un estudio cuantitativo de tipo descriptiva de nivel propositiva y la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario con una muestra 96 productores cafetaleros de la comunidad nativa, obteniendo como resultado, donde: 64.6% indicó que estaría de acuerdo y un 30.2% estaba totalmente de acuerdo, por lo que concluyó que la comunidad nativa Shampuyacu Awanjun, se ve afectada por una variedad de factores, incluidos los precios de venta inestables del producto, de los cuales se benefician los intermediarios. Pero la creación de una cooperativa les permitiría desarrollar sus habilidades técnicas y comercializar sus productos de manera efectiva.

Montenegro (2021). En su tesis *“Estrategia de asociatividad para comercialización de cacao en los distritos de Lamas y Chazuta de la región San Martín”*. (Tesis Pregrado). Desarrollado en la Universidad de Lima. Tuvo como objetivo general explicar que la comercialización de cacao a través de una estrategia de asociatividad afecta el precio de grano en los distritos de Lamas y Chazuta de la región San Martín. El investigador aplicó un estudio no experimental, cuantitativo, correlacional y de corte transversal y con una muestra de 89 encuestas estructuradas, obteniendo como resultado que el 70% de los agricultores encuestados cuentan con un espacio de 2 a 4 hectáreas (ha) de cultivo, la mayoría de los productores vende el kilogramo (kg) de cacao entre 6 a 7 soles para los asociados y entre 5 a 6 soles para los no asociados. Gracias a ello el autor concluyó que la gran mayoría de agricultores de Lamas y Chazuta tienen mucho conocimiento sobre las asociaciones y sus beneficios, pero que deciden no afiliarse ya que se les pide que cumplan ciertos requisitos que no quieren cumplir porque no creen que realmente les beneficie a ellos directamente y por otro lado existe cierta resistencia a los cambios o recomendaciones propuestas por el comité general de la asociación a la

que pertenecen algunos de los agricultores involucrados, debido a estas situaciones la cooperativa siempre les está formando contantemente con capacitaciones e induciéndoles a que tengan un pensamiento empresarial. Tambien el autor evidencia que los agricultores han llegado a tener mucha desconfianza y debido a ello los ha conllevado a tener una mentalidad de negación contra el cambio esto por el miedo de perder su producción que a la mayoría de los agricultores o por no decir todos les ha costado obtener.

Vásquez (2020), en su tesis *“La asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la Cooperativa Agraria Allima Cacao del Distrito de Chazuta, 2018”*. (Tesis Pregrado). Desarrollado en la Universidad Nacional de San Martín. Tuvo como objetivo general: Determinar cómo contribuye la estrategia de la asociatividad para mejorar la competitividad de la Cooperativa Agraria Allima Cacao del Distrito de Chazuta, 2018. El investigador aplicó un estudio no experimental, descriptivo, comparativo, analítico y de corte transversal y utilizó la técnica entrevista no estructurada y como instrumento fue análisis documental; teniendo como resultado: La productividad de cacao alcanza en promedio 937 kg/ ha y en lo que concierne en la cooperativa; la superficie de cacao en producción es de 2.35 ha, la calidad de cacao es buena comparado con estándares permisibles (7%). Gracias a ello el autor concluyó que la Cooperativa Agraria Allima Cacao es buena y la estrategia de asociatividad si es efectiva para mejorar la competitividad debido a que se incrementó el número de productores asociados , se logró alianzas estratégicas para la asistencias técnica , capacitación y cuenta con un sistema de comunicación eficaz logrando tener socios satisfechos, acopio, buenas prácticas agrícolas y beneficios del cacao para la comercialización, acceso al crédito, mantenimiento de sus parcelas y certificaciones internacionales.

2.2. Bases teóricas científicas

La agricultura en el Perú

“En los últimos 60 años la agricultura en el Perú ha tenido cambios muy significantes. Ha pasado de ser una agricultura centrada en extensas haciendas durante la década de los 60, a una reforma agraria lo cual inicio en el año de 1969 terminando en el año de 1976, esto desemboco en el proceso de parcelación que desintegro la agricultura en la década de los 80 y conllevó que en los años 90 se produzca un cambio elemental en la economía del país, cabe mencionar que en los proceso de reformas que iniciaron en

esas épocas la agricultura logro forjarse en el boom de la agroexportación que era promovido por los grandes grupos económicos y que constaba con la explotación de miles de hectáreas de tierras” (Perú Opportunity Fund, 2021, p. 3).

“En el Perú hoy en día la agricultura es el ingreso principal de 2.6 millones de familias y genera el 7.6% del PBI (Producto Interno Bruto), lo cual oscila entre el 30% y el 60% de la producción regional excluyendo Lima, la capital del Perú” (Perú Opportunity Fund, 2021, p. 5).

Vinelli (2022) menciona “que esto se debe gracias al buen despeño y trabajo que vienen haciendo los agricultores productores de la caña de azúcar, orégano, yuca, papa, plátano, cacao, café, algodón, etc. Y asimismo destaca que entre los principales desafíos internos que afrontan los hermanos agricultores para seguir con el crecimiento económico del sector agrícola son el acceso al agua para los pequeños agricultores ya que no se ha podido hasta ahora reducir la brecha de acceso acceso al agua para este sector, también el acceso a financiamientos para los pequeños y medianos agricultores esto debido a que el sector agrícola demanda siempre mejores productos, asimismo el acceso a asistencia técnicas a los pequeños y medianos agricultores esto con la finalidad de buscar soluciones y manejo para mejorar su producción y finalmente el acceso a mercados nacionales e internacionales” (p.18).

Estrategia

Para Chandler (2018), la definición de una estrategia es “determinar objetivos a corto o largo plazo para una entidad o algún sector en específico esto con la finalidad de poder tomar decisiones a futuro y en beneficio de la organización” (p.81). Ello quiere decir que una organización define su estrategia ya sea a corto o a largo plazo, aunque generalmente siempre es a largo plazo esto con la finalidad de lograr objetivos y cumplir las metas trazada por la organización.

Estévez (2007), define a la estrategia “como un conjunto de acciones donde intervienen distintos actores (personas, empresas y organizaciones), con el fin de lograr metas y objetivos comunes lo cual no podrían lograrlo de manera individual” (p.11). Ello quiere decir que si se trabaja las estrategias de forma organizada y conjunta se podría obtener más logros que trabajándolo de manera personal o solo.

Asimismo, Matta (2015), menciona que “constituir una estrategia requiere de un conjunto de actitudes (valores y principios éticos), los cuales son la confianza, transparencia, pluralismo y participación, el cual conllevara a que los estrategias tomen

decisiones para lograr la misión en función de los objetivos” (p.22). Ello quiere decir que si no se sigue un conjunto de pasos es muy probable que la estrategia no sea logre y eso conllevaría a truncar los objetivos y por ende la visión y asimismo no hubiera beneficio para los integrantes.

Asociatividad

Existen muchas definiciones sobre el termino asociatividad y dentro de ello a modo de resumen se podría decir que el asociativismo es un medio por el cual los miembros combinan esfuerzos y comparten ideales para llegar a conclusiones colectivas y beneficiosas.

Magnazo (2016), define la asociatividad “como una serie de procesos y pasos que conllevan a que diferentes personas unan esfuerzos, compartan ideas para lograr metas en beneficio de todos los miembros lo cual no se podría alcanzar y/o lograr de forma individual” (p.11).

En el mismo orden de ideas Jácome (2013), menciona “que la asociatividad es sostenida mediante alianzas estratégicas que buscan alcanzar objetivos, con la finalidad de transformar el estilo de trabajo individualista y promover la participación colectiva en beneficio común de los asociados” (p.236). Es decir, un trabajo en equipo y articulado da mejores frutos que un trabajo de forma individual y además si se trabaja articuladamente los beneficios y las oportunidades es para todos los involucrados.

Comercialización

La comercialización es una hazaña de negocio que permite incrementar los ingresos de una empresa o de un sector definido.

Para Mendoza (2013), “tienen como objetivo llegar a mercados potenciales mediante medios de ventas y así puedan tener clientes satisfechos” (p.32).

Y para Kotler (2017), “la comercialización consiste en una serie de herramientas y tácticas flexibles que la empresa, sector u organización puede usar para mezclar y combinar sus productos, precios, ubicaciones y promociones para obtener el resultado deseado en el mercado objetivo”. (p.12).

Finalmente, para Rondón (2016), “la comercialización consiste en una variedad de herramientas adaptables que una organización puede usar para mezclar y combinar

sus productos, precios, ubicaciones y promociones para lograr el resultado deseado en el mercado meta” (p.27).

Estrategias de asociatividad.

Maldonado (2017), menciona “que las estrategias de asociatividad pueden garantizar un posible éxito a la entidad, grupo u organización y dentro de ello se pueden identificar los principales factores como el capital social y liderazgo” (pp. 74 -76)

El MINCETUR (2013), menciona que en el Perú existen las siguientes estrategias de asociatividad:

a) Cadenas productivas:

García et al. (2009) definen las cadenas agrícolas como “un procedimiento el cual vincula o agrupa actores sociales y económicos, los cuales participan de manera articulado para agregar valor a una actividad ya sea de bienes o servicios desde la producción, comercialización y consumidor final, esto incluye a proveedores, logística y otros servicios incluyendo el financiamiento”. (p.12)

Para Antúnez (2015), Las cadenas agrícolas también representan la unión voluntaria de los actores el cual se integran para lograr metas que les permitan alcanzar resultados óptimos (sociales, ambientales, económicos y técnicos), esto con la finalidad de resguardar su estancia conjunta en los mercados al pasar de los años. (p. 100). Ello quiere decir que las cadenas agrícolas también tienen que ver con temas tecnológicos, productivos y comerciales ya que los actores involucrados coordinan la transparencia con la administración para la toma de decisiones.

b) Alianza de clúster:

Para Begazo (2017), “un clúster se compone de una serie de empresas, personas, gremios e instituciones conectadas que están asociadas entre sí en un campo cercano y están unidas geográficamente por prácticas complementarias y comunes para reducir dificultades, costes y lograr alianzas estratégicas” (p. 53).

Porter (2008) dice que “es una agrupación de empresas, instituciones, gremios, etc. que están conectadas entre sí, participan en la misma industria o área de mercado, están geográficamente cerca unas de otras y trabajan juntas para ser más competitivas” (p.151). Ello quiere decir que los clústeres se dan soporte para poder sobrevivir en un mercado competitivo y emergente.

c) Joint Venture:

Maguiña (2014), define “que es una forma de colaboración en un ambiente competitivo y funciona como (asociación empresarial) ya sea entre 2 o más empresas nacionales o extranjeras, esto con la finalidad de lograr objetivos que sea beneficioso para ambos y estos objetivos se logran ya sea a través de la coordinación, interacción y complementariedad de sus actividades y recursos” (p.74)

Para García (2015) menciona “que es una agrupación de dos o más personas o negocios que hacen negocios juntos para generar ganancias con capacidad de gestionar, conocer el volumen de la producción y entrada a nuevos mercados, disminuyendo el riesgo de posibles pérdidas” (p.51).

d) Cooperativas agrícolas:

Para Fernández (2016) una cooperativa agrícola “es reunir a un grupo de personas de una manera que les permita trabajar juntas para llevar a cabo proyectos empresariales mediante la creación de vías administrativas, cantidad de bienes, canales de comercialización, medios de transporte y la capacitación continua de los asociados” (p.36).

Además, agrega “que es la existencia de una variedad de acuerdos entre diferentes participantes, ya sean empresas del sector privado o instituciones del sector público, genere que se distingue más las redes de cooperación entre estas organizaciones de estos sectores” (p.38).

Para Sebastián (2014) “se refiere a la presencia de objetivos claros y compartidos y la existencia de un plan de acción que responsabilice a cada asociado de participar activamente” (p. 99)

Finalmente agrega “que los asociados tienen un compromiso activo con un proyecto común, que es donde las redes cooperativas se diferencian de otros modos organizativos” (p.101). Ello quiere decir que los asociados tienen que cooperar para generar resultados positivos para todos los socios.

Tabla 1

Razones para que los agricultores se unan a una cooperativa

Razones	Actividades
Precios bajos para los insumos y materiales	• Negociaciones grupales o a nombre de los integrantes

Mayor precio por la producción	• Las negociaciones se tornan mas transparentes
Mayor flujo de mercados y con transparencias comerciales	• Ferias, acceso a mercados nacionales e internacionales
Mercados seguros	• Establecer nichos de mercados y relaciones a largo plazo con los compradores
Acceso a capacitaciones y a asistencias técnicas.	• Ya sea directa para que puedan tener el acceso a los servicios que brindan los distintos proveedores
Educación y formación	• Una formación y educación de calidad para los socios y sus hijos proporcionándoles todos los materiales y herramientas necesarias.
Acceso a bonificaciones y créditos	• Acceso a múltiples créditos y bonificaciones el cual permitirá que el agricultor mejore su producción
Reducción de riesgos en la producción	• Seguros directos para las producciones que sean afectadas por actividades de la misma naturaleza o por la mano del hombre.

Fuente: Tomado de los aspectos básicos de las cooperativas agrícolas

DIMENSIONES

Dimensión económica productiva:

Gálvez (2018) “La dimensión económica productiva del teobroma cacao también incluye la producción de derivados como la manteca de cacao, la pasta de cacao, el cacao en polvo y productos industriales como chocolate y confitería. Es uno de los pocos sectores de procesamiento de productos agrícolas que está creciendo en términos de valor agregado. El proceso de conservación y transformación no sólo ha aumentado el rendimiento y la productividad del cacao, sino también una mayor conciencia sobre atributos intangibles como el sello orgánico, la conciencia ambiental, la identidad territorial y el comercio justo” (p.36).

Para caballero (2019), “la dimensión económica productiva del cacao tiene el potencial de disminuir la vulnerabilidad económica de los agricultores y aumentar la productividad de manera sostenible. Así mismo para evaluar el impacto económico de la producción de cacao, es fundamental considerar factores clave como la cantidad de producción por hectárea (ha), que determina la magnitud de ingresos del agricultor, los canales o medios de comercialización utilizados para vender el producto después de la cosecha, los medios de transporte empleados para trasladar el producto desde el campo

hasta el centro de ventas y la capacidad del agricultor para generar sinergias y alianzas estratégicas con empresas e instituciones, con el objetivo de incrementar sus ganancias y acceder a nuevos mercados” (p.18). Ello quiere decir que al analizar estos aspectos, es posible identificar oportunidades para mejorar la sostenibilidad económica y ambiental de la producción de cacao, y fortalecer la competitividad y resiliencia de los agricultores en el mercado.

Así mismo agrega “que en esta dimensión se tiene que considerar la cantidad de producción por hectáreas (ha) para poder evaluar la magnitud de ingresos que posee un agricultor, sus canales o medios de comercialización que utiliza después de haber cosechado su producto, los medios de transporte para poder trasladar o transportar su producto desde el campo hasta el centro de ventas y finalmente si el agricultor ha generado sinergias o alianzas estratégicas para establecer acuerdos entre empresas e instituciones con el objetivo de poder incrementar sus ganancias y encontrar nuevos mercados para la venta de su producto” (p.22).

1. **Cantidad de propiedad:** Hace referencia a la cantidad expresada en hectáreas que posee un agricultor (p.37).
2. **Canales de comercialización:** Se refiere a los medios de comercialización que utiliza el agricultor después de haber cosechado su producto (p.39).
3. **Cantidad de producción:** se refiere a las cantidades de cacao que cosecha un agricultor por hectárea o por lo que dura la campaña (p.40).
4. **Medios de transporte:** Hace referencia a los medios que utiliza el agricultor para poder trasladar o transportar su producto desde el campo hasta el centro de ventas (p.40).

Dimensión social:

Caballero (2019) “en el año 2017 el cacao alcanzo un promedio de producción de 120058 toneladas en un total de 13 0000 hectáreas, lo cual genero 9.9 millones de jornales al año, beneficiando directamente a 90 mil familias y de forma indirecta a 450 mil personas en la selva” (p.55).

Asimismo, el (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2018) plantea “que para mejorar la competitividad del cacao se debe considerar diferentes aspectos de sostenibilidad como, por ejemplo, los altos estándares de productividad que permita que el grano de cacao actúe de mejor manera en el mercado. Para ello sugiere que se mejore el manejo de cacao postcosecha y que mediante un programa de asistencia

técnica integral, los agricultores se puedan capacitar con expertos de todas partes del mundo y puedan trabajar de forma articulada, beneficiándose mutuamente en un futuro” (p.25).

Del mismo modo Barrientos (2021) menciona “que los profesionales tienen un rol muy importante en la dimensión social ya que son los stakeholders principales para establecer mecanismos de comunicación para que el agricultor pueda tener cooperación con todos los eslabones de las organizaciones involucradas y poder identificar sus principales cuellos de botellas, aliados estratégicos, buscar asistencia técnica productiva durante y después de la cosecha el cual les pueda ayudar a obtener créditos para que les permita mejorar su producción” (p.36).

1. **Cuellos de botella:** Se conoce como cuello de botella a algo que interrumpe o impide el flujo de producción del cacao (p.57).
2. **Créditos:** Hace referencia al acceso crediticio que puede llegar a tener una persona (p.58).
3. **Asistencia técnica productiva:** Se refiere a brindar atención personalizada al productor/a en su finca o parcela, en las fases de producción, cosecha, post cosecha y comercialización (p.60).
4. **Aliados estratégicos:** se considera como aliados estratégicos a los 4 ejes de acción (el sector privado y público, los medios, la sociedad civil y academia) esto con la finalidad de generar más alianzas y que conlleven a generar oportunidades de desarrollo personal como económico del agricultor cacaotero (p.65).

Dimensión Ambiental:

“Existe una relación muy estrecha entre el bosque y el cacao ya que además de tener muchas bondades, su cultivo sostenible armoniza de forma positiva directamente con la biodiversidad.” Esto demuestra la importancia de la dimensión ambiental en la producción del cacao, por lo que aumenta el rendimiento del cultivo y al mismo tiempo genera un impacto positivo en el medio ambiente al permitir la sostenibilidad de los ecosistemas y la captura de carbono, preservando las fuentes de agua, la biodiversidad y el suelo.

Quijandria (2020), menciona “que el cultivo sostenible del cacao permite responder de una manera más eficaz respecto a la situación económica que vive el agricultor del Perú y que además es un recurso muy valioso referente al cambio climático” (p.10).

Asimismo, agrega “que el trabajo que vienen realizando el Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Ministerio de Agricultura y Riego (MIDAGRI) es de mucha importancia para la conservación de la diversidad genética del cacao y de esa manera lograr mayores beneficios comerciales para los agricultores cacaoteros enfocados desde una perspectiva del cambio climático” (p.11).

Por ello Coral (2020), sugiere “que hay que controlar las diferentes infecciones de las plantaciones del cacao haciendo el uso de diversos métodos de control, los cuales son los encargados de enfrentar a las plagas del cacao de una manera integrada. Porque abusar mucho del control químico tiene consecuencias graves y a veces son los causantes de la aparición de muchos organismos resistentes y también a la contaminación del personal que está encargado de realizar las aplicaciones en las parcelas y finalmente de generar contaminación ambiental” (p.16).

Del mismo modo el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) y la Dirección General Agrícola y Agroecología (DGAA), trabajaron sinérgicamente para desarrollar un manual de buenas prácticas agrícolas – BPA, esto para concientizar e implementar a los agricultores mediante capacitaciones, charlas, cursos talleres y escuelas de campo las buenas prácticas agrícolas, no solo para permanecer en el mercado sino también para innovar en la calidad e inocuidad del grano de cacao, incrementar la producción de la misma y fomentar la sensibilización ambiental (MIDAGRI, 2021).

- 1. Control de malezas:** existen distintas formas de controlar las malezas dentro de las plantaciones de cacao pueden ser haciendo el uso de machetes, motoguadañas o también herbicidas químicas. Se realiza el control de estas con la finalidad de evitar de que las plantaciones de cacao sean el refugio perfecto de insectos malos o que se plaguen de enfermedades (p.23).
- 2. Control de plagas:** hace referencia al manejo integrado de control ya sea biológico, cultural, mecánico o químico de las enfermedades y plagas de las plantaciones del cacao (p.26).
- 3. Capacitaciones:** Hace referencia a las constantes charlas, cursos y capacitaciones que recibe y que debería recibir un agricultor con el propósito de generar una buena educación ambiental y tener una actitud de cambio frente al buen uso adecuado de los recursos en la agricultura (p.32).

4. **Sensibilización ambiental:** Esto permite a que se dé el uso adecuado de los recursos en el cultivo del cacao lo cual permitirá responder de manera efectiva frente a la situación económica que vive el agricultor y también como un recurso valioso frente al cambio climático (p. 46).

Mercado del cacao

El MINAGRI (2021), da a conocer el mercado internacional del cacao, teniendo como el primer comprador a Países Bajos (24,9%), seguido de Estados Unidos (24 %), Malasia (18 %) y Bélgica (14.7%) seguido de Indonesia con (8.3%) y Reino Unido en (4.5 %).

Según el MINCETUR (2022) los principales compradores de cacao a nivel nacional son empresas exportadoras como: Exportadora Romex (150 millones US\$) , Machu Picchu Foods (147 millones US\$), Amazonas Trading Perú (127 millones US\$), seguido de Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro (117.4 millones US\$) y por último la Cooperativa Agroindustrial Tocache (89 millones US\$). Asimismo, el Perú ha comercializado un total de 21,281 mil toneladas de cacao solo en el primer trimestre del 2021. Y solo hasta julio del año 2022 sumo US\$ 25,7 millones el cual revelo un crecimiento del 69%, quedando en el ranking 7 a nivel mundial (International Cocoa Organization, 2022).

2.3. Definición de términos básicos

1. Agricultura

Es una actividad que involucra el crecimiento y desarrollo de cosechas, explotación de bosques y sabanas, crianza y desarrollo del ganado y el cultivo del suelo (SEDEMA, 2008).

2. Desarrollo

Es la acción de desarrollarse ya sea aumentando la capacidad de las personas, en lugar de simplemente un aumento en la economía (EOM, 2015).

3. Cooperativa

Grupo de personas que trabajan o colaboran juntos para llevar a cabo proyectos empresariales mediante la creación de vías administrativas, cantidad de bienes, canales

de comercialización, medios de transporte y la capacitación continua de sus socios o beneficiarios (FAO, 2012).

4. Asociatividad

Serie de procesos y pasos que conllevan a que diferentes personas unan esfuerzos, compartan ideas para lograr metas en beneficio de todos los miembros lo cual no se podría alcanzar y/o lograr de forma individual (MIDAGRI,2013)

5. Comercialización

La comercialización es una hazaña de negocio que permite incrementar los ingresos de una empresa o de un sector definido (ADEX, 2019).

6. Cuellos de botella

Se conoce como cuello de botella a algo que interrumpe o impide el flujo de producción (Barrientos, 2021).

7. Desarrollo sostenible

Se conoce desarrollo sostenible a ese crecimiento o progreso que complace las necesidades del ahora (presente), sin exponer la idoneidad del futuro de las próximas generaciones (ODS, 2018).

8. Aliados estratégicos

se considera como aliados estratégicos a los 4 ejes de acción; el sector privado y público, los medios, la sociedad civil y academia (MINCETUR, 2018).

CAPITULO III. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Fue básica.

Con un enfoque:

Cualitativo

Blasco (2017), menciona “que una investigación cualitativa es aquella que en su contexto natural estudia la realidad y ello amerita a que se recopile una variedad de información ya sea por medio de entrevistas, textos, documentos, experiencias personales, mediante la observación e imágenes, el cual describan las situaciones problemáticas, rutinas y los significados en la vida de un individuo” (p.33).

Y según su nivel fue:

Descriptiva

Hernández et al. (2006) “Sostiene que es un estudio que de cierta forma busca especificar las características, propiedades, perfiles entre otros, de un grupo de personas, comunidades, gremios, sectores, etc. Para que finalmente los datos recolectados de estos grupos sean sometidos a distintos análisis y llegar a una conclusión coherente y beneficioso para la población estudiada” (p. 102).

3.2. Diseño de Investigación

Este estudio fue de diseño no experimental, según Hernández et al. (2013) menciona “que un estudio que no sea experimental consta en investigaciones que se desarrollan sin manipular deliberadamente las variables de estudio ya que solo se pueden observar las causas de sus habitud natural para posteriormente poder analizarlos” (p.149)

M → O → R

Donde:

M= Muestra a los agricultores

O= Observación

R= Resultado

3.3. Población y muestra

En general, “se comprende por población al grupo completo de componentes y unidades de observación que se tendrán en cuenta en una investigación, o el campo de estudio que será la base para cualquier intento de generalizar los resultados de investigaciones individuales” (Camacho, 2017).

Arias (2015), da a conocer “que una población puede ser un grupo de elementos que pueden ser de origen finito o infinito, pero siempre en cuando tengan características comunes y/o similares, esto con la finalidad de llegar a conclusiones en el estudio” (p.81)

Para este estudio la población y muestra estuvo conformado por 52 agricultores productores de cacao del distrito el Porvenir Pelejo.

Tabla 2

Población y Muestra

ADEL - BAJO HUALLAGA	N° de agricultores
Cacaoteros registrados en el ADEL	52
Total	52

Fuente: Agencia de desarrollo económico local el Porvenir Pelejo

3.3.1. Criterios de selección

Los productores de cacao del distrito el Porvenir Pelejo.

3.3.2. Criterios de inclusión.

Productores de cacao, incluido los que por lo menos ya tuvieron su primera cosecha de cacao del distrito el Porvenir Pelejo.

3.3.3. Criterios de exclusión.

Para la investigación no se tuvo en cuenta a los agricultores que recién están empezando a sembrar el cacao.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1. Técnica e instrumentos

El estudio utilizo las siguientes técnicas e instrumento que se presenta en la siguiente tabla detalladamente:

Tabla 3

Técnicas y instrumentos

Técnica	Instrumento	Alcance	Informante
Entrevista	Entrevista	Se recopiló información de los agricultores con la finalidad de conocer datos generales y cuáles son los problemas más comunes para la comercialización del cacao.	Se administró el instrumento a los 52 cacaoteros de Pelejo, Provincia y Departamento de San Martín.

Fuente: Elaboración propia

3.5 Técnica de procesamiento y de análisis de datos

Después de haber utilizado la herramienta de medición (Entrevista para la variable), los datos fueron ingresados al Excel y se utilizó la estadística descriptiva para ser analizados.

Tablas de frecuencia: los datos se presentaron y se desagregaron en niveles de frecuencias y porcentajes (%), para la variable de estudio.

Más adelante se interpretaron cada tabla de frecuencia, que respondió tanto al objetivo general como a los objetivos específicos.

3.6. Aspectos éticos

En materia de propiedad intelectual, se citaron a los autores relacionados al estudio y que tuvieron relación a la variable “Cooperativas agrícolas como estrategia de Asociatividad para Comercializar Cacao de los agricultores de Pelejo, provincia y departamento de San Martín, 2022”.

A los efectos de la realización de la investigación, los datos se consideraron fidedignos en cuanto a su confidencialidad.

CAPITULO IV. PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados

4.1.1. Análisis descriptivos - Agricultores

¿Actualmente usted se asocia con otros cacaoteros para comercializar su cacao?

Si la respuesta es “No” responder la pregunta (2)

Tabla 1

Cacaoteros asociados para comercializar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	52	100%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 01, que el 100% de los entrevistados no se asocian con otros cacaoteros para comercializar su cacao de manera eficiente y segura.

¿Estaría dispuesto a asociarse con otros agricultores a una cooperativa agrícola para poder comercializar su cacao de manera eficiente y seguro?

Tabla 2

Cacaoteros dispuestos a asociarse a una cooperativa agrícola

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si definitivamente	0	0%
No estoy seguro	2	4%
NO	50	96%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 02, que el 96% de los entrevistados no están dispuestos asociarse a una cooperativa agrícola para poder comercializar su cacao de manera eficiente y seguro, mientras que el 4% no está muy seguro de querer asociarse a una cooperativa agrícola.

¿Ha tenido alguna experiencia anteriormente de estar asociado a una cooperativa agrícola?

Tabla 3

Experiencia del cacaotero al estar asociado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	54%
No estoy seguro	2	4%
NO	22	42%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla de 03, que el 54% de los cacaoteros si ha tenido una experiencia al estar asociado a una cooperativa agrícola, el 42% no ha tenido ninguna con una cooperativa agrícola.

¿Su experiencia fue positiva o negativa?

Explique...

Tabla 4

Experiencia positiva/negativa del cacaotero

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Positiva	0	0
Negativa	24	46%
Ninguna de las anteriores	28	54%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 04, que experiencia positiva no hubo (0%) pero si el 46% tuvo una experiencia negativa al ser socio de una cooperativa agrícola; porque no se han cumplido los acuerdos previos.

Explicación de los entrevistados ante la pregunta anterior:

Los entrevistados manifestaron haberse sentido estafados por la cooperativa agrícola, alegando incumplimiento de promesas contractuales. A pesar de acuerdos sobre precios justos y pagos acordes a los precios internacionales del cacao, la cooperativa no cumplió con estos compromisos. Además, no se proporcionaron las contribuciones anuales, capacitaciones mensuales y visitas trimestrales a las parcelas, como se había acordado. Estas contribuciones eran descontadas del total de kilos entregados a la cooperativa.

Debido a esta experiencia negativa, el 46% de los entrevistados ha decidido no asociarse a cooperativas, optando por vender el cacao a acopiadores externos que no descuentan cantidad alguna y pagan precios justos acordes al mercado internacional. Esta situación destaca la necesidad de transparencia y cumplimiento de acuerdos en las cooperativas agrícolas para garantizar la confianza y el bienestar de los cacaoteros socios.

DIMENSION ECONOMICA PRODUCTIVA

¿Con cuántas hectáreas de cacao en producción cuenta usted?

Tabla 5

Hectáreas de cacao en producción

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 hectáreas	11	21%
2 a 4 hectáreas	35	67%
Mas de 4 hectáreas	6	12%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 05, que el 67% de los cacaoteros, poseen de 2 a 4 hectáreas de cacao en producción y el 12% de los entrevistados poseen más de 4 hectáreas.

¿Su producción de cacao es constante o periódica?

Tabla 6

Producción de cacao (constante y/o periódica)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Constante	47	90%
Periódica	5	10%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 06, que del 90% de los cacaoteros, su producción de cacao es constante.

¿Cuántos kilos de cacao cosecha por hectárea?

Tabla 7

Kilos de cacao por hectárea

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 100 a 300 kg	14	27%
De 300 a 500 kg	31	60%
De 500 Kg a mas	7	13%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 07, que el 60% de los entrevistados, cosechan de 300 a 500 kg por hectárea de cacao y un 13% cosechan de 500 Kg a más.

¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza usted, para trasladar las semillas del cacao al centro de venta de los acopiadores?

Tabla 8

Transporte para trasladar el grano de cacao

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Motocarro	28	54%
Furgoneta	8	15%
Camioneta	0	0%
Caballo	3	6%
Canoa	13	25%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 08, que el 54% de los entrevistados utilizan como medio de transporte el motocarro, para trasladar las semillas del cacao al centro de venta de los acopiadores y el 6% utilizan el caballo.

¿Cuánto es lo que gasta al trasladar 50 kilos de cacao al centro de venta de los acopiadores?

Tabla 9

Costo por transporte

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 a 10 soles	18	35%
10 a 25 soles	34	65%
De 25 soles a mas	0	0%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 09, que al 65% de los entrevistados, trasladar 50 kilos de cacao al centro de venta de los acopiadores, les cuesta entre 10 a 25 soles.

¿Cuáles son comúnmente las dificultades que usted tiene al momento de comercializar su cacao?

Tabla 10

Dificultades que tiene comúnmente al momento de comercializar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El Precio de cacao es bajo	17	33%
Pocos compradores en la zona	14	27%
Existencia de intermediarios excesivos	1	2%
los puntos de venta son muy lejos	20	38%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 10, que para un 38% de los entrevistados, su principal dificultad al momento de comercializar su cacao es la lejanía de los puntos de ventas y para el 2% su principal dificultad, es la existencia de intermediarios excesivos.

¿Usted considera que los 4 ejes de acción (el sector privado y público, los medios, la sociedad civil y academia) pueden ser un aliado estratégico para generar más

oportunidades de desarrollo, alianzas y conexiones comerciales del agricultor cacaotero en Pelejo? ¿Por qué?

Tabla 11

Los 04 ejes de acción como aliado estratégico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	52	100%
NO	0	0
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 10, que el 100% de los entrevistados, consideran que los 4 ejes de acción puede ser un aliado estratégico para generar oportunidades de desarrollo, alianzas y conexiones comerciales de los cacaoteros de Pelejo.

Explicación del ¿Por qué? de la pregunta anterior:

Los agricultores cacaoteros requieren visibilidad para su labor, lo que les permitiría vender sus productos a precios justos, mejorar su calidad de vida y acceso a recursos financieros. Esto incluye la mejorar de su canasta básica familiar, el acceso a financiamientos y créditos para optimizar su producción de cacao, recibir asesorías para obtener fondos concursables no reembolsables y el acceso a capitales semilla para transformar la semilla de cacao en productos terminados con certificaciones correspondientes. De esta manera, los agricultores Pelejininos podrían alcanzar sus objetivos y mejorar su situación económica y social.

DIMENSION SOCIAL

¿Cuál es su principal cuello de botella en la producción de su cacao?

El principal cuello de botella desde el año 2021, ha sido la pegada muy fuerte del cambio climático. Producto de ello la sequía y un fuerte verano inusual.

¿Usted ha recibido algún crédito para mejorar su producción de cacao?

Si la respuesta es, “Si” responder la pregunta (13)

Tabla 12

Recibió algún crédito para mejorar su producción de cacao

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	27%
NO	38	73%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 12, que el 73% de los cacaoteros, no han recibido un crédito para mejorar su producción de cacao, mientras que un 27% si recibieron.

¿Mejoro su producción de cacao con el crédito recibido?

Tabla 13

Mejoro su producción de cacao con el crédito

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	23%
NO	2	4%
Ninguna de las anteriores	38	73%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 13, que el 23% de los cacaoteros entrevistados que recibieron el crédito, si pudieron mejorar su producción de cacao, mientras que un 4% de ellos no pudieron mejorarlo.

¿Usted recibe capacitación para mejorar el manejo del cultivo de cacao? Si la respuesta fue la alternativa “a, b y c” responder la pregunta (15)

Tabla 14

Recibe capacitación para mejorar el manejo del cultivo de cacao

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada 2 meses	0	0%
Cada 4 meses	0	0%
Cada 6 meses	12	23%
Cada 12 meses	27	52%
Nunca	13	25%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 14, que el 52% de los entrevistados reciben capacitación para mejorar el manejo del cultivo de cacao, cada 12 meses y un 25% de los agricultores nunca ha recibido capacitación alguna.

¿Podría mencionar el nombre de la institución y/o instituciones que les capacito?

Tabla 15

Instituciones que les capacita

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alianza cacao	8	15%
ONG Prisma	22	42%
CEPCO	9	17%
No reciben capacitación por ninguna institución	13	25%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 15, que el 42% de los cacaoteros reciben capacitación por la ONG prisma y un 25% de los entrevistados, no han recibido capacitación por ninguna institución.

DIMENSION AMBIENTAL

¿Cómo controla usted los diferentes tipos de malezas en sus cultivos de cacao?

Tabla 16

Control de malezas en el cultivo de cacao

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Machete	31	60%
Motoguadaña	9	17%
Herbicidas Químicos	12	23%
Otros	0	0
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 16, que el 60% de los entrevistados utiliza el machete para controlar los diferentes tipos de malezas en el cultivo del cacao y el 17% de los cacaoteros utiliza la motoguadaña.

¿Cuál es el manejo integrado de control (biológico, cultural, mecánico y químico) de enfermedades y plagas que usted utiliza en sus cultivos de cacao?

Tabla 17

Control de enfermedades en el cultivo de cacao

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Control Biológico	0	0
Control Cultural	29	56%
Control Mecánico	16	31%
Control Químico	7	13%
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 17, que el 56% de los entrevistados utiliza el control cultural como manejo integrado para controlar enfermedades y plagas en sus cultivos de cacao y el 13% de los cacaoteros utiliza el control químico.

¿Usted estaría dispuesto a recibir de forma constante charlas, cursos y capacitaciones con el propósito de generar una buena educación ambiental y tener una actitud de cambio frente al buen uso adecuado de los recursos en la agricultura?

Tabla 18

Charlas, cursos y capacitaciones para el agricultor

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	52	100%
NO	0	0
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 18, que el 100% de los entrevistados, si estuvieran dispuesto a recibir de forma constante charlas, cursos y capacitaciones con el propósito de generar una buena educación ambiental y tener una actitud de cambio frente al buen uso adecuado de los recursos en la agricultura.

¿Considera usted que las charlas, cursos y capacitaciones sobre el uso adecuado de los recursos en el cultivo del cacao permitirá responder de manera efectiva frente a la situación económica que vive el agricultor y como un recurso valioso frente al cambio climático?

Tabla 19

Charla sobre el uso adecuado de los recursos en el cultivo de cacao

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	52	100%
NO	0	0
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 19, que el 100% de los entrevistados consideran que las charlas, cursos y capacitaciones sobre el uso adecuado de los recursos en el cultivo del cacao permitirá responder de manera efectiva frente a la situación económica que viven actualmente el agricultor y como un recurso valioso frente al cambio climático

¿Acepta usted con satisfacción las iniciativas de sensibilización y educación ambiental que se llevan a cabo en las actividades agrícolas?

Tabla 20

Educación ambiental en actividades agrícolas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	52	100%
NO	0	0
TOTAL	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se puede observar en la tabla 20, que el 100% de los cacaoteros, si aceptan con satisfacción las iniciativas de sensibilización y educación ambiental que se llevan a cabo en las actividades agrícolas.

4.2 Discusión de resultados

1. Para responder el objetivo general, el 100% de los entrevistados no se asocian con otros cacaoteros para comercializar su cacao de manera eficiente y segura. El 96%, no están dispuestos asociarse a una cooperativa agrícola. Pero hay una probabilidad de que el 4% de los entrevistados quieran asociarse. Así mismo el 46% tuvo una experiencia negativa al ser socio de una cooperativa agrícola; porque no se han cumplido los acuerdos previos. Entonces es importante destacar lo que menciona Montenegro (2021), en su estudio demostró que la gran mayoría de agricultores tienen mucho conocimiento sobre las cooperativas y sus beneficios, pero que deciden no afiliarse ya que se les pide que cumplan ciertos requisitos que no quieren, porque no creen que les beneficie y por otro lado existe cierta resistencia a los cambios propuestos por el comité general de la cooperativa. Del mismo modo Soto (2018), en su estudio menciona que existe muy poca voluntad por parte de la población agrícola para formar parte de una cooperativa agrícola ya que en su investigación el 42% de los agricultores señalo que es malo, esto debido a los antecedentes y experiencias actuales y pasadas. Por esa razón los agricultores temen unir esfuerzos bajo cualquier modelo de asociatividad, ya que ellos no saben si serán componentes esenciales para el crecimiento y desarrollo económico de su comunidad.

2. Para responder el objetivo específico 1, el 67% de los cacaoteros, poseen de 2 a 4 hectáreas de cacao en producción constante. Cosechan de 300 a 500 kg por hectárea de cacao. Utilizan como medio de transporte el motocarro (54%), para trasladar las semillas del cacao al centro de venta de los acopiadores. Trasladar 50 kilos de cacao al centro de venta, les cuesta entre 10 a 25 soles. Para un 38% su principal dificultad al momento de comercializar es la lejanía de los puntos de ventas y todos los entrevistados consideran que los 4 ejes de acción puede ser un aliado estratégico para generar oportunidades de desarrollo, alianzas y conexiones comerciales. Entonces es importante destacar a Caballero (2019), quien menciona que la dimensión económica productiva del cacao tiene el potencial de disminuir la vulnerabilidad económica de los agricultores y aumentar la productividad de manera sostenible y para evaluar el impacto económico de la producción de cacao, es fundamental considerar factores clave como la cantidad de producción por hectárea (ha), que determina la magnitud de ingresos del agricultor, los canales o medios de comercialización utilizados para vender el producto después de la cosecha, los medios de transporte empleados para trasladar el producto desde el campo hasta el centro de ventas y la capacidad del agricultor para generar sinergias y alianzas estratégicas con empresas e instituciones, con el objetivo de incrementar

sus ganancias y acceder a nuevos mercados. Al analizar estos aspectos, es posible identificar oportunidades para mejorar la sostenibilidad económica y ambiental de la producción de cacao, y fortalecer la competitividad y resiliencia de los agricultores en el mercado.

3. Para responder el objetivo específico 2; el principal cuello de botella desde el año 2021, ha sido la pegada muy fuerte del cambio climático. Producto de ello la sequía y un fuerte verano inusual. Así mismo un bajo porcentaje ha recibido ayuda financiera; de estos el 23% mejoro su producción de cacao. La mayoría de los entrevistados manifiesta que ha recibido capacitación cada año y la institución más preocupada en capacitar a los cacaoteros fue la ONG prisma. Por consiguiente, debemos considerar a Orbea (2018), quien refiere en su estudio que los productores de cacao enfrentan problemas sociales, económicos y ambientales similares. Estos problemas incluyen la falta de asistencia técnica del gobierno y entes competentes, precios bajos en comparación con años anteriores, un clima desfavorable, un alto costo de mano de obra cuando se contrata de forma individual, necesidad de financiamiento, lo que provoca un bajo rendimiento de la cosecha promedio por hectáreas (ha) por año.

4. Para responder el objetivo específico 3; el control de maleza del cultivo se realiza mayormente con una herramienta tradicional (machete) operado por la persona. El control de las enfermedades del cultivo se realiza a través de prácticas culturales (56%). Así mismo el 100% si está dispuesto a recibir acompañamiento técnico y acepta con satisfacción la sensibilización y educación ambiental. Porque considera que estas acciones permitirán mejorar el nivel de vida de los cacaoteros. Entonces es importante destacar lo que menciona Quijandria (2020), que el cultivo sostenible del cacao permite responder de una manera más eficaz respecto a la situación económica que vive el agricultor del Perú y que además es un recurso muy valioso referente al cambio climático. Del mismo modo el (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2021), sostiene en el manual de buenas prácticas agrícolas – BPA, la concientización de los agricultores mediante capacitaciones, charlas, cursos talleres y escuelas de campo sobre las buenas prácticas agrícolas y su importancia, no solo para permanecer en el mercado sino también para innovar en la calidad e inocuidad del grano de cacao, incrementar la producción de la misma y fomentar la sensibilización ambiental.

CAPITULO V. CONCLUSIONES

1. En conclusión, con el objetivo general: “Determinar si la cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad contribuirá a la comercialización del cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022” se determinó que el 46% de los entrevistados ha decidido no asociarse a cooperativas, optando por vender el cacao a acopiadores externos que no descuentan cantidad alguna y pagan precios justos acordes al mercado internacional. Esta situación destaca la necesidad de transparencia y cumplimiento de acuerdos en las cooperativas agrícolas para garantizar la confianza y el bienestar de los cacaoteros socios.
2. En base al objetivo específico 01: “Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión económica productiva permitirá comercializar el cacao a un precio justo para los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022” se determinó que los agricultores cacaoteros requieren visibilidad para su labor, lo que les permitiría vender sus productos a precios justos, mejorar su calidad de vida y acceso a recursos financieros. Esto incluye la mejorar de su canasta básica familiar, el acceso a financiamientos y créditos para optimizar su producción de cacao, recibir asesorías para obtener fondos concursables no reembolsables y el acceso a capitales semilla para transformar la semilla de cacao en productos terminados con certificaciones correspondientes. De esta manera, los agricultores Pelejinós podrían alcanzar sus objetivos y mejorar su situación económica y social.
3. En base al objetivo específico 02: “Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión social brindara asistencia técnica para incrementar su producción de cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022” se determinó que el principal cuello de botella desde el año 2021, ha sido la pegada muy fuerte del cambio climático. Producto de ello la sequía y un fuerte verano inusual. Así mismo un bajo porcentaje ha recibido ayuda financiera; de estos el 23% mejoro su producción de cacao. La mayoría de los entrevistados manifiesta que ha recibido capacitación cada año y la institución más preocupada en capacitar a los cacaoteros fue la ONG prisma.
4. En base al objetivo específico 03: “Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión ambiental permitirá mejorar la producción del cacao y obtener mejores oportunidades comerciales para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo,

Región San Martín, 2022” se determinó que el control de maleza del cultivo se realiza mayormente con una herramienta tradicional (machete) operado por la persona. El control de las enfermedades del cultivo se realiza a través de prácticas culturales (56%). Así mismo el 100% si está dispuesto a recibir acompañamiento técnico y acepta con satisfacción la sensibilización y educación ambiental, porque considera que estas acciones permitirán mejorar el nivel de vida de los cacaoteros.

CAPITULO VI. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que los cacaoteros se asocien entorno a una cooperativa agrícola, para mejorar los niveles de rentabilidad, comercialización y seguridad del cultivo de cacao, Así mismo se recomienda a las cooperativas agrícolas a implementar dentro de su organización principios y métodos de cooperación real con disposiciones reales de manera que den fe y aseguren las funciones de una buena dirección, administración y el manejo apropiado y unánime de los recursos de los cooperantes.
2. Que los profesionales de Negocios Internacionales y Turismo ayuden a los cacaoteros a establecer alianzas con empresas y organizaciones para que les puedan brindar apoyo y recursos para fomentar el desarrollo, mejorar la negociación colectiva y el acceso a mercados del cacao.
3. Que los profesionales capaciten y busquen sinergias con distintas instituciones para que los cacaoteros puedan educarse en prácticas sostenibles que sean adaptativas al cambio climático y al mismo tiempo aprovechen la experiencia y conocimiento compartido por los profesionales.
4. Que los profesionales de agronomía ayuden a los cacaoteros a buscar establecer un sistema de monitoreo y evaluación para medir el impacto de las prácticas de control de malezas y enfermedades en la producción de cacao y la sostenibilidad del cultivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Agraria (2022). *Exports of cocoa and derivatives grew in value 7.3% in 2021*. Recuperado de: <https://agraria.pe/noticias/exportaciones-de-cacao-yderivados-crecieron-en-valor>

AGROBANCO (2020). Manejo integrado de plagas y enfermedades en el cultivo de cacao. Recuperado de: <https://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/ctecnica/010-e-cacao.pdf>

Agro Perú (2019). Día del Cacao y Chocolate Peruano. Recuperado de: <https://www.agroperu.pe/hoy-se-celebra-el-dia-del-cacao-y-chocolate-peruano/>

Chiavenato, I. (2007). Human resources management. Los Angeles: McGrawHill/Interamericana Editores S.A. doi:970-10-6104-07 Cortina, N.V. (2012). International Marketing and Commercialization. Bogota, Colombia: ECOE Editions.

Coral, L (2020). MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS Y ENFERMEDADES EN EL CULTIVO DE CACAO. <https://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/ctecnica/010-e-cacao.pdf>

Kotler, P. (2001). Marketing direction. Millennium Publisher.

Mathews, J. C. (2014). Asociatividad empresarial. McCarthy, J. (1960). Basic Marketing: A managerial approach. Illinois: Richard D. Erwin Inc.

Ministerio de Comercio exterior y Turismo. (2020). [acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/). <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

Montes Gálvez, R. K. (Septiembre de 2018). La asociatividad en los productores cacaoeros del Vraem como estrategia de internacionalización. 152. Ayacucho, Perú.

Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos del marketing. Universitat Jaume I. doi:978- 84-695-7093-7

- Philip Kotler, K. K. (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación de México.
- Rondón, F. G. (1993). Mercadotecnia en Venezuela. Ediciones Frigor.
- Chiavenato, I., (2011). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill, D.F. México.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ta edición, Mc GrawHill, Buenos Aires.
- International Cocoa Organization. (02 de Mayo de 2022). International Cocoa Organization. <https://www.icco.org/statistics/cocoa-prices/monthlyaverages.html?currency=usd&startmonth=01&startyear>
- Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI). (2009). *Gestión del riesgo de Desastres para la planificación de Desarrollo Local*. Lima: Soluciones Prácticas ITDG.
- Koontz, H. Weihrich, H y Cannice, M. (2012). *Administración: una perspectiva global y empresarial*. (14^a. ed.). México: McGraw-Hill.
- Ley N° 29664, *ley de creación del Sistema Nacional de Gestión de Riesgos de Desastres 2011*.
- Lind, M., (2005), *Estadística Aplicada a los Negocios y a la Economía*, Ed. McGraw-Hill
- Vinelli, M. (2022). *Agricultura peruana: Desafíos para el 2023*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/agricultura-peruana-desafios-para-el-2023>
- Vera Garnica, J., & Ganga, F. (2007). Los Clusters industriales: precisión conceptual y desarrollo teórico. <https://www.redalyc.org/pdf/205/20503313.pdf>

Tesis:

- Alfaro, L. y Linares, S. (2020). En su tesis “La asociatividad como estrategia para mejorar el nivel socioeconómico de los agricultores del Distrito de Charat 2020”. (Tesis Pregrado). Universidad Cesar Vallejo – Trujillo. Recuperado de: repositorio.ucv.edu.pe
- Alonso, F. y Chávez, P (2021). Impacto de la asociatividad en la competitividad de los pequeños productores cacaoeros de la provincia de el oro-ecuador. *Revista XIII Congreso de Economía Agroalimentaria*, 43(3), 443-446
- Burgos-Cañas, D., & Fonseca-Pinto, D. E. (2020). Asociatividad empresarial: una estrategia para las organizaciones del sector cacaoero del municipio de Fortul Arauca. *Aibi Revista De investigación, administración E ingeniería*, 8(1), 91-100. <https://doi.org/10.15649/2346030X.621>
- Burgos, K. y Muñoz, K. (2021). “Propuesta de asociatividad para mejorar la comercialización del café orgánico de la comunidad nativa Shampuyacu Awanjun, Rioja, San Martín 2021”. (Tesis Pregrado). Universidad Privada Juan Mejía Baca. Recuperado de: repositorio.umb.edu.pe
- Esquivel, D. (2018). “Factores que limitan la asociatividad para la exportación de los agricultores de Palta Hass del Distrito de Chao-2018”. (Tesis Pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: repositorio.ucv.edu.pe
- Garzón, A & Guataquira, Y. y Pascagaza, J. (2020) “La Asociatividad Vía Alterna Para el Fortalecimiento del Pequeño Agricultor Colombiano”. (Tesis Posgrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Posgrado, Maestría en Gestión de Organizaciones, Bogotá. Recuperado de: repository.ucc.edu.co
- González, A. (2018). *La importancia de la asociatividad y su influencia en el desarrollo sostenible de los productores cacaoeros de la provincia de Los Ríos del Ecuador: propuesta de un plan estratégico para una asociación cacaoera*. (Tesis Doctorado). Universidad San Marcos, Lima

- Maguiña, F. (2020) “Joint Venture: estrategia para lograr la competitividad empresarial en el Perú”. Recuperado de: sisbib.unmsm.edu.pe
- Montenegro, R. (2021). “Estrategia de asociatividad para comercialización de cacao en los distritos de Lamas y Chazuta de la región San Martín”. (Tesis Pregrado). Universidad de Lima. Recuperado de: repositorio.ulima.edu.pe
- Orbea, M. (2018). “Asociatividad para la comercialización de cacao de los pequeños productores del recinto Aguacate de Pise, Cantón Valencia-Provincia De Los Ríos”. (Tesis Posgrado). Escuela Politécnica Nacional. Recuperado de: bibdigital.epn.edu.ec
- Pasapera, V. (2018). “Propuesta de asociatividad para la gestión de los productores de cacao del centro poblado San Pedro de Perico - San Ignacio Cajamarca”. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Recuperado de: renati.sunedu.gob.pe
- Rodríguez, D. & Cajusol, L. (2018). “Modelo de asociatividad para la mejora en la organización Agropecuaria de productores de Yambrasbamba, Amazonas”. (Tesis Posgrado). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: repositorio.ucv.edu.pe
- Soto, O. (2018). “Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe, departamento de Lambayeque” (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Recuperado de: renati.sunedu.gob.pe
- Vásquez, B. (2020). “La asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la Cooperativa Agraria Allima Cacao del Distrito de Chazuta, 2018”. (Tesis Pregrado). Universidad Nacional de San Martín. Recuperado de: repositorio.unsm.edu.pe
- Zambrano, A. (2018). “Diseño de un modelo de gestión para alianzas estratégicas (Joint Ventures) para el sector de comercialización de materiales de construcción”.

(Tesis Maestría). Universidad Católica de Ecuador. Recuperado de:
repositorio.pucesa.edu.ec

Anexos

Matriz de operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Estrategia de asociatividad para comercializar.	Para Fernández (2016) una cooperativa agrícola “es reunir a un grupo de personas de una manera que les permita trabajar juntas para llevar a cabo proyectos empresariales mediante la creación de vías administrativas, cantidad de bienes, canales de comercialización, medios de transporte y la capacitación continua de los asociados” (p.36).	La cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad para comercializar cacao se midió en función de 3 dimensiones que son: Dimensión económica productiva, dimensión social y dimensión ambiental. Para recolectar los datos se realizó una entrevista empleando los indicadores de las dimensiones	Dimensión económica productiva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cantidad de hectárea de cacao. 2. Canales de comercialización. 3. Cantidad de producción 4. Medios de transporte
			Dimensión social	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuello de botella 2. Créditos 3. Asistencia técnica productiva 4. Aliados estratégicos
			Dimensión ambiental	<ol style="list-style-type: none"> 1. Control de malezas 2. Control de plagas. 3. Capacitaciones 4. Sensibilización ambiental

Matriz de Consistencia

Título: Cooperativa Agrícola como estrategia de asociatividad para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022

Formulación del problema	Objetivos	Técnica e instrumentos
<p>Problema general</p> <p>¿La cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad contribuirá en la comercialización del cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar si la cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad contribuirá en la comercialización del cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022</p>	<p>Técnica</p> <p>Se utilizó la entrevista para medir la variable.</p> <p>Instrumentos</p> <p>Como instrumento se utilizó la entrevista.</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿La cooperativa agrícola desde una dimensión económica productiva permitirá comercializar el cacao a un precio justo para los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión económica productiva permitirá comercializar el cacao a un precio justo para los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022</p>	
<p>¿La cooperativa agrícola desde una dimensión social brindara la asistencia técnica para incrementar su producción de cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022?</p>	<p>Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión social brindara asistencia técnica para incrementar su producción de cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022</p>	
<p>¿La cooperativa agrícola desde una dimensión ambiental permitirá mejorar la producción del cacao y obtener mejores oportunidades comerciales para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022?</p>	<p>Determinar si la cooperativa agrícola desde una dimensión ambiental permitirá mejorar la producción del cacao y obtener mejores oportunidades comerciales para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, Región San Martín, 2022</p>	

Diseño de la investigación	Población y muestra	Variable y dimensiones
<p>Fue básica. Con un enfoque: Cualitativo de nivel descriptiva con un diseño no experimental de corte transversal, y el esquema es el siguiente:</p> <p>M → O → R</p> <p>Donde: M= Muestra a los agricultores O= Observación R= Resultado</p>	<p>Población y muestra:</p> <p>Para este estudio la población y muestra estuvo conformada por 52 productores de cacao del distrito el Porvenir Pelejo.</p>	<p>Variable:</p> <p>Cooperativa agrícola como estrategia de asociatividad para comercializar cacao.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dimensión económica productiva -Dimensión social - Dimensión ambiental

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del Experto : *Córdova López Gipsi Luz*
 Institución donde labora : *Comercial Industrial Selva S.A*
 Grado Académico : *Maestría en Gestión Pública*
 Autor del Instrumento : *Anney Salas Guerra*
Título del Instrumento : *Cuestionario/ Entrevista para medir la estrategia de asociatividad para comercializar cacao.*

INSTRUCCIONES: Lee cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valorados con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

MUY DEFICIENTE	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con un lenguaje adecuado.					x
OBJETIVIDAD	Los ítems del instrumento permiten recoger información objetiva sobre la variable en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					x
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde al avance de la ciencia y tecnología.					x
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organización lógica.					x
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento comprenden los aspectos de cantidad y calidad.					x
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación, responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					x
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					x
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					x
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuesto responden al propósito de la investigación.					x
PERTINENCIA.	El instrumento responde al momento oportuno o más adecuado.				x	
SUBTOTAL						
TOTAL						

(Nota. Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente", sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido, ni aplicable).

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que precede su aplicación.

IV. PROMEDIO DE EVALUACIÓN.

49

Yurimaguas *19 de diciembre* del 2022.



Mg. GIPSI LUZ CÓRDOVA LÓPEZ
DNI: 47704276

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del Experto : *Alexandro Castro, César Augusto*
 Institución donde labora : *Universidad Nacional de San Martín - UNSM*
 Grado Académico : *Maestro*
 Autor del Instrumento : *Anney Salas Guerra*
 Título del Instrumento : *Cuestionario/ Entrevista para medir la estrategia de asociatividad para comercializar cacao.*

INSTRUCCIONES: Lee cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valorados con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

MUY DEFICIENTE	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los items están redactados con un lenguaje adecuado.					X
OBJETIVIDAD	Los items del instrumento permiten recoger información objetiva sobre la variable en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde al avance de la ciencia y tecnología.				X	
ORGANIZACIÓN	Los items del instrumento reflejan organización lógica.					X
SUFICIENCIA	Los items del instrumento comprenden los aspectos de cantidad y calidad.				X	
INTENCIONALIDAD	Los items del instrumento son coherentes con el tipo de investigación, responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los items del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los items del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuesto responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno o más adecuado.				X	
SUBTOTAL						
TOTAL						47

(Nota. Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente", sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido, ni aplicable).

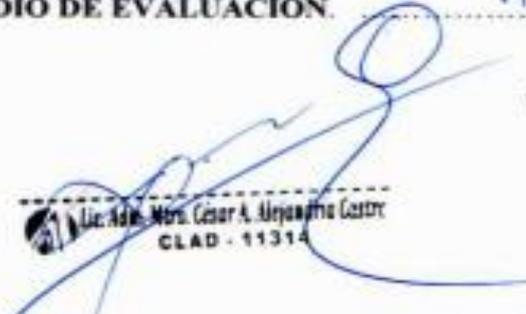
III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

Se revisa el instrumento y es apto para ser aplicado

IV. PROMEDIO DE EVALUACIÓN.

4.7

Yurimaguas 19 de *Diciembre* del 2022.


 Lic. Adm. Mtro. César A. Alejandro Castro
 CLAD - 11314

ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA PARA EL AGRICULTOR CACAOTERO

Presentación: Soy estudiante de la carrera de Negocios Internacionales y Turismo de la Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas en Yurimaguas, me encuentro realizando una investigación acerca de la *Cooperativa Agrícola como estrategia de asociatividad para comercializar el cacao de los agricultores de Pelejo, región San Martín, 2022*. Antes de comenzar, quiero expresar mi gratitud por su contribución a esta entrevista. Toda la información que me proporcione será confidencial y solo se utilizará para fines académicos.

1. ¿Actualmente usted se asocia con otros cacaoteros para comercializar su cacao?

a) Si

b) No

Si la respuesta es “No” responder la pregunta (2)

2. ¿Estaría dispuesto a asociarse con otros agricultores a una cooperativa agrícola para poder comercializar su cacao de manera eficiente y seguro?

a) Si definitivamente

b) No estoy seguro

c) No

3. ¿Ha tenido alguna experiencia anteriormente de estar asociado a una cooperativa agrícola?

a) Si

b) No estoy seguro

c) No

4. ¿Su experiencia fue positiva o negativa?

d) Positiva

e) Negativa

f) Ninguna de las anteriores

Explique:

...

DIMENSION ECONOMICA PRODUCTIVA

5. ¿Con cuántas hectáreas de cacao en producción cuenta usted?

a) 1 a 2 hectáreas

b) 2 a 4 hectáreas

c) Mas de 4 hectáreas

6. ¿Su producción de cacao es constante o es periódica?

7. ¿Cuántos kilos de cacao cosecha por hectárea?
- De 100 a 300 kg
 - De 300 a 500 kg
 - De 500 Kg a mas
8. ¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza usted para trasladar las semillas del cacao al centro de venta de los acopiadores?
- Motocarro
 - Furgoneta
 - Camioneta
 - Caballo
 - Otros, mencionar.....
9. ¿Cuánto es lo que gasta al trasladar 50 kilos de cacao al centro de venta de los acopiadores?
- 0 a 10 soles
 - 10 a 25 soles
 - De 25 soles a mas
10. ¿Cuáles son comúnmente las dificultades que usted tiene al momento de comercializar su cacao?
- El Precio de cacao es bajo
 - Pocos compradores en la zona
 - Existencia de intermediarios excesivos
 - los puntos de venta son muy lejos
 - Otros
11. ¿Usted considera que los 4 ejes de acción (el sector privado y público, los medios, la sociedad civil y academia) puede ser un aliado estratégico para generar más oportunidades de desarrollo, alianzas y conexiones comerciales del agricultor cacaotero en Pelejo? ¿Por qué?

DIMENSION SOCIAL

12. ¿Cuál es su principal cuello de botella en la producción de su cacao? – se conoce como cuello de botella a algo que interrumpe o impide el flujo de producción.
13. ¿Usted ha recibido algún crédito para mejorar su producción de cacao?

Si la respuesta es, “Si” responder la pregunta (14)

a) Si

b) No

14. ¿Mejoro su producción de cacao con el crédito recibido?

15. ¿Usted recibe capacitación para mejorar el manejo del cultivo de cacao?

Si la respuesta es una de las alternativas “a, b y c” responder la pregunta (16)

a) Cada 2 meses

b) Cada 4 meses

c) Cada 6 meses

d) Nunca

16. ¿Podrías mencionar el nombre de la institución y/o instituciones que les capacita?

DIMENSION AMBIENTAL

17. ¿Cómo controla usted los diferentes tipos de malezas en sus cultivos de cacao?

a) Machete

b) Motoguadaña

c) Herbicidas Químicos

d) Otros, mencionar...

18. ¿Cuál es el manejo integrado de control (biológico, cultural, mecánico y químico) de enfermedades y plagas que usted utiliza en sus cultivos de cacao?

a) Control biológico (insectos o microorganismos buenos que eliminan a las plagas)

b) Control cultural (labores rutinarias en las parcelas de cacao)

c) Control mecánico (eliminación de los frutos con síntomas de moniliasis)

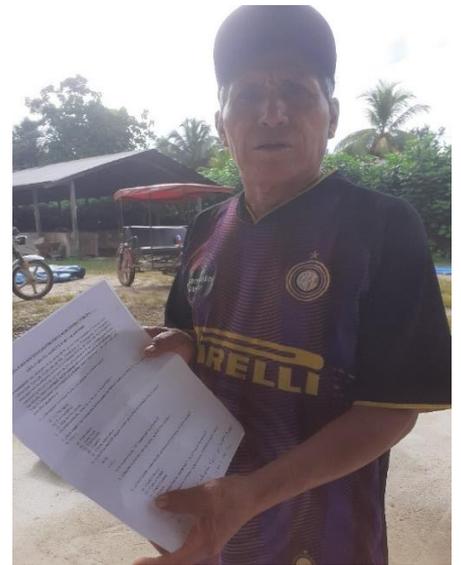
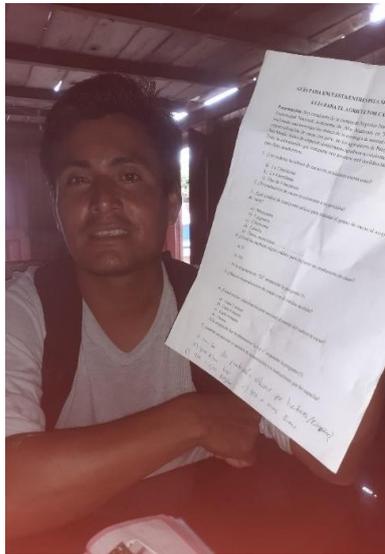
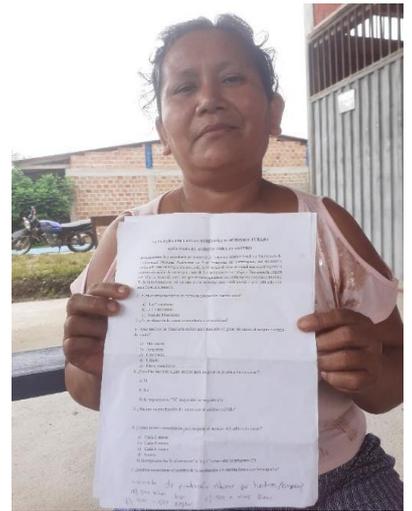
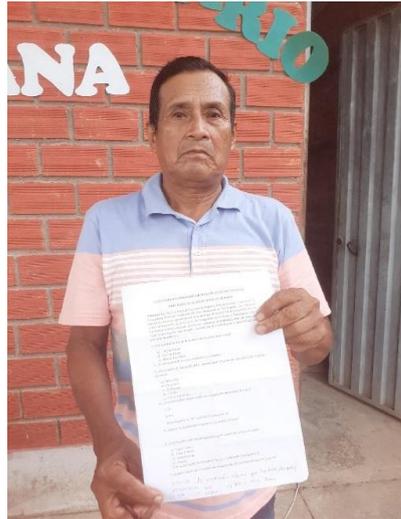
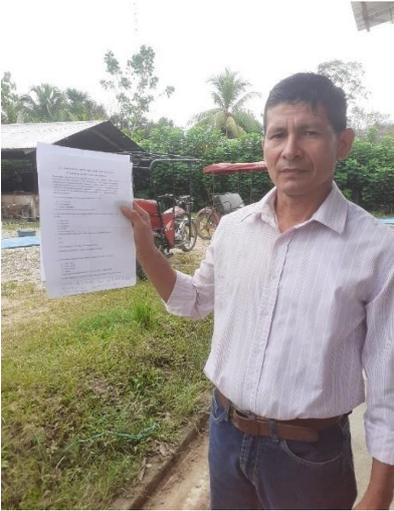
d) Control químico (utilización de insumos selectivos y poco tóxicos)

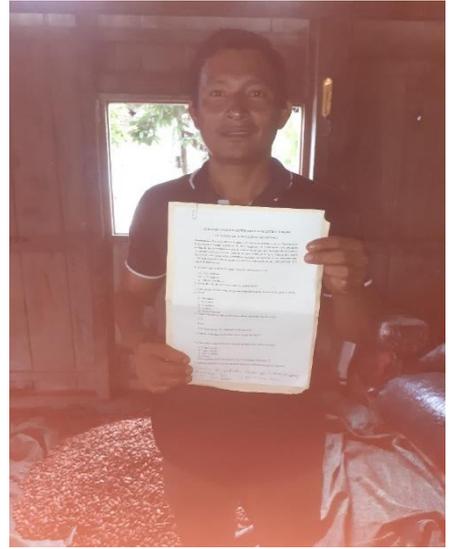
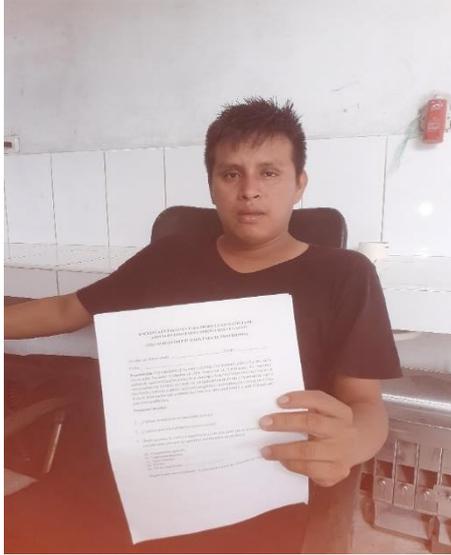
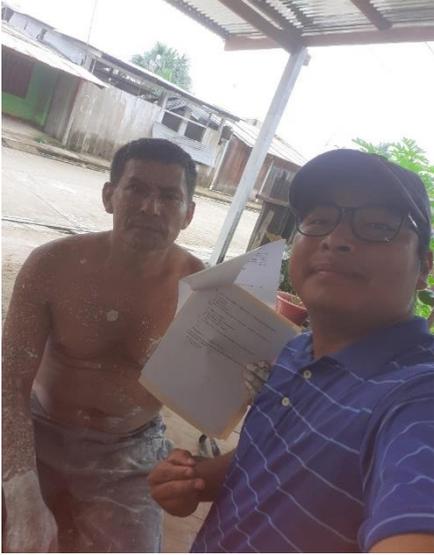
19. ¿Usted estaría dispuesto a recibir de forma constante charlas, cursos y capacitaciones con el propósito de generar una buena educación ambiental y tener una actitud de cambio frente al buen uso adecuado de los recursos en la agricultura?

20. ¿Considera usted que las charlas, cursos y capacitaciones sobre el uso adecuado de los recursos en el cultivo del cacao permitirá responder de manera efectiva frente a la situación económica que vive actualmente el agricultor y como un recurso valioso frente al cambio climático?

21. ¿Acepta usted con satisfacción las iniciativas de sensibilización y educación ambiental que se llevan a cabo en las actividades agrícolas?

Galería fotográfica de los agricultores encuestados





NOMBRE DEL TRABAJO

ANNEY SALAS GUERRA.pdf

AUTOR

ANNEY SALAS GUERRA

RECuento de palabras

12181 Words

RECuento de caracteres

65750 Characters

RECuento de páginas

41 Pages

Tamaño del archivo

446.3KB

Fecha de entrega

Sep 2, 2024 5:15 PM GMT-5

Fecha del informe

Sep 2, 2024 5:15 PM GMT-5**● 12% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)