



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**Certificación orgánica y su impacto en la rentabilidad del café de la Asociación
de Productores Amazonas Alto - Mayo, periodo 2016 - 2019**

Tesis para optar el Título Profesional de Economista

AUTOR:

Mack Jeffrey Ríos Vásquez

ASESOR:

Econ. MBA. David Nicolás Espinoza Dextre

CO - ASESOR:

Econ. Danny Oldy Encomenderos Dávalos

Tarapoto – Perú

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA




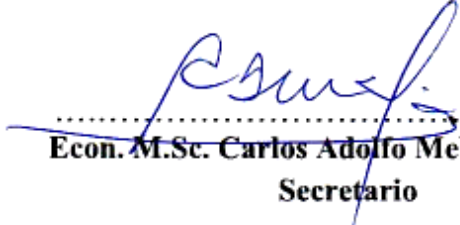
Certificación orgánica y su impacto en la rentabilidad del café de la Asociación de Productores Amazonas Alto - Mayo, periodo 2016 - 2019

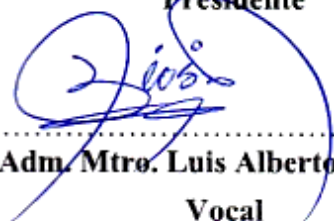
AUTOR:


Mack Jeffry Ríos Vásquez

Sustentada y aprobada el 30 de diciembre del 2021 por los siguientes jurados:


.....
Dr. Réniger Sousa Fernandez
Presidente


.....
Econ. M.Sc. Carlos Adolfo Melgar Neyra
Secretario


.....
Lic. Adm. Mtro. Luis Alberto Ríos López
Vocal


.....
Econ. MBA. David Nicolas Espinoza Dextre
Asesor

Declaratoria de autenticidad

Mack Jeffry Ríos Vásquez, con DNI N° 72752045, bachiller de la Escuela Profesional de Economía, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, autora de la tesis titulada: **Certificación orgánica y su impacto en la rentabilidad del café de la Asociación de Productores Amazonas Alto - Mayo, periodo 2016 - 2019.**

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de mi autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumo bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, sometiéndome a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 30 de diciembre del 2021.



.....
Bach. Mack Jeffry Ríos Vásquez

DNI N° 72752045

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Rios Vásquez Mack Jeffrey		
Código de alumno :	72752045	Teléfono:	969510442
Correo electrónico :	mackjeffry.econ@gmail.com	DNI:	72752045

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Economía

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Certificación orgánica y su impacto en la rentabilidad del café de la Asociación de productores Amazonas - Alto Mayo, periodo 2016-2019.
Año de publicación:	2021

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA.**”

A handwritten signature in blue ink is shown on the left, with a blue ink fingerprint on the right. Both are enclosed in a thin black rectangular border.

Firma del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

04 / 02 / 2022.

An official blue circular stamp of the Universidad Nacional de San Martín is on the left. To its right is a handwritten signature in blue ink. Below the signature is the name 'Ing. Grella Vanessa Fachin Ruíz' and the word 'Responsable'.

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

A Dios, por cuidarme siempre, darme salud y colmarme de bendiciones. A mis padres Zadith Vasquez López y Carlos Rios Perea, a quienes debo todo lo que soy, por enseñarme que en la vida no hay límites y por más que esta golpee, siempre hay que levantar cabeza y seguir adelante, por su interminable apoyo en todo momento de mi vida por sus consejos y por confiar en mi todo el tiempo.

A mis hermanos Joseph y Anthony, por el amor que me han brindado siempre, por el apoyo y por incentivar me a lograr este sueño.

A mis tías Miryam Rios y Nelida Olivera, quienes siempre estuvieron ahí apoyándome desde mis inicios pre universitario.

A mis abuelos Benedicto Rios, María Manuela Perea, Tudela López y a mi amigo Brandon Chumbe, quienes me guían y me bendicen desde allá arriba.

Mack Jeffry

Agradecimientos

Agradecer a dios, quien me ilumino y cuido en los momentos más difíciles y me permitió que culminara con éxito esta hermosa etapa de mi vida.

A los economistas David Espinoza y Danny Encomenderos, por su apoyo durante la elaboración de la presente investigación.

Por último, a la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, por brindarme su apoyo activamente durante la elaboración del trabajo y con el cual pude llegar a concluir esta investigación.

Mack Jeffry

Índice general

Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	5
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
1.1. Antecedentes de la investigación.....	5
1.2. Bases teóricas	10
1.2.1. Certificación orgánica.....	10
1.2.2. Rentabilidad.....	14
1.3. Definición de términos básicos.....	18
CAPÍTULO II.....	20
MATERIAL Y MÉTODOS	20
2.1. Hipótesis	20
2.2. Sistema de variables	20
2.4. Tipo y nivel de investigación.....	22
2.5. Diseño de investigación.....	22
2.6. Población y muestra	23
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
2.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	23
2.9. Materiales y métodos.....	24
CAPÍTULO III.....	25
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	25
3.1. Resultados.....	25

3.2. Discusión	35
CONCLUSIONES	39
RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
ANEXOS	44

Índice de tablas

Tabla 1. Comparativo sin y con certificación	26
Tabla 2. APROMAYO: Utilidades netas, 2016-2019 (en miles de soles)	30
Tabla 3. APROMAYO: Rentabilidad sobre las ventas, 2016-2019 (en miles de soles) ..	30
Tabla 4. APROMAYO: Rentabilidad económica, 2016-2019 (en miles de soles)	31
Tabla 5. APROMAYO. Rentabilidad financiera, 2016-2019 (en miles soles)	32
Tabla 6. APROMAYO. Utilidades netas, 2016-2019 (en miles de soles)	33
Tabla 7. APROMAYO. Rentabilidad comercial o sobre las ventas (en miles de soles), período 2016-2019	34
Tabla 8. APROMAYO. Rentabilidad económica (ROA), período 2016-2019	34
Tabla 9. APROMAYO. Rentabilidad financiera (ROE), período 2016-2019.....	35

Índice de figuras

Figura 1. Diagrama del proceso de certificación fínca individual o Grupo de productores	27
Figura 2. Diagrama de proceso de certificación de procesador	27
Figura 3. Diagrama de proceso de certificación de trader o comercializador	28

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo: Evaluar el impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019. La metodología utilizada parte de la selección de una muestra por conveniencia y está constituida por el acervo documentario sobre certificación orgánica y rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas- Alto Mayo, por lo cual es coincidente con la población. La investigación es aplicada en el nivel descriptivo y el diseño de la misma es No Experimental mediante el uso de los métodos analítico – sintético e inductivo - deductivo, además se utilizó técnicas e instrumentos de recolección de datos mediante la observación documental, fichaje y el análisis documental, se procedió al procesamiento y análisis de datos, para la contrastación de la hipótesis planteada. Los resultados de la investigación, así como la discusión a la luz de los fundamentos teóricos, demostraron que la certificación orgánica y el sello fairtrade del comercio justo tiene impacto positivo en la rentabilidad económica y financiera de la asociación contrastándose con la prueba de asociación de dos variables cuantitativas ordinales y por la información procesada.

Palabras clave: certificación orgánica, rentabilidad, rentabilidad económica, rentabilidad financiera, sello fairtrade.

Abstract

The objective of this research was to evaluate the impact of organic certification on the profitability of the Amazonas Alto-Mayo Producers Association, period 2016-2019. The methodology used is based on the selection of a sample by convenience and is constituted by the documentary acquis on organic certification and profitability of the Asociación de Productores Amazonas- Alto Mayo, which is coincident with the population. The research is applied at the descriptive level and the design is non-experimental through the use of analytical-synthetic and inductive-deductive methods. In addition, data collection techniques and instruments were used for data collection through documentary observation, file recording and documentary analysis, data processing and analysis were carried out in order to contrast the hypothesis proposed. The results of the research, as well as the discussion based on the theoretical foundations, demonstrated that organic certification and the fairtrade seal of fair trade have a positive impact on the economic and financial profitability of the association, contrasted with the test of association of two ordinal quantitative variables and by the processed information.

Key words: organic certification, profitability, economic profitability, financial profitability, fairtrade seal.



Introducción

En el contexto internacional las exportaciones de cafés convencionales o especiales requieren contar con una certificación orgánica, primero para penetrar en los mercados externos como el europeo por ejemplo y segundo para posicionarse con productos competitivos, en diferenciación, precio y sobre todo calidad. Por ello Castro (2018, p.9) sostiene: “La certificación orgánica, al trabajar con los principios de agricultura orgánica, es capaz de avalar y brindar la garantía al consumidor final sobre los productos orgánicos”. Por ello, la certificación orgánica es muy importante para las organizaciones que quieran tener un mejor precio o valor para su producto, ya que esto avalara que es un producto de calidad y que puede ser exportado.

En el nivel nacional y de acuerdo con cafelab.pe (2018): “El Perú ocupa el noveno puesto de mayores productores de café del mundo, según la ICO (International Coffee Organization). Asimismo, 12 de las 25 regiones del país son productoras de café. Para su óptima comercialización, existen como respaldo dos certificaciones que todo productor de café, cooperativa o asociación debería tener: Comercio Justo y Café Orgánico. Con estas certificaciones, el café entra al mercado con un precio competitivo que resulta beneficioso para el productor, recompensando todo su esfuerzo” (párr. 1) Por su parte Agraria.pe (2021) reafirma: “El Perú se ha mantenido entre los 10 países exportadores más importantes de café en el mundo (se posicionó en el octavo lugar), con 4.26 millones de sacos, aunque se estima una ligera caída de sus exportaciones (2.2%, respecto a la campaña previa)” (párr. 23)

A nivel local: La Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo está situada en el departamento de San Martín, provincia de Moyobamba, distrito Soritor. Fue fundada el 15 de septiembre del 2015, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una sociedad anónima cerrada. Los principales directivos son: Leydi Requejo Alfaro-Gerente, Dolores Alfaro Bernal-Presidente, Carlitos Joseph Ríos Vásquez-Tesorero, Yover Cleyder Alfaro Peralta-Secretario y doña Rosa Acuña Cerdán-Fiscal.

Esta asociación actualmente cuenta con 12 trabajadores y está dedicada a la exportación indirecta de café pergamino, comenzó sus labores comerciales en el año 2016 con 30 productores cafetaleros orgánicos, a principios de este mismo año obtuvo la certificación orgánica. Con el esfuerzo mancomunado dicha empresa ha crecido en número de

asociados, contando en el año 2019 con 248 cafetaleros orgánicos del departamento de San Martín y Amazonas, los cuales contribuyen a la exportación indirecta de 25 contenedores al año, aproximadamente 12 mil quintales de café, con un peso de 55.2kg por quintal.

La Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo implementó la certificación orgánica con la finalidad de incrementar los niveles de ingreso y así aumentar su rentabilidad, dividida en actividades primaria y secundarias, pudiendo hacer mejoras en el sector productivo como en la organización. La certificación orgánica ayudó a ofrecer una garantía, que asegura la calidad en el que se hallaba el producto, permitiendo constatar que el cultivo ha seguido acertadamente las normas de producción orgánica, cuidando el medio ambiente y la salud del consumidor.

No obstante, transcurrido tres años de operación y exportación con certificación orgánica de “Comercio Justo”, la problemática se resume en la situación siguiente: en el año 2017 por problemas de gestión y deficiencias en la asistencia técnica se le quitó la certificación orgánica para recuperarla en el año 2018 hasta la fecha, con estos problemas siguieron produciendo café y están preocupados por consolidar todos sus procesos en términos de calidad que les permita mejorar su productividad y posicionarse en el mercado externo (Memorias anuales 2016 al 2019 de la asociación), por lo que es relevante como tema investigativo evaluar el impacto de esta variable en la rentabilidad de la asociación.

Considerando esta situación problemática se determinaron los siguientes problemas de investigación:

Problema general:

¿Cuál es el impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019?

Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el impacto antes de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019?
- b) ¿Cuál es el impacto después de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016 - 2019?

A partir de la formulación de estos problemas se plantean los objetivos de la investigación:

Objetivo general:

Evaluar el impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019.

Objetivos específicos:

- a) Determinar el impacto antes de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.
- b) Determinar el impacto después de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.

El estudio que nos aboca es importante porque permitirá relacionar un antes y después de la certificación orgánica con la rentabilidad obtenida por la asociación, con ratios para el análisis de los resultados de sus estados financieros durante el período 2016 al 2019. Para alcanzar los objetivos de investigación planteados se utilizó la metodología a partir del método análisis y síntesis para el tipo de investigación aplicada en el nivel descriptivo-explicativo de diseño no experimental longitudinal, para resolver los problemas de investigación mediante la recopilación de datos utilizando diversas técnicas, proporcionando una interpretación de los datos recopilados y obtener conclusiones.

Para ello se planteó como hipótesis general la siguiente: “La certificación orgánica tiene un impacto positivo en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019.” Y, como hipótesis específicas:

- a) Antes de la certificación orgánica el impacto en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019, fue regular.
- b) Después de la certificación orgánica el impacto en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019, fue bueno.

Producto del desarrollo investigativo, se alcanzaron los siguientes resultados:

Siendo una asociación joven (fundada el 2015) el resultado más importante es la mejora de sus procesos productivos y de comercialización que le permitió lograr la certificación

orgánica, pese al traspie sufrido el 2017, la recuperó el año 2018. En cuanto a la rentabilidad, a través de los ratios de utilidad neta, ROA, ROE y Utilidad Comercial, se pudo comparar antes y después de la certificación, demostrando que el camino Fairtrade o comercio justo es la perspectiva más adecuada para lograr beneficios para la asociación y sus asociados.

La estructura del contenido capitular es la siguiente: El capítulo I versa sobre la revisión bibliográfica donde se presenta los principales antecedentes del estudio del problema y sobre todo el fundamento teórico científico que culmina con la definición de términos básicos.

El capítulo II trata sobre el material y métodos utilizados que abarca el sistema de hipótesis y de variables, tipo y diseño de la investigación, población y muestra así como técnicas de recolección de datos utilizados.

El capítulo III aborda los resultados y discusión, a partir del tratamiento estadístico de cuadros cuya análisis, interpretación y discusión permitió contrastar las hipótesis. Finalmente se infirieron las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1. Antecedentes del estudio del problema

Después de haber revisado los estudios de investigación en los repositorios de universidades tanto nacionales como extranjeras, así como información de libros, páginas de internet y tesis anteriormente hechas, se ha obtenido los siguientes antecedentes:

Nivel internacional

Murillo, A. (2017) en su tesis *“Análisis del proceso de comercialización del café orgánico y su incidencia socio económica en el Cantón Santa Ana período 2015 – 2016”*, Universidad Laica Ely Alfaro de Manabí, planteó como objetivo general: Realizar un análisis del proceso de comercialización del café orgánico y la incidencia socio económica en el Cantón Santa Ana, en la provincia de Manabí, durante el período 2015-2016. Constituyó una investigación en bibliográfica y documental, con diseño explicativo para una población del Cantón Santa Ana de 47,385 Hab. y una muestra de 67 personas, a quienes se aplicaron encuestas y entrevistas, obteniendo como resultado: los cafetaleros deberán elaborar una base de datos que informe de nuevas opciones de mercados basados en investigación que brinde información reales para conocer nuevos clientes entre ello ir en busca de mejor transportación, almacenamiento y manipuleo de la materia prima permitiendo así que esté al alcance de los consumidores.. Entre la principal conclusión se tiene: se necesitará una comercialización directa entre el productor y el distribuidor de café para obtener ganancias mayores a lo esperado, tomando en cuenta las estrategias de producto y precio siendo ésta una de las principales para poder lograr la planificación establecida para las ventas café orgánico en el Cantón Santa Ana.

Romero (2015) en su tesis de titulación de economista, *“Evaluación de rentabilidad de la certificación orgánica de café en la provincia de Loja”*, de la Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador, planteó como objetivo: evaluar la rentabilidad de la certificación orgánica de café en la provincia de Loja, es decir, comparar los costos de la producción orgánica certificada y la producción tradicional frente a sus retornos. Se utilizó indicadores financieros como el VAN, TIR y la ecuación de Kilian que permite observar si

existe un beneficio económico hacia los agricultores que tienen la certificación orgánica. El tipo de investigación es descriptiva y la metodología utilizada consistió en la aplicación de encuesta para conocer las percepciones de los agricultores, la evaluación de la rentabilidad y la evaluación de la eficiencia económica con el método de Kilian. Como resultado principal se tiene que la producción de café tradicional obtuvo una TIR más elevada en comparación a la producción certificada, sin embargo, el cálculo del VAN fue mejor para la producción certificada orgánica. Conclusión: debido a que estos dos proyectos son mutuamente excluyentes el cálculo de la TIR no tendría mayor importancia por lo que se tomaría la producción de café certificado como una mejor opción para los caficultores. En la ecuación de Kilian se obtuvo un valor positivo con el cual se confirma el beneficio económico de la producción orgánica certificada de café.

Robledo, O. (2015), *“Comparativo de la rentabilidad del café orgánico e inorgánico en el municipio d ángel Albino Corzo, Estado de Chiapas”* Universidad Autónoma Agraria “Antonio Narro” de Buenavista, Saltillo, Coahuila, México, planteó como objetivo general: comparar la rentabilidad de cada sistema de producción orgánica e inorgánica, estimando la utilidad en una muestra de productores, cuya información fue captada mediante una encuesta. A fin de establecer las variables que influyen sobre la rentabilidad y rendimiento se utilizó el método de regresión múltiple. Se concluye que la rentabilidad de la unidad de producción (en los dos sistemas) está determinado por la productividad física del precio de venta, por lo tanto, para el sistema inorgánico, tiene la estrategia de buscar especialmente el rendimiento por hectárea, mientras que, para el orgánico, manifiesta una tendencia a la búsqueda de mejor calidad para obtener mejor precio de venta, más aún con el apoyo del comercio justo.

Nivel nacional

Dilas-Jiménez, J. et al. (2020). *«Análisis comparativo de los costos de producción y rentabilidad de los cafés especiales con certificación orgánica y sin certificación»*. South Sustainability, 1(2), e017 DOI: 10.21142/SS-0102-2020-017, artículo científico, plantearon como objetivo general: determinar y comparar los costos de producción y la rentabilidad de los cafés especiales con certificación orgánica y sin certificación en productores cafetaleros organizados en el eje cafetalero del norte del Perú. Se entrevistó a 24 pequeños agricultores en la provincia de Jaén, Perú, que fueron distribuidos en dos

grupos de análisis: (i) café especial con certificación orgánica (CECO) y (ii) café especial sin certificación (CESC). Los datos fueron analizados con análisis no paramétrico Kruskal-Wallis. Se encontró que el costo de producción del grupo CECO es significativamente mayor que el grupo CESC ($p = 0,00045$ y $k = 12,313$). Por tanto, el grupo CESC es el más rentable en todos los indicadores de rentabilidad analizados y el menos sensible a la baja de precio de venta del café especial. Se concluye que los altos costos de producción y, por tanto, la baja rentabilidad del grupo CECO están estrechamente vinculados a los costos de fertilización. Sin embargo, al ser sostenible con el ambiente y con la sociedad, requiere de tecnologías, servicios tecnológicos u otras estrategias privadas o estatales que den el soporte para su viabilidad en el mediano y largo plazo.

Huamán y Villegas (2018) en su tesis titulada “*Incidencia de la certificación orgánica del café (coffea arábica) de exportación en la cadena de valor de la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo, de la provincia de Moyobamba, en el periodo 2016 al 2017.*”, Universidad Pedro Ruíz Gallo, Lambayeque, Chiclayo, planteó como objetivo general: Analizar la incidencia de la certificación orgánica del café (*Coffea arábica*) de exportación en la cadena de valor de la Asociación Productores Amazonas Alto Mayo, de la provincia de Moyobamba en el periodo 2016 al 2017 . La metodología empleada fue de tipo transversal, no experimental, mediante un cuestionario a cinco representantes de la asociación y una encuesta a 42 agricultores asociados; con el propósito de una investigación básica y los beneficios de la comprensión de la presente investigación. Los resultados como el precio promedio de la bolsa de valores de la serie de tiempo empleada es de 134.46 centavos de dólar por libra, además más del 50% de los precios considerados supera el valor de 131.05 centavos de dólar, con una desviación estándar de 12.92 centavos, con un coeficiente de variación de 9.62% (menor a 33%), deduciéndose que los diferentes precios son más homogéneos. Entre la principal conclusión destaca: En actividades primarias, el rendimiento físico de un café convencional es menor a rendimiento de un café orgánico, dado que el 40% de los cafetaleros cuenta con 1 hectárea de café, los cuales siembra la variedad Arábica, y en actividades secundarias, en el año 2016 periodo en el que la asociación no contaba con la certificación orgánica, la planificación documentada tenía un calificativo de malo, porque no contaba con planeación estratégica y planeación funcional (producción y comercialización), en el año 2017 ya adquirida la certificación el proceso de planeación de la documentación mejoró regularmente, en la realización de un plan funcional.

Cisneros y Yactayo (2017), en su tesis “*Fair Trade y certificación orgánica como estrategia para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado de Alemania*”, Universidad de San Martín de Porres, tuvo como objetivo: determinar si la implementación de certificaciones internacionales de calidad son una estrategia adecuada para mejorar la oferta exportable de café de la Asociación de Productores de Café Especial Mountain Coffee al mercado alemán. Es una investigación descriptiva – explicativa y toma como población a las empresas productoras y comercializadoras del distrito de Pichanaki, Región Junín. Se obtuvo como resultados: la implementación de las certificaciones para la producción tiene una duración de 2 a 3 años, en las cuales el productor debe invertir para cumplir los requisitos exigidos por las certificadoras. El costo para certificar los campos de cultivo depende mucho de la cantidad de hectáreas con las que cuenta la organización y de la zona donde se encuentran ubicadas las parcelas, ya que se realizan visitas de verificación para dar seguimiento al proceso de conversión, donde la producción pasa de ser convencional a certificada. Como conclusión. La implementación de las certificaciones orgánica y comercio justo si son una estrategia para mejorar la oferta exportable del café de la asociación, debido a que la organización muestra el crecimiento de los volúmenes exportados al mercado alemán, asimismo han logrado mejorar la productividad, calidad y el rendimiento exportable, así como la estabilidad y bienestar social y ambiental de la organización.

Nivel regional

Gómez, L. y Rivero, C. (2020) en su tesis para optar el grado de economista “*Producción y rentabilidad del café en la región San Martín, período 2015 – 2018*”, Universidad Nacional de San Martín plantaron como objetivo general: Determinar la influencia de la producción en la rentabilidad del café en la Región San Martín, período 2015 – 2018. La investigación es de tipo Aplicada en el nivel descriptivo-explicativo y el diseño de la misma es No Experimental longitudinal mediante el uso de los métodos descriptivos- comparativo y analítico – sintético. Se seleccionó una muestra por conveniencia coincidente con la población: acervo documental acerca de la producción y rentabilidad del café de la región San Martín. , así como de técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizando el análisis documental. Los resultados de la investigación, así como la discusión de los datos demuestran que el patrón de comportamiento de la

producción de café fue de crecimiento, la rentabilidad fue baja en el mismo periodo y, que estrategias competitivas incidirán en su mejora. Se contrastó las hipótesis planteadas y la conclusión principal en que estrategias competitivas posibilitarán mejorar la producción y elevar su rentabilidad.

Ramírez, J. (2018) en su tesis para optar el grado de Doctor en Administración, "*La gestión empresarial como factor de la rentabilidad de la comercialización del café en el Alto Mayo 2015*" planteó como objetivo general: analizar la relación entre la gestión empresarial y la rentabilidad según el Cuadro de Mando Integral, el cual tiene cuatro dimensiones de gestión empresarial que considera: Clientes, formación/crecimiento, procesos internos y misión – visión – estrategia y una dimensión financiera. Para medir las dimensiones mencionadas se realizó una encuesta de gestión empresarial a los directivos y otra para medir rentabilidad a los productores y directivos. Los resultados demuestran que las empresas con mayor porcentaje de rentabilidad fueron la Cooperativa de servicios múltiples CAPEMA con 63%, la Asociación de Cafetaleros "Los Cedros" con 55% y la Asociación progresista de desarrollo ambiental con 54%. Las empresas con menor rentabilidad fueron la Cooperativa de servicios múltiples APESA con 11% y la Asociación de Productores Ecológicos – APROECO con 8%. Además, las empresas cafetaleras tuvieron un nivel de valoración "Muy bueno" en sus perspectivas de gestión empresarial con índices de rentabilidad entre 54 y 63%. Las correlaciones de Spearman con p -valor $< 0,05$ entre la rentabilidad y gestión empresarial demuestran que para la perspectiva de clientes internos la correlación (0,303) positiva es baja; para la perspectiva de la formación y el crecimiento la correlación (0,462) positiva es moderada; para la perspectiva de la visión, misión y estrategias la correlación (0,207) positiva es baja y para la perspectiva de los procesos internos la correlación (0,367) positiva es baja. Entre la conclusión principal se tuvo: Las empresas cafetaleras con mayor porcentaje de rentabilidad son la Cooperativa de Servicios múltiples CAPEMA con 63% de rentabilidad, la Asociación de Cafetaleros "Los Cedros" con 55% de rentabilidad y la Asociación progresista de desarrollo ambiental con 54% de rentabilidad. Las empresas con menor rentabilidad fueron la Cooperativa de servicios múltiples APESA con 11% de rentabilidad y la Asociación de Productores Ecológicos – APROECO con 8% de rentabilidad.

García, E. (2017) en el informe monográfico para optar el título profesional en Ingeniería Agroindustrial, "Normas de certificación de café orgánico para exportación por

la región San Martín” planteó como objetivo: contribuir al conocimiento de los requisitos para la producción de café orgánico, basados en los principios de la agricultura orgánica, que promueve el equilibrio sostenible de factores sociales, económicos y ambientales. El presente informe de ingeniería se elaboró mediante la inspección y análisis de la información de diversas fuentes secundarias, referidos a estudios e investigaciones realizadas por entidades públicas y privadas. El resultado principal fue. Es indispensable que pequeños y medianos productores de caficultores orgánicos que se proyecten a la exportación de su producto se organicen para ofrecer en conjunto volúmenes interesantes. Estas organizaciones tienen que estar formalmente constituidas y tener una visión empresarial para lograr un alto nivel de compromiso por parte de todos los involucrados. La principal conclusión: La creciente demanda de los productos orgánicos en el mercado internacional, significará una mejora en los ingresos de los productores, producto de la venta de café orgánico de calidad. Los precios del café orgánico cuentan con diferenciales significativos en los mercados europeos, Estados Unidos y el emergente mercado asiático se constituye en una alternativa viable para solucionar la crisis que viene afrontando el productor cafetalero desde muchos años atrás.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Certificación orgánica

Definición de café

El café (coffea), es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas. El cafeto posee entre cuatro y seis metros de alto, presenta hojas opuestas de tonalidad verduzca, sus flores son blancas y sus frutos se exhiben en baya roja. La semilla de este árbol, es decir, el café, suele medir cerca de un centímetro, siendo plana por una parte y convexa por la otra, con un surco longitudinal. Su color es amarillo verdoso. (Porto y Merino, 2009, párr.2)

Importancia del café en Perú.

El café es el principal producto de agro exportación en el Perú, además de ello, es un referente a nivel mundial en Cafés Especiales. Actualmente Perú ocupa el segundo lugar como productor y exportador de café orgánico, y también principal proveedor de EEUU de

café con sello Fairtrade (Comercio Justo) abarcando el 25 % de este nicho de mercado. El café se desarrolla con relativa facilidad desde los 600 hasta los 1800 metros sobre el nivel del mar en casi todas las regiones geográficas del Perú. Sin embargo, el 75% de los cafetales está sobre los 1,000 msnm.

Las presentaciones del café en Perú son: Grano verde, tostado, tostado molido y descafeinado; las especies y variedades producidas son: Típica, caturra, catimores y borbón. (Expo Café Perú, 2017).

La certificación orgánica

La certificación de productos orgánicos es la manera en que una empresa puede asegurar calidad a quienes compran su producto, puesto que son producidos bajo normas de producción ambientales. La certificación marca la diferencia entre la comercialización de un producto orgánico y un producto cultivado de manera tradicional. Al respecto, Argencert (2018) afirma:

Es el proceso de control que permite garantizar la Calidad Orgánica de un producto, verificando el cumplimiento de la Norma de Producción Orgánica que corresponda, según el mercado destino de dicho producto. Para el que vende es una herramienta de mercado y para el que compra es una garantía de confianza. (párr.1)

Importancia de la certificación orgánica.

Es muy importante en tanto el productor adquiere la confianza del consumidor de que el producto que está siendo adquirido, ha cumplido con el proceso de producción orgánica y que es apto para su consumo, con la certificación el productor puede demostrar que su producto es diferente a los convencionales. Al respecto, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria-SENASA (2019) afirma que: “Proporciona seguridad a los consumidores respecto a la naturaleza orgánica del producto - nivel de certidumbre respecto al cumplimiento de los estándares durante los procesos de producción” (p.14).

Este proceso es realizado por empresas certificadoras de productos orgánicos, que siguiendo a SENASA:

Son aquellas organizaciones privadas que tiene como función evaluar la conformidad y certificar el cumplimiento de las normas, con respecto al producto. Hernández (2009) afirma que: “Es una organización que se dedica a estudiar las fincas que

trabajan orgánicamente, así como a determinar si cumplen con las normas de producción orgánica, terminado el estudio y si el resultado es positivo, la certificadora otorga un certificado” (p.10).

Medición de la certificación orgánica del café de la asociación

En Perú existe un marco legal que norma la certificación de productos orgánicos, dentro de éste, está promulgado el Decreto Supremo N° 002-2020-MINAGRI que modifica el Reglamento de la Ley N° 29196, Ley de Promoción de la Producción Orgánica o Ecológica, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2012-AG y aprueban el Reglamento de Certificación y Fiscalización de la Producción Orgánica.

El artículo 1° del primer Decreto Supremo citado en el párrafo precedente define el objeto y finalidad de la certificación orgánica del producto como condición de calidad en términos de ser orgánicos y amigables con el medio ambiente y la salud al excluir en su proceso de producción y distribución insumos contaminantes. De este modo sostienen:

...establecer los procedimientos y requisitos para la autorización de entidades de certificación, la fiscalización por parte del SENASA, en su condición de autoridad nacional competente, y demás aspectos necesarios para la adecuada operación de la certificación y fiscalización de la producción orgánica con la finalidad de garantizar la condición orgánica de los productos denominados orgánicos, biológicos o ecológicos en el mercado interno y externo, contribuyendo a promover el desarrollo sostenible y competitivo de la producción orgánica en el Perú desde el productor hasta el consumidor final. SENASA (2020, p. 4)

Por otro lado, para la penetración en mercados externos de café, se requiere contar además con sellos de calidad y certificaciones específicos que dan garantía al consumidor. Según molidoyservido.com (2020, párr.1): Los sellos de calidad y las certificaciones dan información y respaldo al consumidor sobre el proceso productivo que ha tenido la marca de café, en cuanto a su origen, producción, cuidados al medio ambiente, buenas prácticas económicas entre otros.”

En esta perspectiva la medición se plantea realizar mediante el siguiente las siguientes dimensiones e indicadores:

- a) **Procesos de certificación orgánica.** Según Pérez, C. (2018) en su trabajo de investigación “Proceso de certificación de café (*coffea arabica* L.) orgánico en el

Perú”: “La certificación de productos orgánicos es la certificación de los procesos de producción o transformación observados en una unidad productiva. Esta certificación constituye una evaluación de tercera parte orientada a verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas nacionales e internacionales”, en este sentido recalca: En Perú el proceso de certificación en el cultivo de café se da a nivel de grupos de productores conformados en una asociación o en una cooperativa...” (p. 15)

Muy importante de este proceso es que: “los organismos de certificación deben contar con acreditación ante el Ministerio de agricultura (SENASA) para requerimientos sobre producción orgánica.” (p. 16)

Este proceso comprende, por parte de la empresa certificadora autorizada, las fases e indicadores siguientes: Pre inspección; inspección y evaluación y otorgamiento de la certificación, que implica el levantamiento de observaciones si lo hubiera. Para someterse a un proceso de certificación se requiere que la asociación tenga un mínimo de 02 años de practicar técnicas de agricultura orgánica, como etapa de transición. Es decir, son empresas externas reconocidas como certificadoras las que se encarga de realizar esta auditoría a cada cooperativa o asociación y documentar las evidencias que al ser evaluadas en campo, amerite el otorgamiento de la certificación orgánica como garantía de calidad de, en este caso, del café:

Entre los principales sellos y certificaciones internacionales de calidad de café, se tiene: Fairtrade, UTZ Certified, RainForest Alliance, 4C The global coffee platform, Coffee Bird friendly, USDA organic, JAS, Starbucks C.A.F.E. Practices y Nespresso AAA.

b) Alcance de la certificación orgánica. Comprende distintos tipos de alcance: certificación de cultivo, certificación de procesos o certificación de comercialización. Para el caso de la medición de esta dimensión se ha escogido los siguientes indicadores: Registro de la asociación y Destino de las exportaciones, que están ligados al tercer tipo de alcance ya indicados.

El sello de certificación que utiliza APROMAYO tiene el siguiente logotipo:



Imagen 1. Logotipo del sello Fairtrade

1.2.2 Rentabilidad

Definición de rentabilidad de la empresa.

Zamora (2018), explica: El concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo éste uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos. Por ello:

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

En la literatura económica, aunque el término de rentabilidad se utiliza de forma muy variada, y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone

la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o a juzgar por la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis sea a priori o a posteriori. (p. 23).

Niveles de rentabilidad

Sánchez (2002). “Considera que la rentabilidad se da a través de los niveles de rentabilidad económica y rentabilidad financiera. Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere.” (p. 5). Queda claro entonces que cada empresa selecciona la forma de medir los resultados de gestión a través de indicadores pertinentes. El propósito es medir los resultados en términos de efectividad (eficiencia y eficacia) de la gestión de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera convertir ventas en utilidades. (Entrepreneur.com, 2020, párr. 3). En el caso de APROMAYO se ha seleccionado los siguientes indicadores de rentabilidad:

a) Utilidad neta

Según la revista digital entrepreneur.com (2020), “se entiende por utilidad neta, la utilidad resultante después de restar y sumar de la utilidad operacional los gastos e ingresos no operacionales respectivamente, los impuestos y la reserva legal”. Esta definición se aplica según cada país y la naturaleza del negocio y se traduce en estados de resultados en este caso, para el período de estudio.

b) Rentabilidad Económica

Conocido como ROA o ROI por sus siglas en inglés (Return on Investment) o rentabilidad del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.

c) Rentabilidad financiera

Conocido como ROE por sus siglas en inglés (Return on Equity). o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento

que corresponde a los mismos. La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario. (Sánchez, p. 6)

d) Rentabilidad comercial

Según Alter finance (2020) cuando explica los tipos de rentabilidad, además de la económica y financiera, considera importante la rentabilidad comercial, dependiendo del giro del negocio, no a todas les es necesario aplicar un conjunto de indicadores o ratios, por ello sostienen: “Esta rentabilidad es calculada a través del cociente entre las ganancias procedentes de las ventas entre los recursos empleados en las propias ventas a lo largo de un plazo de tiempo de tiempo. La rentabilidad comercial, también denominada en numerosas ocasiones rentabilidad sobre ventas, se considera como una medida de evaluación de la calidad comercial de las organizaciones.” (párr. 8)

Medición de la rentabilidad

Existen fórmulas que permiten realizar los cálculos de los tipos de rentabilidad para el caso de la unidad de análisis que nos aboca, que se pasa a explicar:

a) Medición de la Utilidad neta

En cada Estado de resultados (denominado también de Ganancias y Pérdidas) que están en anexo del presente informe a las ventas netas se le deducen una serie de conceptos propios de este estado financiero según las normas generalmente aceptadas en Perú para este tipo de empresa, léase asociación) hasta llegar al resultado de cada ejercicio. Es el primer indicador de rentabilidad en tipo de indicadores de medición seleccionados.

b) Medición de la rentabilidad económica (ROA).

A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el “Resultado antes de intereses e impuestos”, y como concepto de inversión el “Activo total a su estado medio. “Su fórmula de cálculo es:

ROA = Resultado antes de intereses e impuestos/Activo total a su estado medio x 100

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad. (Sánchez, p. 10).

Entonces, el ROA es un ratio que mide la rentabilidad sobre los activos, también se le denomina ROI (rentabilidad sobre las inversiones).

c) Medición de la rentabilidad financiera (ROE).

A diferencia de la rentabilidad económica, en la rentabilidad financiera existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de la misma. La fórmula es la siguiente:

ROE= Resultado neto/Fondos propios a su estado medio x 100

Como concepto de resultado la expresión más utilizada es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio. En cuanto al denominador, la discusión se plantea sobre la propia definición analítica de fondos propios para el cálculo de un indicador de rentabilidad de los mismos, destacando como principal controversia la consideración de los fondos propios según balance o con ajustes motivados por determinadas partidas, tales como capital pendiente de desembolso, acciones propias o ingresos a distribuir en varios ejercicios. (Sánchez, p. 11).

d) Medición de la rentabilidad comercial

Para la revista MiTripleA (2021): “La rentabilidad comercial se consigue dividiendo los beneficios obtenidos fruto de las ventas entre las propias ventas conseguidas a lo largo de un periodo de tiempo.

Rentabilidad comercial = cifra de ventas / recursos en ventas.

Lo que hace este ratio es comparar la cifra de ventas conseguidas en el departamento comercial con la cantidad de recursos invertidos en las ventas o en el departamento comercial, obteniendo así la rentabilidad comercial del departamento y de la empresa en

estudiada. La rentabilidad comercial también es conocida como rentabilidad sobre ventas.” (párr. 5)

1.3 Definición de términos básicos

Certificación orgánica: Una certificación orgánica es un sello que se les otorga a productores agrícolas o alimentarios que han pasado por un proceso de control, que garantiza la calidad orgánica de lo que producen según la normativa correspondiente y según el mercado de destino donde se comercializará ese producto. (Ciudadanía B, 2012, párr.4)

Cafeto: El cafeto es un árbol de la familia de las Rubiáceas, originario de Etiopía, de cuatro a seis metros de altura, con hojas opuestas, lanceoladas, persistentes y de un hermoso color verde, flores blancas y olorosas, parecidas a las del jazmín, y fruto en baya roja, cuya semilla es el café. (Boletín agrario, párr.1)

Café: El café, es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas. El cafeto posee entre cuatro y seis metros de alto, presenta hojas opuestas de tonalidad verduzca, sus flores son blancas y sus frutos se exhiben en baya roja. La semilla de este árbol, es decir, el café, suele medir cerca de un centímetro, siendo plana por una parte y convexa por la otra, con un surco longitudinal. Su color es amarillo verdoso. (Porto y Merino, 2009, párr.2)

Empresas certificadoras de productos orgánicos: Son aquellas organizaciones privadas que tiene como función evaluar la conformidad y certificar el cumplimiento de las normas, con respecto al producto. Hernández (2009) afirma que: “Es una organización que se dedica a estudiar las fincas que trabajan orgánicamente, así como a determinar si cumplen con las normas de producción orgánica, terminado el estudio y si el resultado es positivo, la certificadora otorga un certificado” (SENASA, 2011) op. cit. Hernández, 2009, p.10)

Rentabilidad: La rentabilidad es un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. (crecenegocios.com, párr.1)

Rentabilidad económica: Conocido como ROA o rentabilidad del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad

de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa. (Sánchez, p. 6)

Rentabilidad financiera: Conocido como ROE o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos. La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario. (Sánchez, p. 6)

Rentabilidad comercial: “La rentabilidad comercial se consigue dividiendo los beneficios obtenidos fruto de las ventas entre las propias ventas conseguidas a lo largo de un periodo de tiempo. (MiTripleA, 2021)

Sello Fairtrade: El sello Fairtrade (Comercio Justo) es un sello de garantía que funciona como distintivo positivo ofreciendo al consumidor seguridad acerca de los valores éticos del producto. Los productos que llevan el sello Fairtrade han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la organización productora. (Fairtrade ibérica, párr.1)

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Hipótesis de investigación

Hipótesis general

La certificación orgánica tiene un impacto positivo en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019.

Hipótesis específicas

- c) Antes de la certificación orgánica el impacto en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019, fue regular.

- d) Después de la certificación orgánica el impacto en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019, fue bueno.

2.2 Sistema de variables

2.2.1. Identificación de variables

Variable independiente:

Certificación orgánica: Será medida a través de 05 indicadores que se detallan en la Tabla 1 de operacionalización de las variables.

Variable dependiente:

Rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas-Alto Mayo: Será medida a través de 04 indicadores que se detalla en la Tabla 1 de operacionalización de las variables.

2.2.2. Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	
Certificación orgánica	Una certificación orgánica es un sello que se les otorga a productores agrícolas o alimentarios que han pasado por un proceso de control, que garantiza la calidad orgánica de lo que producen según la normativa correspondiente y según el mercado de destino donde se comercializará ese producto. (Ciudadanía B, 2012, párr.4)	Se aplicará una Guía documental que contiene los indicadores que se evidencian en el acervo documental existente en la Asociación de Productores Amazonas- Alto Mayo.	Proceso de certificación orgánica	Pre inspección	Nominal	
				Inspección y evaluación		
				Otorgamiento de la certificación		
			Alcance de la certificación orgánica	Registro de la asociación		
				Destino de las exportaciones		
Variable Dependiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores		
Rentabilidad	La rentabilidad es un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. (crecenegocios.com, párr.1)	Se aplicará la fórmula de cálculo de la rentabilidad económica y financiera antes y después de la certificación orgánica que se evidencian en el acervo documental existente en la Asociación de Productores Amazonas-Alto Mayo.	Rentabilidad antes de la certificación	Utilidad neta (Del Estado de Resultados)	Nominal	
				Rentabilidad económica: ROA Resultado antes de intereses e impuestos/Activo total a su estado medio x 100		
				Rentabilidad Financiera: ROE= Resultado neto/Fondos propios a su estado medio x 100		
				Rentabilidad comercial: RC = cifra de ventas / recursos en ventas		
			Rentabilidad después de la certificación	Utilidad neta (Del Estado de Resultados)		Nominal
				Rentabilidad económica: ROA= Resultado antes de intereses e impuestos/Activo total a su estado medio x 100		
				Rentabilidad Financiera: ROE= Resultado neto/Fondos propios a su estado medio x 100		
				Rentabilidad comercial: RC= cifra de ventas / recursos en ventas		

Fuente: Elaboración propia

2.4 Tipo y nivel de investigación

Tipo de investigación

La presente investigación considerando la finalidad, propósito y grado de conocimiento se define, según Lozada (2014, p.35) como investigación aplicada debido a que busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad en el caso de esta investigación se evaluará la rentabilidad por impacto de la certificación orgánica obtenida por la asociación.

Nivel de investigación

La investigación se ubica en el nivel descriptivo, explicativo pues pretende recoger información sobre las dimensiones de las variables, y su relación causa efecto, según Lozada (2014, 40) como en el caso que nos aboca, entre certificación orgánica y la rentabilidad del café de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.

2.5 Diseño de investigación

La presente investigación se ubica en el tipo de diseño no experimental longitudinal. Conforme a Lozada (2014, p.83) es no experimental porque se realiza sin manipular deliberadamente las variables, lo que se realizará es la observación del fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlo. Es longitudinal porque los datos de la investigación se ubicarán en un periodo de tiempo, en este caso será del 2016 al 2019. de la variable dependiente, que es en este caso la rentabilidad de café.

Simbólicamente, se presenta de la manera siguiente:

$$M = O_1 \longrightarrow O_2$$

Dónde:

- M** : Muestra
O₁ : Certificación orgánica
O : Rentabilidad del café de la asociación de productores Amazonas Alto-Mayo, Periodo 2016-2020

2.6 Población y Muestra

Población

Para el presente trabajo de investigación se considerará la población, al acervo documentario sobre las variables del objeto de estudio por parte de la Asociación de productores Amazonas – Alto Mayo

Muestra

Dada la naturaleza de la investigación, la muestra es coincidente con la población, por ende es una muestra por conveniencia, no requiriendo la aplicación de un estadístico, por tanto la muestra es: al acervo documentario sobre certificación orgánica y rentabilidad del café de la la Asociación de productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó las técnicas del fichaje y análisis documental porque de los datos que se recolectaron son de fuentes secundarias como libros, boletines informativos, revistas, incluso folletos, para lograr analizar la variables tanto independiente como la dependiente.

Los instrumentos que se utilizó son las fichas bibliográficas, textuales y de resumen, las cuales se convertirán en carpetas en el ordenador de los investigadores.

El siguiente cuadro ilustra la relación entre las técnicas e instrumentos de investigación utilizados en el presente trabajo:

Técnicas	Instrumentos	Fuentes de verificación
Fichaje	Fichas bibliográficas, textuales y de resumen.	Libros, revistas, fuentes especializadas de internet
Análisis documental	Guía de pautas	Revistas, resúmenes, tesis, investigaciones, fuentes especializadas de internet.

Nota: Elaboración propia

2.8 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se usó el formato Word y Excel para la elaboración de cuadros estadísticos y gráficos y el mejor análisis de las variables, donde los datos obtenidos de la la Asociación

de productores Amazonas – Alto Mayo sobre la certificación orgánica de café y la rentabilidad, se analizan y comparan con los rendimientos obtenidos en el período, que ha permitido alcanzar el objetivo de la tesis.

2.9 Materiales y métodos

Esta investigación se tuvo como objeto de estudio a la Asociación de productores Amazonas-Alto Mayo, inició en setiembre y culminará de acuerdo al cronograma del proyecto aprobado.

Al aplicar las técnicas e instrumentos de recolección, procesamiento y análisis de datos se recurrió a las fuentes de información de origen para la obtención de datos las cuales permitieron formular resultados, análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones.

Para el desarrollo de la investigación se recurrió al método de análisis y síntesis, de acuerdo a los objetivos planteados.

Siguiendo el procedimiento se desarrolló una investigación documental, consultando fuentes en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, así como en los repositorios de esta misma universidad, de la Universidad César Vallejo y de otras universidades nacionales e internacionales y de la información virtual de las web del Gobierno Regional, dependencias estatales y privadas, especialmente de la misma asociación con el fin de recabar información sobre las variables del objeto de estudio.

Independientemente del análisis estadístico base, se utilizó Excel 2013 versión 15 para la plataforma de Windows, que permitió procesar los datos a fin de poder analizarlos e interpretarlos en función de cada objetivo específico. Para el objetivo general, se realizó un análisis entre los datos procesados y los resultados encontrados.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

Objetivo específico 1: Determinar el impacto antes de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.

Variable : Certificación orgánica

Dimensión: Proceso de certificación orgánica

Indicador : Preinspección

Sobre este punto es necesario hacer la siguiente precisión: La Asociación de Productores Amazonas-Alto Mayo obtuvo la certificación orgánica fairtrade (comercio justo) otorgada por CONTROL UNION CERTIFICATIONS para producir, procesar y comercializar el café orgánico en el país a principios del año 2016. Sin embargo, por malos manejos administrativos y mala asistencia técnica en campo fueron des certificada casi todo el año 2017, gracias a la acción de sus dirigentes se recuperó la certificación en el año 2018 en que inició su recuperación.

Precisamente, la importancia de la lograr la certificación según Guamán y Ríos (2018) es “...incrementar el margen de valor a su producto, a través de una cadena de valor competitiva, dividida en actividades primarias y secundarias, pudiendo hacer mejoras y siendo eficientes en el sector productivo como en la organización. La certificación orgánica ayudó a ofrecer una garantía, que asegura la calidad en el que se halla el producto, permitiendo constatar que el cultivo ha conseguido acertadamente las normas de producción orgánica, cuidando el medio ambiente y la salud del consumidor.” (p.2)

Para ello se dividen sus actividades en: actividades primarias que están referidas a la logística de entrada, es decir, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas, y, actividades secundarias referidas a la administración general, planeación, finanzas y contabilidad.

El mismo citado autor Guamán y Ríos, distingue el antes y después de la certificación en la asociación, según el enfoque de las 4P, tal como se muestra en la Tabla 1.

El comparativo de Producto, Precio, Promoción y Plaza, ofrece diferencias ostensibles sin certificación y con certificación a partir del año 2017.

Tabla 1

Comparativo sin y con certificación

Marketing y ventas	Sin certificación	Con certificación
Producto	Se envasa en sacos de polietileno simples	Se envasa en sacos de polietileno dobles, herméticos.
Precio	Precio promedio de acopio S/. 354.91	Precio promedio de acopio S/. 471.55 emplea estrategia de warrant.
Promoción	Se diseñó logotipo y lema,	Participaciones en ferias, diseño de carta de presentación, publicidad por radio y televisión, página de facebook.
Plaza (logística)	Se vende el producto en la Planta	Se envía el producto a Lima incurriendo en los gastos de transporte seguro y procesamiento del café (maquila), emplea estrategia de warrant.

Nota: Adaptado de Guzmán y Ríos, 2018, Indicador 4P de la actividad de marketing y ventas, p. 32

En cuanto al proceso de certificación las fases que se indican en la figura 1 comprende desde la solicitud ante la agencia de certificación que puede llamarse de preinspección hasta la inspección propiamente dicha que involucra la gestión, la producción y comercialización que exige de manera adicional cuando se trata de grupo de productores las fases relativas a control, reglamentación y funcional, de cuyo cumplimiento estricto amerita el otorgamiento de la certificación, tal como se observa en la figura 1.

De modo similar, es la certificación del procesador, en la figura 2, es decir del proceso de producción requiere la preinspección desde la solicitud hasta la inspección que da paso a la certificación que este proceso cumple con estándares de calidad en la producción del café como es el caso de APROMAYO.

Indicador: Inspección y evaluación

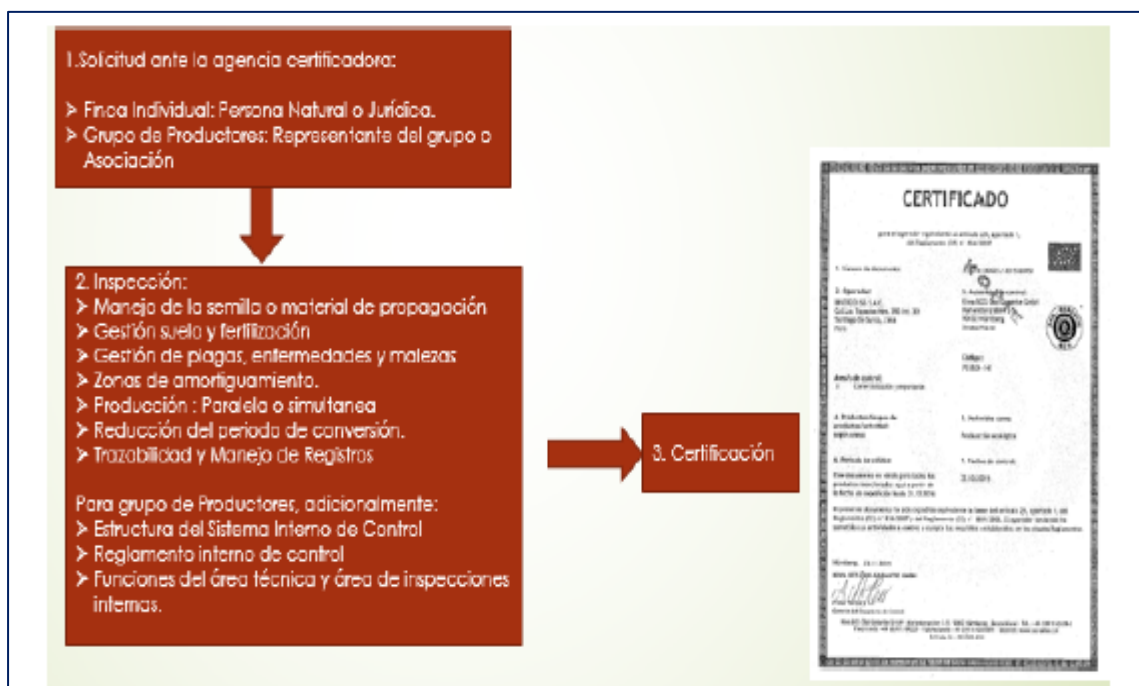


Figura 1. Diagrama del proceso de certificación finca individual o Grupo de productores. (Fuente: Pérez, 2018, p. 56).

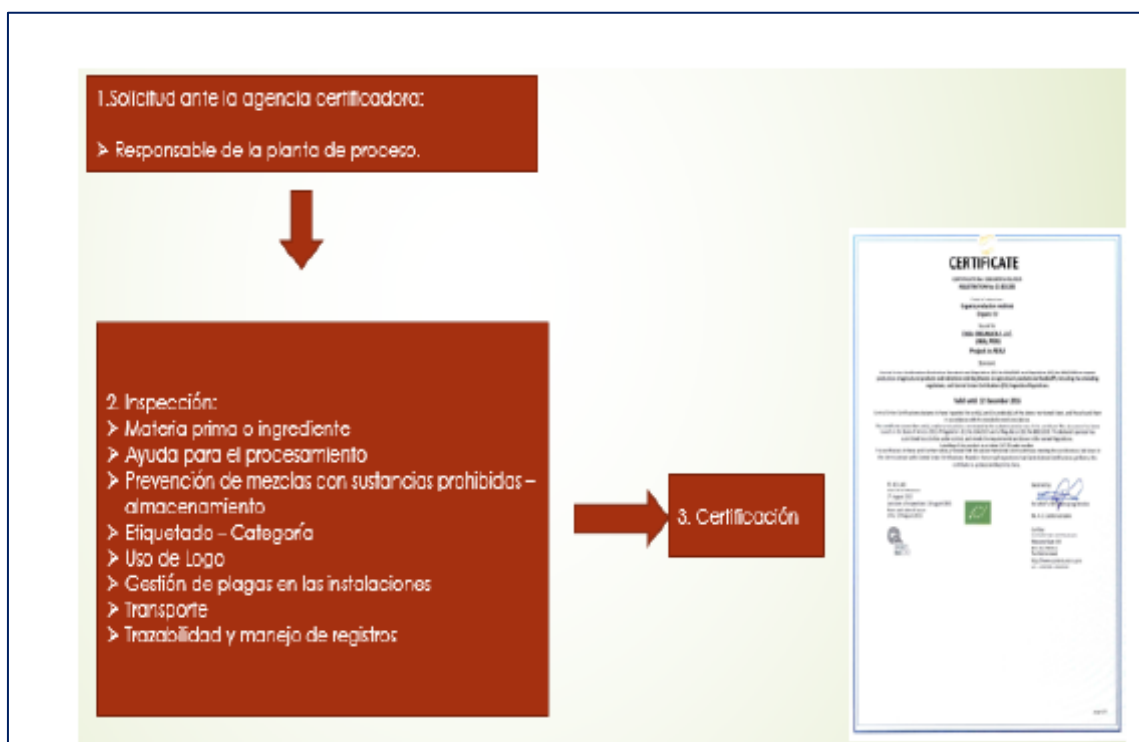


Figura 2. Diagrama de proceso de certificación de procesador. (Fuente: Pérez, 2028, p. 56).

Indicador: Otorgamiento de la certificación

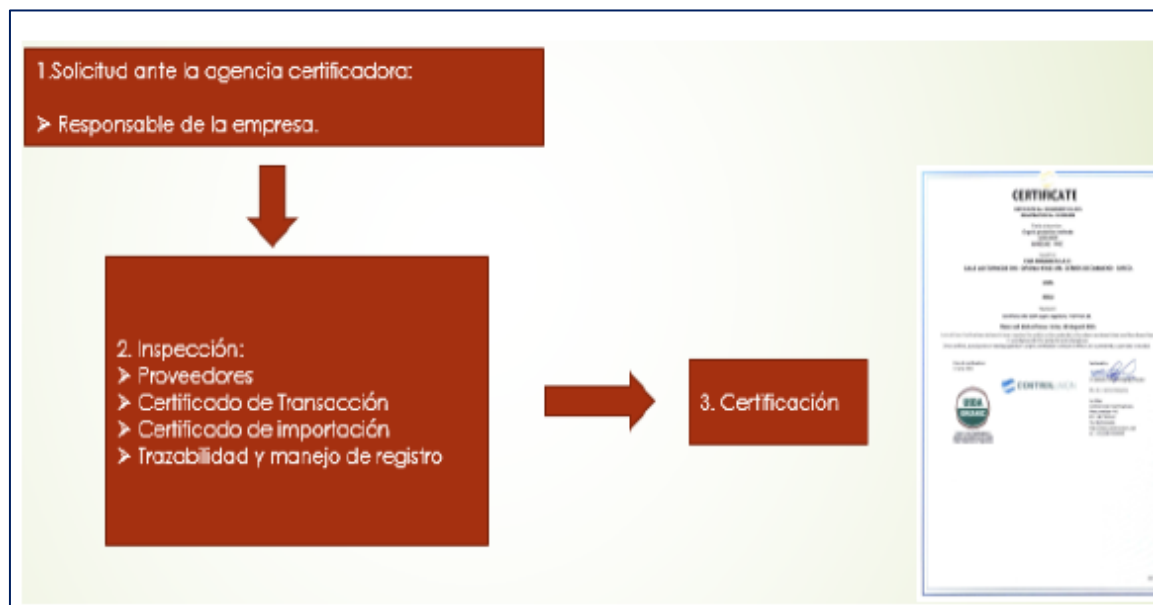


Figura 3. Diagrama de proceso de certificación de trader o comercializador. (Fuente: Pérez, 2028, p. 57).

Conforme Agrobanco (2012): “...si se quiere exportar o vender sus productos fuera de su finca por ejemplo: vender café certificado Orgánico a Europa, en algún mercado orgánica o a comerciantes detallistas de productos orgánicos, probablemente va a necesitar la certificación orgánica. También actualmente para exportar los productos orgánicos se debe de contar con una certificación orgánica que demuestre a las autoridades del país importador o los propios compradores el cumplimiento de las normas de producción orgánica. Por otro lado, la Ley Nacional sobre Agricultura Orgánica exige que todos los productos que vayan a ser vendidos y etiquetados como orgánicos, deban tener una certificación de una certificadora reconocida y acreditada ante el Ministerio de Agricultura de nuestro país.” (p.11). Éste es el sentido de la figura 3.

Dimensión: Alcance de la certificación

Indicador: Registro de la asociación

De acuerdo con Frohmann, A. (2017), consultora de la CEPAL: “Cada esquema de certificación tiene su propio enfoque, procedimientos y orientación de mercado” , , en este sentido la certificación y sello fairtrade obtenida por APROMAYO desde el registro como tal de la asociación se orienta al comercio justo hacia el mercado nacional e internacional.

En consecuencia, de acuerdo con PROMPERÚ (2015, diap. 18) el alcance que cada empresa, del tipo que sea, respecto a “...su certificación dependerá de la extensión del proyecto o empresa, así como de las condiciones que te exigirá tu cliente en destino (o en el mercado nacional)” o internacional, y abarca las siguientes áreas:

- CAMPO: tierras cultivadas, productos
- PROCESO: almacenes, proceso de transformación, empaque
- TRADER: exportador que solo comercializa.” (diap. 18)

Consecuentemente, las empresas certificadoras siguen un proceso de auditoría en cada etapa tanto en la preinspección como en la inspección y al no hallar observaciones o cuando éstas son levantadas y comprobadas, otorga el certificado.

Indicador: Destino de las exportaciones

Sobre el destino de la producción del café APROMAYO se precisa dos canales de comercialización: para el mercado interno son generalmente supermercados de Lima y para el mercado externo, de manera indirecta a través de HVC EXPORTACIONES S.A.C empresas que exporta a Estados Unidos, Canadá y Japón.

Variable : Rentabilidad

Dada la situación singular por la que atravesó la asociación, para el análisis de la rentabilidad los datos se han dividido en 02 dimensiones: **Antes** para los datos del año 2017 en que pierde la certificación y, **Después** para los datos de los años 2016, 2018 y 2019 que operó con certificación.

Sin embargo, teniendo presente que la rentabilidad de una empresa cafetalera depende de un conjunto de factores que va desde el manejo gerencial, procesos productivos, tecnología, insumos, terreno, clima, etc. y se reflejan en un conjunto de indicadores, dependiendo del objeto de estudio.

Dimensión: Rentabilidad antes certificación orgánica

Indicador: Utilidad neta

Con fines metodológicos y de panorámica en el análisis antes y después las tablas contarán con datos de todos los años del período de estudio. La Tabla 2 refleja las Utilidades Netas obtenidas del Estado de Resultados de la Asociación de Productores Alto

Amazonas. (Ver Anexos del B.5 al B.8). Antes de la certificación (2017) se obtuvo las utilidades más bajas en valores monetarios, es decir S/. 57,083.

Tabla 2

APROMAYO: Utilidades netas, período 2016-2019.

(en miles de soles)

Concepto/Año	Certificación orgánica			
	Con 2016	Antes 2017	Después	
			2018	2019
	196,093	57,083	277,937	253,347
Variación (%)	100	29.1		

Nota: Elaboración propia en base a los Estados Financieros de APROMAYO, 2016 al 2019.

Estos resultados se explican porque los directivos perdieron la certificación orgánica lograda en el año 2016 por mala gestión e inadecuada asistencia técnica, (Memorias anuales de la asociación, 2016 a 2019).

Indicador: Rentabilidad comercial

También conocida como rentabilidad sobre las ventas y mide la capacidad que tienen las ventas para generar rentabilidad por la actividad o giro de negocio que realiza toda empresa. En la Tabla 3 se observan los resultados:

Tabla 3

APROMAYO: Rentabilidad comercial o sobre las ventas (en miles de soles), período 2016-2019.

Concepto/Año	Certificación orgánica			
	Con 2016	Antes 2017	Después	
			2018	2019
Utilidad Neta	196,093	57,083	277,937	253,347
Ventas	4,397,263	1,318,198	3,317,112	7,923,791
Coeficiente	0.0448	0.0413	0.0838	0.0319
% de	4.48%	4.33%		
rentabilidad				

Nota: Elaboración propia en base a los Estados Financieros de APROMAYO, 2016 al 2019.

Como regla general, un margen de ganancias neto del 10% se considera promedio, un margen del 20% se considera bueno, y un margen del 5% se considera bajo. Teniendo en cuenta estas reglas para el análisis de la rentabilidad comercial para APROMAYO en el año sin certificación (2017) la rentabilidad comercial fue de 4.33 %, lo que significó reducción con relación al año 2016 por lo que se califica de bajo, lo cual es visible en el monto de ventas (1,318,198 soles) y el de la utilidad neta (57,083.00 soles). Una estrategia de mejorar la rentabilidad comercial es la reducción u optimización de los costos en general y costos de ventas en particular,

Indicador: Rentabilidad económica

Como se ha referido en las bases teóricas, la rentabilidad económica es considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

Al aplicar la fórmula a los datos que se extraen del Balance General y del Estado de Resultados del período de estudio, se obtuvieron los datos que se muestran en la Tabla 4, el porcentaje del ROA sin certificación en el 2017 de 11.45% se explica por el peso del activo total con relación a los resultados obtenidos que es bajo, lo significa que el activo total se ha financiado con fondos propios sin acudir a la deuda o minimizando ésta, lo que proporciona una idea de que al pagar intereses e impuestos los 57,083 soles obtenidos afectará los resultados con relación a la inversión hecha en el activo total.

Tabla 4

APROMAYO: Rentabilidad económica (ROA), período 2016-2019

Concepto/año	Certificación orgánica			
	Con	Antes	Después	
	2016	2017	2018	2019
Resultado antes de Intereses e impuestos	217,881	57,083	308,819	281,497
Activo total	568,079	498,756	640,111	893,389
ROA	38.4%	11.45%		

Nota. Elaboración propia en base a los Balances General y Estados de Resultados de APROMAYO, 2016 – 2019.

Indicador: Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona *return on equity* (**ROE**), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado, por consiguiente. puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios, siendo el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de ellos mismos.

Tabla 5

APROMAYO: Rentabilidad financiera (ROE), período 2016-2019

Concepto/año	Certificación orgánica			
	Con	Antes	Después	
	2016	2017	2018	2019
Utilidad neta	196,093	57,083	277,937	253,347
Patrimonio	296,093	296,093	625,405	878,752
ROE	66.2%	19.3%		

Nota. Elaboración propia en base a los Balances General y Estados de Resultados de APROMAYO, 2016 al 2019.

Según la valoración del año 2017, sin certificación, el resultado obtenido en la rentabilidad financiera fue de 19.3%, lo que se interpreta como la capacidad de generar valor para los asociados al relacionar la utilidad neta con el patrimonio (léase accionistas y en nuestro caso asociados) que fue menor con respecto al año 2016.

Objetivo específico 2: Determinar el impacto después de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.

Dimensión: Rentabilidad después de la certificación

El análisis después de la certificación orgánica utiliza los mismos datos pero se centra en los años en que se cuenta con certificación para el año 2016 y después de certificación para los años 2018 y 2019. De manera similar las tablas son las mismas pero el análisis es distinto para un escenario también distinto que permita comparar y diferenciar

la importancia de que la asociación consolide el sello fairtrade del comercio justo, en consecuencia también se utiliza los mismos ratios para el análisis comparativo.

Indicador: Utilidad neta

La Tabla 6 refleja las Utilidad Netas que son aleccionadoras alcanzando un saldo significativo el año en que se logró la certificación, S/. 196,093 soles el 2016.

Tabla 6

APROMAYO: Utilidades Netas, período 2016-2019 (en miles de soles)

Concepto/Año	Certificación orgánica			
	Con	Antes	Después	
	2016	2017	2018	2019
Utilidad Neta	196,093	57,083	277,937	253,347
Variación (%)	100	29.1%	486.9%	91.87%

Nota: Elaboración propia en base a los Estados Financieros de APROMAYO, 2016 al 2019.

En el año 2018 la recuperación con relación al año 2017 superó las expectativas en 486.9% y en el año 2019 con base año 2018 las utilidades netas tuvo un crecimiento de 91.8% dado que la diferencia fue de S/. 24,590 soles, (la diferencia de 277,937 con 253,347). En consecuencia, de lejos en términos monetarios la certificación orgánica impactó de modo positivo en las utilidades.

Indicador: Rentabilidad comercial

En la Tabla 7 se muestran los resultados de la rentabilidad comercial al relacionar las utilidades netas con las ventas, en este sentido con certificación orgánica se obtuvieron coeficientes de 0.0446 (2016), 0.0838 (2018) y 0.0319 (2019) lo que se interpreta que por cada venta la asociación obtuvo un margen en soles sobre la venta convertidos en porcentaje de 4.46%. 8.38% y 3.19%, respectivamente. Si se compara con el margen de ventas promedio del sector cafetalero nacional de 3.70% en años en que la roya no afectó la producción, los coeficientes logrados por la asociación es aceptable pese a ser una asociación pequeña por el número de productores asociados.

Tabla 7

APROMAYO: Rentabilidad comercial o sobre las ventas (en miles de soles), período 2016-2019.

Concepto/Año	Certificación orgánica			
	Con	Antes	Después	
	2016	2017	2018	2019
Utilidad Neta	196,093	57,083	277,937	253,347
Ventas	4,397,263	1,318,198	3,317,112	7,923,791
Coefficiente	0.0446	0.0433	0.0838	0.0319

Nota: Elaboración propia en base a los Estados Financieros de APROMAYO, 2016 al 2019.

Indicador: Rentabilidad económica

Según los datos de la Tabla 8, la capacidad de la asociación de generar utilidades por cada sol invertido en los activos es positiva en 3.85% (2016), 48.24% (2018) y 31.51% (2019) siendo datos importantes respecto a la gestión de la asociación para manejar la certificación orgánica con el sello fairtrade de comercio justo, lo que evidencia notable diferencia con relación a la situación antes o sin certificación.

Tabla 8

APROMAYO: Rentabilidad económica (ROA), período 2016-2019

Concepto/año	Certificación orgánica			
	Con	Antes	Después	
	2016	2017	2018	2019
Resultado antes de Intereses e impuestos	217,881	57,083	308,819	281,497
Activo total	568,079	498,756	640,111	893,389
ROA	38.4%	11.45%	48.24%	31.51%

Nota. Elaboración propia en base a los Balances General y Estados de Resultados de APROMAYO, 2016 al 2019

Indicador: Rentabilidad financiera**Tabla 9***APROMAYO: Rentabilidad financiera (ROE), período 2016-2019*

Concepto/año	Certificación orgánica			
	Después 2016	Antes 2017	Después 2018 2019	
Utilidad neta	196,093	57,083	277,937	253,347
Patrimonio	296,093	296,093	625,405	878,752
ROE	66.2%	19.3%	44.4%	28.8%

Nota. Elaboración propia en base a los Balances General y Estado de Resultados de APROMAYO, 2016 al 2019

Al relacionar la Utilidad Neta con el patrimonio, los resultados obtenidos por la Asociación de productores Amazonas con y después de la certificación orgánica, fue financieramente positiva, experimentando porcentajes de 66.2% (2016), 44.4% (2018) y 28.8% (2019) a favor de los productores asociados pues indica el beneficio neto en relación a la inversión efectuada por los propietarios., si se tiene en cuenta el promedio del sector cafetalero de 21.57% dato de la Asociación de Cafetaleros del Perú.

3.2. Discusión

De los resultados obtenidos para la variable certificación orgánica se infiere que la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, obtuvo la certificación de fairtrade de comercio justo otorgada por la empresa CONTROL UNION CERTIFICATIONS (con sede en Holanda, es una compañía global con presencia en 70 países) que le ha permitido diferenciarse de su proceso tradicional sin certificación. La certificación fue otorgada a inicios de año 2016, sin embargo, la caída que se produce en el año 2017 fue debido a malos manejos administrativos e inadecuada asistencia técnica. (Memorias anuales del período).

Conforme se visualiza en las Tablas 10 y 11, los años en que la asociación lanzó sus productos con certificación fueron 2016, 2018 y 2019 que es el período donde los ratios

de utilidad neta, rentabilidad comercial, rentabilidad económica y rentabilidad financiera muestran mejores resultados y posicionan a la asociación en el mercado del café, pese al corto tiempo de operatividad (inició el 2015). El año que la asociación operó sin certificación fue 2017, en que pese a una deficiente gestión con la reducción en sus resultados no fueron negativos, pero mucho menor que el año base, 2016.

Para mejorar la calidad del producto cafetero, la asociación tuvo que cumplir con estándares verificados por la empresa certificadora a través de una auditoría, que le dio pase para obtener la certificación en proceso, certificación finca individual o Grupo de productores, proceso de certificación de procesador y proceso de certificación de trader o comercializador, que marca la diferencia antes y después en sus operatividad y resultados.

Lo antedicho, concuerda con lo investigado por Cisneros y Yactayo (2017), en su tesis *“Fair Trade y certificación orgánica como estrategia para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado de Alemania, donde concluyen que: La implementación de las certificaciones orgánica y comercio justo si constituyen una estrategia para mejorar la oferta exportable del café de la asociación, debido a que la organización muestra el crecimiento de los volúmenes exportados al mercado alemán, asimismo han logrado mejorar la productividad, calidad y el rendimiento exportable, así como la estabilidad y bienestar social y ambiental de la organización.*

En cuanto a la variable rentabilidad, los resultados obtenidos por la Asociación de productores Amazonas durante el período de estudio, con certificación orgánica, fue positiva en todo el período, teniendo como referente el año 2016 que alcanzó S/. 196,083.00 mejorando sustancialmente los años 2018-19 (Tablas 10 y 11) En cuanto a la Rentabilidad comercial, sus indicadores fueron positivos siendo el más alto el año 2018 con 8.38% bajando en el año 2019. La rentabilidad económica (ROA), presenta valores relativos desde 38.5% en el 2016 a 48.24% y 31.51% en los años 2018 Y 2019, respectivamente. Asimismo, en cuanto a la Rentabilidad Financiera (ROE) se califica como positiva al obtener valores de

66.2% en 2016 pasando por 19.3%, 44.4% y 28.8%, para el resto de los años del período. Se observa por los resultados obtenidos en la rentabilidad que el nivel obtenido por la

Asociación es positivo, pero con variaciones en el período, es decir, mejor cuando operó con certificación orgánica, que le dio ventaja competitiva para exportar en una primera etapa de manera indirecta al mercado externo.

Lo anterior concuerda con lo investigado por Ramírez (2018), en su tesis titulada “*La gestión empresarial como factor de la rentabilidad de la comercialización del café en el Alto Mayo 2015*”, cuyos resultados demuestran que las empresas con mayor porcentaje de rentabilidad fueron la cooperativa de servicios múltiples CAPEMA con 63%, la Asociación de Cafetaleros “Los Cedros” con 55% y la Asociación Progresista de Desarrollo Ambiental, con 54% concluyendo que una eficiente y eficaz gestión se correlaciona con mayor rentabilidad para las empresas cafetaleras.

Por consiguiente, al evaluar el impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Alto-Mayo, periodo 2016-2019 por los resultados obtenidos se infiere que éste es positivo, lo que se evidencia en los ratios de rentabilidad obtenidos de los datos consignados en sus Estados Financieros (anexo).

3.2.1 Evaluación de impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad

El impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad de la asociación se mide por los resultados obtenidos, al comparar los resultados de la rentabilidad sin o antes de la certificación (Tabla 10) con los resultados obtenidos con o después de la certificación (Tabla 11), siendo evidente que en los años 2016, 2018 y 2019 son positivos y calificado como buenos, mientras que para el año 2017 se califica como regular.

Tabla 10
Rentabilidad sin certificación.

	Sin Certificación
Año	2017
Utilidad neta (S/.)	57,083
Rentabilidad comercial (%)	4,33%
Rentabilidad económica (%)	11.45%
Rentabilidad financiera (%)	19.30%

Nota. Elaboración propia

Tabla 11
Rentabilidad con certificación.

Año	Con Certificación		
	2016	2018	2019
Utilidad neta (S/.)	196,093	277,937	253,347
Rentabilidad comercial (%)	4,48%	8.38%	3.19%
Rentabilidad económica (%)	38. 4%	48.24%	31.51%
Rentabilidad financiera (%)	66.20%	44.40%	28.80%

Nota. Elaboración propia

En consecuencia, se corrobora que la certificación orgánica impacta de modo positivo sobre la rentabilidad de Asociación de Productores Amazonas-Alto Mayo positivo durante el período 2016-2019, de manera específica el impacto fue bueno sobre la utilidad neta, rentabilidad económica, financiera y comercial, al comparar el año 2017 (que fue regular) que no tuvo certificación con los años 2016, 2018 y 2019 que contó con certificación orgánica tal como se evidencia en las tablas 10 y 11.

CONCLUSIONES

El impacto antes o sin certificación orgánica sobre la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo, se dio en el año 2017 en que no tuvo dicha certificación, lo que se corrobora con menores resultados y ratios como la utilidad neta (57,083) rentabilidad comercial (4.33%), rentabilidad económica (11.45%) y rentabilidad financiera (19.3%) cuyo desempeño se califica como regular.

El impacto después o con certificación orgánica sobre la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto Mayo, se dio en los años 2016, 2018 y 2019, lo que se corrobora con mejores resultados y ratios como la utilidad neta, rentabilidad comercial, rentabilidad económica y rentabilidad financiera, que ha permitido exportar de manera indirecta a mercado externo, cuyo desempeño se califica como bueno.

Se contrasta la hipótesis general en el sentido que la certificación orgánica tuvo un impacto positivo en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019.

RECOMENDACIONES

Articularse a la estrategia de la revolución productiva del Gobierno Regional de San Martín para mejorar la productividad y competitividad en la región y asimismo seguir gestionando otras certificaciones y sellos orgánicos de índole internacional

A la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo: persistir en gestionar alianzas estratégicas con instituciones relacionadas con el café orgánico principalmente de índole nacional como la Asociación de Caficultores de Perú, para contar con mayores oportunidades de asistencia técnica y financiamiento.

A la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo: continuar con la capacitación y asistencia técnica a los productores asociados para mejorar la productividad del café orgánico posicionando la marca APROMAYO.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agraria.pe (2021). *USDA: Producción Mundial de café alcanzaría los 175.4 millones de sacos en la campaña 2020/2021*, recuperado de <https://agraria.pe/noticias/usda-produccion-mundial-de-cafe-alcanzaria-los-175-4-millone-23516>
- Agrobanco (2012). *Guía técnica “Certificación de café”* recuperado de <https://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/ctecnica/011-e-cafe.pdf>
- Aguilar, J. (2012). *Impacto socioeconómico y ambiental de la certificación orgánica – comercio justo de café (Coffea arábica) en la Región Frailesca, Chiapas, México*. (Magister Scientiae en Socioeconómica Ambiental). Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, Turrialba, Costa Rica.
- Asociación Amazonas Alto Mayo -APROMAYO (2021). *Memorias anuales, años 2016, 2017, 2018 y 2019*, Soritor, Moyobamba.
- Argencert (2018). *Certificación Orgánica* (párr. 1). Recuperado de <http://argencert.com.ar/sitio/certificaciones-y-servicios/certificacion-organica/>
- Cafelab.pe (2018). *Certificaciones en café orgánico y comercio justo*, recuperado de <https://cafelab.pe/2018/10/29/cafe-organico-y-comercio-justo-certificaciones-que-premian-el-esfuerzo/>
- Carrasco, S. (2007). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Castro, A.S. (2018). *Ventajas y perspectivas de la certificación orgánica en el Perú*. (Título biólogo). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.
- Cisneros, F. y Yactayo, L. (2017). *Fair Trade y certificación orgánica como estrategia para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado de Alemania*. (Tesis para obtener el título de licenciado). Universidad San Martín de Porres.
- ceupe.com (2020) *¿Qué es la rentabilidad económica?*, recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-rentabilidad-economica.html>

ceupe (2020). *¿Qué es la rentabilidad financiera?*, recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/la-rentabilidad-financiera.html>

Conectamericas (2020), *¿Qué es la certificación de comercio justo y cómo funciona?*, recuperado de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-certificaci%C3%B3n-de-comercio-justo-y-c%C3%B3mo-funciona>

Control Unión (2009). *Certificación de calidad, peso y fumigación de cafés de exportación* (párr. 2-3). Recuperado de <https://www.cuperu.com/portal/es/survey-servicios/cafe>

CreceNegocios.com (2020). *Definición de café*, recuperado de <https://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad>

Economía simple (s.f). *Definición de rentabilidad*. Recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>

Expo Café Peru. (2017). *Presentaciones del café peruano*. Recuperado de <http://expocafeperu.com.pe/>

Fair Trade (2014). *Impacto del Comercio Justo*. Recuperado de <https://www.fairtradecertified.org/es/why-fair-trade/our-impact>

Frohmann, A. (2017). *Estándares de sostenibilidad y participación de los productores*, CEPAL, recuperado de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/presentacion_17.10.17_alicia_frohmann.pdf

Hernández, J.J. (2009). *Análisis de la producción de productos orgánicos en la ciudad de México: caso del cultivo de café*. (Tesis para obtener el título de licenciado). Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro.

Marrero, F.M. (2010). *Características, limitaciones y posibilidades de desarrollo de la producción y comercialización de productos orgánicos en el Perú*. (Tesis para optar el grado de Magister Scientiae). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.

Molidoyservido.com (2020). *Sellos y certificaciones para café*. <https://www.molidoyservido.com/sellos-y-certificaciones-para-cafe>

Perales, M. y Vasquez, M. (2010). *Café orgánico en San Luis de Potosí*. (Tesis para obtener el título de licenciado). Universidad Autónoma San Luis de Potosí.

Pérez (2018). *Proceso de certificación de café orgánico*, Universidad nacional Agraria La Molina, recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/3140>

Porto, J. y Merino, F. (2009). *Informe definición del café* (párr. 2). Recuperado de <https://definicion.de/cafeteria/>

PROMPERÚ (2015). *Miércoles del exportador*, auspiciado por CONTROL UNION CERTIFICATIONS, recuperado de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=61D03D18-92EF-48CF-BFBA-45AB6F02D233.PDF>

Romero (2015). *Evaluación de rentabilidad de la certificación orgánica de Café en la provincia de Loja*, Ecuador, tesis de titulación de Economista

<https://1library.co/document/8yd08jzp-evaluacion-rentabilidad-certificacion-organica-cafe-provincia-loja.html>

SENASA (2020). *Normas sobre producción orgánica*, recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/normas-sobre-produccion-organica/>

Servicio Nacional de Sanidad Agraria (2011). *D.S 044-2006-AG Reglamento Técnico para productores Orgánicos del Perú*. Recuperado de <http://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion/organico>

ANEXOS

Anexo A: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables/Dimensión e indicadores
<p align="center">Problema general</p> <p>¿Cuál es el impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019?</p>	<p align="center">Objetivo general</p> <p>Evaluar el impacto de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019.</p>	<p align="center">Hipótesis general</p> <p>La certificación orgánica tiene un impacto positivo en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas Alto-Mayo, periodo 2016-2019.</p>	<p align="center">Variable independiente</p> <p>Certificación orgánica</p> <p align="center">Dimensión</p> <p>Proceso de certificación orgánica.</p> <p align="center">Indicadores</p> <p>Pre inspección</p> <p>Inspección y evaluación</p> <p>Otorgamiento de la certificación</p> <p align="center">Dimensión.</p> <p>Alcance de la certificación orgánica</p> <p align="center">Indicadores</p> <p>Registro de la asociación</p> <p>Destino de las exportaciones</p>

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	
<p>¿Cuál es el impacto antes de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019?</p> <p>¿Cuál es el impacto después de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019?</p>	<p>Determinar el impacto antes de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.</p> <p>Determinar el impacto después de la certificación orgánica en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019.</p>	<p>Antes de la certificación orgánica el impacto en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, período 2016-2019, fue regular.</p> <p>Después de la certificación orgánica el impacto en la rentabilidad de la Asociación de Productores Amazonas – Alto Mayo, es positiva y cíclica, período 2016-2019, fue bueno.</p>	<p>Variable dependiente:</p> <p>Rentabilidad</p> <p>Dimensión</p> <p>Rentabilidad antes de la certificación</p> <p>Indicadores</p> <p>Utilidad neta</p> <p>Rentabilidad Económica (ROA)</p> <p>Rentabilidad Financiera (ROE)</p> <p>Rentabilidad Comercial (RC)</p> <p>Dimensión</p> <p>Rentabilidad después de la certificación</p> <p>Indicadores</p> <p>Utilidad neta</p> <p>Rentabilidad económica (ROA)</p> <p>Rentabilidad Financiera (ROE)</p> <p>Rentabilidad Comercial (RC)</p>

Tipo de investigación

El presente estudio será de investigación aplicada, no experimental porque no se manipulará variables y se tendrá en cuenta conocimientos ya adquiridos sobre la Certificación Orgánica y el impacto que causa en las organizaciones que cuentan con ella.

Método de la investigación

En la presente investigación se utilizará el método descriptivo y analítico-sintético, que parte de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos), este método permite con el uso de premisas (Hipótesis), llegar a conclusiones.

Población y Muestra

- a) **Población:** Acervo documental registrados en la Asociación de productores Amazonas – Ato Mayo con respecto a la producción y la rentabilidad, durante el período 2016 - 2019.
- b) **Muestra:** Acervo documental registrados en la Asociación de productores Amazonas – Ato Mayo con respecto a la producción y la rentabilidad, durante el período 2016 - 2020.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- a) **Técnicas:** En la presente investigación se utilizará la técnica de análisis documental, en la cual se recolectarán datos de la Asociación de productores Amazonas Alto – Mayo, respecto a la rentabilidad y a su producción.
- b) **Instrumentos:** Los instrumentos que se utilizarán para la recolección de datos son la guía documental, en la cual se buscara recolectar información acerca de los datos de la Asociación de productores Amazonas Alto – Mayo con respecto a la rentabilidad y producción

Anexo B: Estados Financieros APROMAYO, período 2016-2019

ANEXO B.1 BALANCE GENERAL 2016

(Valor histórico al 31 de diciembre 2016)

ACTIVO		PASIVO	
Caja y bancos	567881	Ctas por pagar comerciales-terceros	21986
Activo diferido	198	Ctas por pagar diversas-terceros	250000
		TOTAL PASIVO	271986
		PATRIMONIO	
		Capital	100000
		Utilidad del ejercicio	196093
		TOTAL PATRIMONIO	296093
TOTAL ACTIVO NETO	568079	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	568079

Nota: APROMAYO, Número de RUC 20600796721

ANEXO B.2 BALANCE GENERAL 2017

(Valor histórico al 31 de diciembre 2017)

ACTIVO		PASIVO	
Caja y bancos	498546	Ctas por pagar comerciales-terceros	13456
Activo diferido	210	Ctas por pagar diversas-terceros	189207
		TOTAL PASIVO	202663
		PATRIMONIO	
		Capital	100000
		Utilidad del ejercicio	196093
		TOTAL PATRIMONIO	296093
TOTAL ACTIVO NETO	498756	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	498756

Nota: APROMAYO, Número de RUC 20600796721

ANEXO B.3 BALANCE GENERAL 2018

(Valor histórico al 31 de diciembre 2018)

ACTIVO		PASIVO	
Caja y bancos	640111	Trib y aport sist pens y salud p pagar	14706
Activo diferido	00	Ctas por pagar diversas-terceros	00
		TOTAL PASIVO	14706
		PATRIMONIO	
		Capital	100000
		Resultados acumulados positivos	247468
		Utilidad del ejercicio	277937
		TOTAL PATRIMONIO	625405
TOTAL ACTIVO NETO	640111	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	540111

Nota: APROMAYO, Número de RUC 20600796721

ANEXO B.4 BALANCE GENERAL 2019

(Valor histórico al 31 de diciembre 2019)

ACTIVO		PASIVO	
Caja y bancos	293871	Trib y aport sist pens y salud p pagar	1819
Ctas por cobrar comerciales-terceros	4250	Ctas por pagar comerciales-terceros	12818
Mercaderias	530709	TOTAL PASIVO	14637
Inmuebles, maquinaria y equipo	32266	PATRIMONIO	
Depreciación de 1,2 e IME acumul	1919	Capital	100000
Activo diferido	34212	Resultados acumulados positivos	525405
		Utilidad del ejercicio	253347
		TOTAL PATRIMONIO	878752
TOTAL ACTIVO NETO	893389	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	893389

Nota: APROMAYO, Número de RUC 20600796721

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ALTO AMAZONAS
ESTADO DE RESULTADOS: Del 01/01 al 31/12 de 2016

B.5 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2016

Ventas netas o ing. por servicios	4,397,263
Ventas netas	4,397,263
Costo de ventas	4,154,916
Utilidad Bruta	242,347
Gastos de ventas	12,233
Gastos de administración	12,233
Resultado de operación utilidad	217,881
Resultado antes de part. – Utilidad	217,881
Resultado antes del imp. – Utilidad	217,881
Impuesto a la renta	21,788
Resultado del ejercicio – Utilidad	196,093

Fuente: Nota: **APROMAYO, Número de RUC 20600796721**

B.6 ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2017

Ventas netas o ing. por servicios	1,318,198
Ventas netas	1,318,198
Costo de ventas	1,238,045
Utilidad Bruta	80,153
Gastos de ventas	11,535
Gastos de administración	11,535
Resultado de operación utilidad	57,083
Resultado antes de part. – Utilidad	57,083
Resultado antes del imp. – Utilidad	57,083
Resultado del ejercicio – Utilidad	57,083

Fuente: Nota: **APROMAYO**, Número de RUC **20600796721**

B.7 ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2018

Ventas netas o ing. por servicios	3,317,112
Ventas netas	3,317,112
Costo de ventas	2,914,773
Utilidad Bruta	402,339
Gastos de ventas	49,469
Gastos de administración	40,124
Resultado de operación utilidad	312,746
Gastos financieros	3,928
Ingresos financieros gravados	1
Resultado antes de part. – Utilidad	308,819
Resultado antes del imp. – Utilidad	308,819
Impuesto a la renta	30,882
Resultado del ejercicio – Utilidad	277,937

Fuente: Nota: **APROMAYO, Número de RUC 20600796721**

B.8 ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2019

Ventas netas o ing. por servicios	7,923,791
Ventas netas	7,923,791
Costo de ventas	7,197,475
Utilidad Bruta	726,316
Gastos de ventas	315,681
Gastos de administración	115,445
Resultado de operación utilidad	295,190
Gastos financieros	13,695
Ingresos financieros gravados	2
Resultado antes de part. – Utilidad	281,497
Resultado antes del imp. – Utilidad	281,497
Impuesto a la renta	28,150
Resultado del ejercicio – Utilidad	253,347

Fuente: Nota: **APROMAYO, Número de RUC 20600796721**

C.3 PRECIOS Y PRODUCCION VENDIDAS AÑO 2018

NOMBRE/RAZON SOCIAL	R.U.C.	DESCRIPCION	CANT. QQ.	CANT. KG.	P. UNITARIO	P.TOTAL .S/.	TOTAL VENDIDO
HVC EXPORTACIONES SAC	20508634090	FAIRTRADE	12,453.20	687,416.50	523.28	S/. 6516,551.21	6516,551.21
HVC EXPORTACIONES SAC	20508634090	ORGANICO	3,282.57	181,198.00	331.65	S/. 1088,654.82	1088,654.82
HVC EXPORTACIONES SAC	20508634090	CONVENCIONAL	2,458.86	135,728.90	351.17	S/. 863,467.85	863,467.85
				868,614.50		7605,206.03	7605,206.03