

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



**Factores de crecimiento empresarial y su influencia en la rentabilidad de
Aproagro LIMCOF, 2018**

Trabajo de Suficiencia Profesional para obtener el Título Profesional de Contador Público

Autores:

Lesly Yamilet Lavan Santos
Mónica Paola Pinchi Mori

Asesor:

Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz

Tarapoto, diciembre de 2018

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Yo Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“FACTORES DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE APROAGRO LIMCOF, 2018”** de los autores Lesly Yamilet Lavan Santos y Mónica Paola Pinchi Mori, tiene un índice de similitud de 13 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Morales, a los 13 días del mes de febrero del año 2026.



Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el Campus Universitario Milton Afonso, Distrito de Morales, Tarapoto, San Martín a los 5 días, del mes de diciembre, del año 2017, siendo las 9:00 AM, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, Filial Tarapoto, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Dr. Christian Daniel Vallejos Angulo y los demás miembros siguientes: Mg. Yanet Kelita Bailón Miranda Secretario, CPC Erika Liliana Castro Carlos, CPC Manuel Amosifuen Reategui vocales; y Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz asesor; con el propósito de llevar a cabo el acto público de la sustentación de tesis titulada:

"Factores de Crecimiento Empresarial y su influencia en la Rentabilidad de Aproagro IIMCOF 2018"

Presentada por el/los Bachiller/es:

Pinchi Mori Mónica Paola
Lavan Santos Lisly Yamilet

conducente a la obtención del Título Profesional de:
Contador Público

El señor Presidente inició el acto académico, invitando al/los candidato/s hacer uso del tiempo requerido para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente del Jurado invitó a los miembros del mismo a realizar las preguntas y cuestionamientos correspondientes, los cuales fueron absueltos por el (los) candidato (s). En seguida, el Jurado procedió a las deliberaciones respectivas, luego se registró en el acta el dictamen siguiente:

Bachiller: Pinchi Mori Mónica Paola
por unanimidad
con el mérito académico adicional de Aprobado y

Bachiller: Lavan Santos Lisly Yamilet
por unanimidad
con el mérito académico adicional de Aprobado.

El Presidente del Jurado solicitó al/los candidato/s ponerse de pie. Luego el Secretario realizó la lectura del acta con el resultado final del acto académico, procediéndose inmediatamente a registrar las firmas respectivas.

[Signature]
Presidente

[Signature]
Secretario

[Signature]
Asesor

[Signature]
Vocal

[Signature]
Vocal

[Signature]
Vocal

[Signature]
Candidato

[Signature]
Candidato

Dedicatorias

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante por su amor y apoyo incondicional

Lesly Yamilet y Mónica Paola

Agradecimientos

A ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN –TARAPOTO por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional sobre todo por inculcarme valores cristianos.

De igual manera agradecer a mi profesor de Investigación y de Tesis de Grado, Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz. Por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

Lesly Yamilet y Mónica Paola

Índice

Dedicatorias	4
Agradecimientos.....	5
Índice	6
Índice de Tablas	8
Índice de figuras.....	9
Resumen.....	10
Abstract.....	11
Capítulo I: Planteamiento del Problema.....	12
1.1. Descripción del problema	12
1.2. Formulación del problema	14
1.3. Objetivos de la Investigación	14
1.3.1. Objetivo General.....	14
1.3.2. Objetivos Específicos.....	14
1.4. Justificación.....	14
1.4.1. Relevancia Social	14
1.4.2. Utilidad teórica y Práctica.....	14
1.4.3. Utilidad metodológica.....	15
Capítulo II: Marco teórico de la investigación	16
2.1. Antecedentes de la Investigación	16
2.2. Bases Teóricas	19
2.2.1. Factores de Crecimiento Empresarial	19
2.2.2. Rentabilidad.....	23
2.2.3. Teorías relacionadas con las variables de la investigación.....	26
2.3. Base bíblica - filosófica.....	27
2.4. Marco conceptual.....	28
Capítulo III: Metodología de la investigación	31
3.1. Descripción del lugar de ejecución	31
3.2. Población y Muestra.....	32
3.3. Diseño.....	32
3.4. Formulación de la Hipótesis	32
3.5. Identificación de Variables.....	33
3.6. Operacionalización e las Variables.....	34
3.7. Instrumentos de recolección de datos y validación de instrumentos	35

3.8. Técnicas de recolección de datos.....	35
3.9. Plan de procesamiento de datos	36
Capítulo IV Resultado y Discusión	37
4.1. Resultados	37
4.2. Discusión	60
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	64
5.1 Conclusiones	64
5.2 Recomendaciones	65
Referencias Bibliográficas.....	66
Anexos	70
Anexo N° 1: Matriz de Consistencia	70
Anexo 2: Entrevista.....	71
Anexo N° 3: Análisis de documentos.....	72

Índice de tablas

TABLA 1 Distribución de Socios Activos.....	47
TABLA 2 Lista de Directivos	47
TABLA 3 Cuadro de personal.....	48
TABLA 4 Resumen por base y hectárea de café en producción	50
TABLA 5 Financiamiento externo y amortización de la deuda.....	52
TABLA 6 Relación de gastos – campaña del café 2017.....	53
TABLA 7 Acopio de café - campaña 2017	53
TABLA 8 Ventas de café - campaña 2017	54
TABLA 9 En la Empresa se trabaja con planes de crecimiento diseñados a la medida del negocio	56
TABLA 10 Se han definido los lugares donde desarrollar actividades que le permitan crecer a la empresa? ¿indique que lugares son.....	56
TABLA 11 Cree usted que la empresa posee los recursos financieros y materiales suficientes que le permiten crecer.....	57
TABLA 12 En la empresa cuando se presenta una oportunidad de negocio se toma la iniciativa sin evaluar riesgos	57
TABLA 13 En la empresa se desarrollan actividades con trabajo en equipo	58
TABLA 14 A la fecha continúan realizando afiliaciones de nuevos socios? ¿Qué consideraciones se tienen en cuenta	58
TABLA 15 Cree usted que es apropiada la forma como se desarrollan las actividades de crecimiento empresarial en la empresa.....	59
TABLA 16 Cree usted que los asociados de la empresa están satisfechos con la rentabilidad de los últimos años	60
TABLA 17 se sienten motivados en la empresa por el crecimiento mostrado en el mercado.....	60
TABLA 18 Los activos que posee la empresa han generado la rentabilidad esperada por todos.....	61
TABLA 19 Se evalúan las utilidades obtenidas con respecto a las inversiones realizadas.....	62
TABLA 20 Cree usted que en la empresa existe un equilibrio razonable entre los financiamientos y las inversiones efectuadas.....	62

Índice de figuras

Figura 1 A Organigrama de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ..... 48

Resumen

El presente trabajo ha permitido realizar un estudio de los factores relacionados al crecimiento empresarial en la asociación de productores PROAGRO LIMCOF, con la finalidad de analizar la influencia que generan los factores del crecimiento empresarial en la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, la investigación ha sido desarrollada a través de la realización de diagnóstico empresarial relacionado con las 4 dimensiones de los factores relacionados al crecimiento de las empresas utilizados en la presente investigación, para lo cual se ha realizado actividades de levantamiento de información relacionada con las variables de investigación. La investigación fue de tipo descriptiva con un diseño no experimental. La población del estudio fueron 5 trabajadores del área de administración y contabilidad. Se aplicó como instrumento la entrevista, y el análisis documental, lo que nos permitió obtener como resultados; que el empleo de los factores de crecimiento empresarial influye significativamente en la rentabilidad de la empresa, pudiendo ser esta positiva (utilidad) o negativa (pérdida), dependiendo del manejo de los factores de crecimiento empresarial que se realice en la empresa. Es por eso que se llega a la conclusión que los factores de crecimiento empresarial influyen de manera directa en la rentabilidad de la empresa, permitiendo a las mismas crecer de manera apropiada si el manejo de los factores para el crecimiento de las empresas es el apropiado.

Palabras clave: factores socioeconómicos, rentabilidad, asociados.

Abstract

This study has enabled us to examine the factors related to business growth in the PROAGRO LIMCOF producers' association. with the aim of analyzing the influence of business growth factors on the profitability of the Aproagro Limcof Association. The research was carried out by conducting a business diagnosis related to the four dimensions of the factors related to business growth used in this research, for which information related to the research variables was collected. The research was descriptive in nature with a non-experimental design. The study population consisted of five workers in the administration and accounting area. Interviews and document analysis were used as instruments, which allowed us to obtain the following results: the use of business growth factors significantly influences the profitability of the company, which can be positive (profit) or negative (loss), depending on how the business growth factors are managed in the company. Therefore, we conclude that business growth factors directly influence the profitability of the company, allowing it to grow appropriately if the factors for business growth are managed properly.

Keywords: socioeconomic factors, profitability, associates

Capítulo I: Planteamiento del Problema

1.1. Descripción del problema

Hoy en día se genera un trabajo constante tanto en el orden social, económico y político; lo que exige que las empresas estén concentradas en los cambios que se presentan, con el fin de poder estar a la expectativa y tener la delantera frente a sus posibles competencias, sin permitir que su entorno se vea afectado.

En Colombia, según estudios realizados, el crecimiento de las empresas se puede visualizar desde tres perspectivas, considerando en primer lugar la formulación de planes estratégicos que están orientados al mediano y al largo plazo, de otro lado se tiene el diagnóstico interno, donde se puede apreciar los principios y valores, las políticas, la misión de la empresa, la parte de la evaluación de las áreas claves al interior de la empresa y por último la implementación de las estrategias, es decir la toma en marcha de los planes, la ejecución de lo programado, donde se consideran cada una de las perspectivas que considera el crecimiento en las empresas, como es el ciclo de vida de las empresas, buscando al final el objetivo principal, que es el de poder generar beneficios económicos, generar rentabilidad según lo previsto, es por ello que se tiene que considerar los factores que hacen que este aspecto en muchos casos no se logran las metas, es por ello la necesidad de hacer este tipo de análisis, de poder utilizar indicadores para poder evaluar los avances y los logros (Aguilera & Virgen, 2014).

Existen muchos factores dentro de diferentes aristas que se pueden analizar para poder ver el desarrollo y crecimiento de las empresas, estos pueden ser los factores interno por un lado y por otro el externo, que están relacionados a la parte social, cultural, económica, política, entre otros. Por otra parte, se tiene que el crecimiento dentro de las empresas considerando como factor el crecimiento del empleo según los informes estadísticos, las empresas responden a la necesidad que existe de producir más, sin embargo, este crecimiento del empleo no fue necesariamente constante, fue en algunos periodos de manera coyuntural, ya que este crecimiento no fue el mismo en todos los últimos años, puesto que, entre los periodos 2010 al 2014 la

economía en el Perú tuvo un crecimiento promedio por año de 5,80%, que se considera superior al crecimiento que se llegó a alcanzar en otros países de América Latina, que fue de 4,80% en promedio, por lo que contribuyó a que el Perú se encuentre entre los países líderes en la región. Por otra parte, se tiene también que existió factores que no contribuyeron mucho al desarrollo, como es el caso del incremento de los precios de los productos como materia prima, los suministros, entre otros materiales, además de las reformas que se establecieron por normas aplicadas por el gobierno de turno, que de alguna manera contribuyó a poder aplicar alguno otros problemas que estaban frenando el crecimiento de las empresas (Seclen, 2016).

De otro lado, la Asociación de Productores del sector Agropecuario Lima Coffee Perú; con RUC N° 20601057353, Inició sus actividades en marzo del 2016, con la participación de con 388 socios activos, el esfuerzo de todos los actores de la Asociación como son socios, dirigentes, equipo técnico administrativo y aliados estratégicos fue siempre lograr los objetivos trazados, trabajando siempre en equipo, con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos, los cuales están orientados a contribuir en mejorar la calidad de vida del socio y su familia.

La operatividad de la campaña 2017 ha demandado realizar una serie de gastos a nivel administrativo, comercial, Producción y Financieros los mismos que han sido necesarios para el desarrollo de las actividades diarias de la organización, el panorama comercial de la campaña ha sido muy complicado por diversos factores como falta de financiamiento y precios elevados, sin embargo y a pesar de todo ello la asociación logró comercializar 27,954.82 de café pergamino seco al mercado local y al mercado internacional, que permitió a la asociación avanzar en el logro de sus objetivos de manera proporcionada al mercado, pudiendo haber sido mejor pero por factores como como falta de financiamiento, competidores del mercado, calidad del producto, innovación y precios elevados no han permitido lograr alcanzar las metas propuestas a los asociados.

Motivo por el cual se planteó en la investigación conocer, ¿De qué manera los factores de crecimiento empresarial influyen en la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, 2018?, la misma que arribare después de aplicar el instrumento diseñado de acuerdo al objetivo de la investigación y del

análisis documental realizado a la información estadística que tiene la empresa como es son los resultados de los estados financieros y demás documentación administrativa sobre el crecimiento empresarial.

1.2. Formulación del problema

¿De qué forma los factores de crecimiento empresarial influyen en la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, 2018?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar la influencia de los factores de crecimiento empresarial en la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar el nivel de comportamiento de los factores de crecimiento empresarial de la Asociación Aproagro Limcof.
- b) Evaluar la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, mediante los indicadores financieros.
- c) Analizar el nivel de incidencia de los factores de crecimiento empresarial en la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, 2018.

1.4. Justificación

1.4.1. Relevancia Social

La presente investigación contribuirá con el propósito de aportar a los empresarios un alcance sobre los factores de crecimiento en la empresa y como el uso de estos puede ser un factor importante en el desempeño del negocio, logrando mejorar su rentabilidad, siendo de ayuda para poder tomar mejores decisiones en las asociaciones, lo que permitirá mayores ingresos con mejor desarrollo económico.

1.4.2. Utilidad teórica y Práctica

La investigación busca, por medio de la aplicación de las bases teóricas y los conceptos, establecer si los factores de crecimiento empresarial influyen

para poder lograr una rentabilidad esperada en la Asociación. Asimismo, en el proceso para poder encontrar los resultados, se realizan una serie de búsquedas y selección de la información que se encuentran relacionadas con las variables y con las dimensiones del estudio, como es el caso de estudios realizados anteriormente que se encuentran en revistas, libros, entre otros medios de información académica, los que contribuyeron a fortalecer la base teórica de la investigación.

1.4.3. Utilidad metodológica

Para lograr los objetivos propuestos en la presente investigación, se considera relevante, desde el punto de vista metodológico, puesto que hace uso de herramientas utilizadas por los investigadores, como es el caso de la encuesta, como técnica para poder recopilar los datos, lo que se encuentra sustentado como un método validado para poder realizar una investigación, con lo que se pudo encontrar los resultados deseados según los objetivos del estudio, de determinar cómo los factores de crecimiento influyen en la rentabilidad lograda por la Asociación Aproagro Limcof.

Capítulo II: Marco teórico de la investigación

2.1. Antecedentes de la Investigación

A nivel Internacional

En el trabajo de investigación realizado por Gómez (2013) en Quetzaltenango, Guatemala, cuyo objetivo se centró en poder analizar cuáles son los factores respecto a la parte técnica, administrativa y financiera y su influencia en el crecimiento del sector de las micro y pequeñas empresas. Estudio de tipo descriptivo, con el enfoque de investigación cuantitativo, en lo que respecta al diseño fue el no experimental, puesto que, la información que se recolectó no necesitó de intervención sobre las variables, ya que se observó dentro de su estado natural. Se concluye en el estudio que, la gran parte de las empresas que están consideradas como micro, conocen de manera básica funciones y formas administrativas, como es la parte de la realización de una planificación, la organización, la dirección, el manejo de personal, el control de las actividades principales, entre otros, por otra parte, la zona 3 de Quetzaltenango es considerada una zona comercial, gran parte de los dueños de los negocios consideran que si han tenido un crecimiento en el tiempo. Por tanto, es recomendable que mejore las capacidades de administración como un factor clave para el crecimiento de la empresa.

En el trabajo de investigación realizado por Terán (2015) en Guayaquil-Ecuador, donde su objetivo fue analizar el control de actividades operacionales por medio de un Plan Estratégico para la capacitación. Se tomó en cuenta el tipo de investigación descriptiva-exploratoria, se tiene que el diseño fue no experimental, sobre la recolección de datos, se utilizó la encuesta y la entrevista, con una muestra de 384 negocios. El estudio concluye que, la mayor parte de los que representan la muestra en el estudio, realizan sus operaciones y actividades de manera intuitiva, ya que al emprender un negocio no tienen en muchos de los casos un criterio técnico, académico, es decir que no cuentan con un nivel de capacitación mínima para poder emprender, por ello la necesidad que existan programas en el que se

puedan brindar capacitaciones, orientaciones, para cada una de las partes claves del negocio

En el trabajo de investigación realizado por Moyolema (2011) en Ambato-Ecuador, cuyo objetivo fue: analizar la gestión financiera y cómo es el nivel de impacto sobre rentabilidad, en el caso de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la ciudad de Ambato. El estudio, como parte de la metodología, fue de nivel explicativo y de correlación, donde el método aplicado fue el deductivo, con diseño de tipo no experimental, por la naturaleza de los datos recolectados fue de enfoque cuantitativo. Se concluye, en la actualidad la cooperativa no cuenta con un esquema de análisis para la gestión financiera de forma eficiente y adecuada, por lo que no le ayuda a poder lograr sus metas de rentabilidad, por otra parte, no se tienen estrategias adecuadas para poder mejorar el desarrollo actual de la cooperativa, por otra parte, existen retrasos en la entrega de los estados financieros, por lo que no se cuenta con información que ayude a poder tomar decisiones informadas, para que el riesgo se menor, lo que no ayuda a la cooperativa a poder lograr lo planificado respecto a la parte económica.

A nivel nacional

En el trabajo de investigación realizado por Nieto (2017), en su estudio realizado en Lima-Perú, cuyo propósito fue analizar los factores de crecimiento y rentabilidad de las Mypes Comerciales que se encuentran en el Parque Industrial del distrito de Villa El Salvador. De la metodología, se consideró el tipo aplicado, el nivel descriptivo explicativo, donde el diseño que se consideró fue el no experimental. El estudio concluye que, el acceso al crédito que se tiene para el sector de las Mypes es considerado un factor que limita el crecimiento de los negocios, ya que no consideran necesario la inversión con apalancamiento financiero, mientras que los pocos que tienen acceso, consideran que es un factor clave para el crecimiento de los negocios, sin embargo, existe muchos problemas con los informales, puesto que no cumplen con los requisitos, por otra parte, el uso de herramientas de tecnología, se tiene que no consideran que es necesario para muchos casos, por lo que la inversión en lo que es tecnología es bajo, por lo tanto, es

necesario que se puedan establecer estrategias para poder llegar a un nivel de formalidad mayor y aprovechar los beneficios fiscales que se tiene para este sector, como es el caso de la inscripción al Régimen de Micro y Pequeño empresario (REMYPE), con lo que se pueden aprovechar las oportunidades y tener mejor oportunidad de desarrollo y de mejora en su rentabilidad.

En el estudio realizado por Cahuana & Samanez (2015) en Ayacucho–Perú, cuyo propósito fue el de identificar el nivel de ecoeficiencia y rentabilidad de las Cooperativas en Ayacucho, 2012-2014. De la metodología aplicada, se tiene en lo que es el tipo de investigación, fue la aplicada, del alcance, se considera el descriptivo, al no tener intervención de ningún tipo con los elementos que proveen de la información, fue de diseño no experimental. Se llegó a concluir, el consumo de energía y el de los materiales bajo las medidas de ecoeficiencia tienen una incidencia positiva sobre la rentabilidad general y también sobre la económica en el caso de las cooperativas en Huamanga, además, se determinó que existe la necesidad de poder implementar planes de ecoeficiencia dentro de las cooperativas en estudio, con el objetivo de poder incrementar los niveles de utilidad, los niveles de rentabilidad, de acuerdo con los planes trazados, por ello es necesario la implantación de dichos planes de ecoeficiencia, con lo que se podrán disminuir los gastos de energía, de los materiales, con el objetivo de poder reducir costos y a la vez contribuir para el cuidado del medio ambiente, lo que de alguna manera se puede considerar como una ventaja competitiva entre otros que no hacen uso de este tipo de cuidado del medio ambiente.

En el estudio de Córdova & Díaz (2017) realizado en Lambayeque – Perú, donde el objetivo fue: determinar el grado de relación del marketing mix con la rentabilidad, caso de una Cooperativa Cafetalera en Cajamarca. Sobre la parte de metodología, el tipo de estudio es considerada por la naturaleza de sus objetivos descriptiva, de campo, con diseño que corresponde al no experimental. Se concluye que, se tiene un esfuerzo importante entre los productores para poder tener una mejor producción, una menor calidad, considerando los contratos conforme a la demanda y a la oferta, estableciendo niveles de control sobre los productos, de otro lado, establecer formas para poder tener mayor presencia en el mercado por medio de ferias, considerando

la posibilidad de poder realizar acuerdos para la certificación, por otro lado, se cuenta con procesos de fertilización con abono orgánico, el mismo que se hace de dos a tres veces dentro de un año, se tiene también la fijación de los precios considerados competitivos para los productores, por lo que se necesita un mayor nivel de orientación sobre ventas y mercado, como también la parte de establecer los precios de manera técnica.

A nivel Local

Tenemos el estudio de Díaz (2015) que se desarrolló en Cajamarca – Perú, donde el objetivo fue: evaluar los niveles de rentabilidad dentro del proyecto de una Agencia para una Cooperativa de Ahorro, en una ciudad de Cajamarca. De la parte de la metodología, el estudio se consideró como tipo aplicado, dentro del diseño, al no manipular los elementos en estudio, fue no experimental, respecto al alcance, se tiene que fue descriptivo. Se llegó a concluir, el análisis de la apertura de la agencia es considerada factible, viable y rentable, desde el punto de vista económico, en tal sentido, se considera una oportunidad para poder tener mayor presencia en el mercado, de acuerdo a los resultados se puede entender también que, la inversión se recupera en pocos años, considerando que los márgenes de rentabilidad son muy buenos de acuerdo al estudio, por lo que es necesario que se considere el proyecto y se pueda canalizar su aceptación.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Factores de Crecimiento Empresarial

1. Definiciones de Crecimiento Empresarial

Según Nieto (2017), describe al crecimiento empresarial como un proceso por el cual una empresa se adapta a los cambios que se ven exigidos a causa del entorno, que se ve de acuerdo a cómo el emprendedor dirige la empresa, es el conjunto de acciones que tiene una empresa para poder mejorar su capacidad de producción, servicio, comercio, entre otras actividades claves, para poder tener cambios para mejora, por lo que es esencial que se tengan claros las estrategias financieras, con el objetivo que los recursos sean eficientes y se logre un desarrollo apropiado, en el

que se vea la competitividad de su producto o servicio. De otro lado, Terán (2015), hace mención que el crecimiento de una empresa se da por el tamaño de dos elementos claves, uno es la cantidad de personas que tiene laborando en la empresa y el otro viene a ser el volumen de venta, de producción, como también se puede dar en función a sus activos, por lo que al tener una mejora en estos indicadores, se puede decir que la empresa se está desarrollando, además de mostrar mejoras en el nivel de incursión en el mercado, crecimiento de sus finanzas y otros factores. También menciona Huaytalla & Pariona (2014), que adoptar una estrategia para poder crecer en el mercado no solo basta con la calidad del producto o servicio, sino que debe de estar anclado en un plan financiero, en un proyecto de crecimiento, que permita evaluar el crecimiento.

2. Importancia del crecimiento empresarial

En lo que respecta al crecimiento se considera importante, según Aguilera & Virgen (2014) en la medida que es lo que de alguna manera va a garantizar la existencia de la empresa en el medio, es por ello que existen elementos que pueden ayudar a que se garantice el crecimiento, uno de ellos es el tener talento humano como parte del equipo de trabajo, que sean comprometidos y que sean confiables, el otro viene a ser la captación de los recursos financieros, el control del mismo, quiere decir que estos sean los suficientes para operar y que se puedan generar fondos para otras inversiones, por ello la importancia de contar con estos elementos para asegurar el crecimiento en la empresa. También, según Ascue (2015), considera que la importancia del sector empresarial en el país, puesto que es el motor de la economía, las empresas micro tienen una representación importante en el mercado laboral, en la economía del país, por ello la necesidad de que tengan mecanismo y herramientas para poder obtener un crecimiento sostenido. Por lo que podemos señalar que la importancia de la empresa radica en que se realicen operaciones que generen su desarrollo y crecimiento, lo cual requerirá del apoyo de las empresas grandes en capacitación de los empleados, otorgando oportunidades a medianas, pequeñas y reforzar de esta manera el recurso humano para ofrecer un buen servicio satisfactorio.

3. Perspectivas del Crecimiento Empresarial

De acuerdo con Aguilera & Virgen (2014), nos dicen sobre el crecimiento de las empresas, puede ser abordado por varias perspectivas, las mismas que están relacionadas a un conjunto de indicadores que ayudan a medir el cumplimiento y el proceso correcto de las actividades desarrolladas para lograr un crecimiento sostenido. Dentro de estas perspectivas encontramos:

3.1. Perspectiva de configuración del crecimiento o ciclo de vida

del negocio: La parte importante de esta perspectiva es que en cada etapa de crecimiento o de ciclo de vida de una empresa, se tiene un conjunto de fases que van una alineada a la otra, considerando periodos de quiebre por la coyuntura y con la adaptación de un plan de contingencia, esto en la medida que se puedan lograr las actividades según se tiene en el plan, como también a las políticas, las estrategias, la estructura organizacional, el entorno, con el que se pueden lograr el crecimiento.

3.2. Perspectiva en base a los recursos:

Se concentra en la existencia de los recursos para poder operar de manera eficiente, considerando las contingencias y el aprovechamiento de las oportunidades, por lo que la participación de la parte directiva administrativa es clave para poder tomar las acciones más adecuadas, el poder cumplir con las actividades como corresponde al plan y poder tener mayor probabilidad de cumplimiento de los objetivos.

3.3. La perspectiva en base a la motivación:

Este punto considera de mucha relevancia el contar con un plan riguroso sobre la ejecución de los procesos y actividades considerando el compromiso y el trabajo eficiente de cada trabajador, para poder cumplir con los objetivos organizacionales, en el que sean también el cumplimiento de sus metas, es por ello que se tiene que involucrar a todo el personal de todo nivel, para hacer sentir el logro del crecimiento.

4. Factores Explicativos del Crecimiento Empresarial

Según Nieto (2017) señala que uno de los factores claves que consideran muchos autores para ver que existe un crecimiento en la empresa, es el de la competitividad, es por ello que alineado a este factor vienen otros que contribuyen al logro de un nivel de competitividad apropiado, es por ello que estos factores tienen que ver tanto en lo interno como en lo externo, es por ello la necesidad de que estos factores sean bien direccionados, analizados, para poder tomarlos en cuenta y que se puedan aprovechar o corregir si es que no se están tomando en cuenta.

Dentro de estos Factores encontramos los siguientes:

4.1. Factores Internos

Estos factores son los que tienen que ver con los procesos, planes, actividades, políticas, entre otros elementos que contribuyen al crecimiento de la empresa, donde los directivos o administrativos tienen que ver que este conjunto de elementos claves tienen que ser cumplidos, con el objetivo de poder crecer, de poder buscar nuevos mercados, tener mayor expansión. Dentro de estos factores se mencionan los siguientes: a) La edad y el tamaño de la empresa, elemento crucial para poder visualizar el desarrollo de la empresa, es decir, a donde quiero llegar, cuán grande va a ser la empresa en unos años; b). La motivación, elemento vital como parte interna, ya que quienes desarrollan las actividades y acciones son las personas; c). La gestión del conocimiento, es un elemento clave, ya que es el intangible máspreciado dentro de una organización, es por ello que se debe generar conocimiento de manera constante.

4.2. Factores externos

Estos factores están relacionados con los aspectos de tipo institucional, la parte de las condiciones del medio, del mercado, el acceso al conocimiento, tomar en cuenta las normativas, el lugar donde se desarrolla la empresa, puesto que la ubicación es importante, por factores sociales y normativos. Estos factores son

claves en el desarrollo de las empresas, como es el caso de la parte social, económica, tecnológica y política, puesto que, cualquier cambio o alteración de uno de estos factores se da, la empresa tiene que adaptarse para poder crecer de manera sostenida. Estos factores externos son: a). Factores relativos al entorno sectorial, en el que se encuentran los competidores, los que proveen a la empresa, los terceros, como son las entidades financieras. b). Factores de microentorno, como es el tema de la demanda, la tecnología, el acceso a los créditos, las normas fiscales, estos pueden tornarse una amenaza o una oportunidad.

5. Dimensiones de los Factores de Crecimiento Empresarial

Según Canaza (2014), las dimensiones de los factores que están relacionados al crecimiento empresarial se clasifican en: a). Entorno, este tiene que ver con el espacio físico, el lugar, es relevante, puesto que la empresa depende mucho de quienes le rodean; b). Iniciativa Emprendedora, está ligada a la creación de la empresa, como también a su gestión, es clave este proceso, ya que es el que debe de identificar las oportunidades de innovación, de crecimiento, de crear valor; c). Recursos, es clave de forma definitiva, puesto que es con lo que se cuenta para poder llevar a cabo las acciones, considerando también de manera principal el recurso económico, sin embargo, también son los materiales, humanos y tecnológicos; d). Motivación, es un elemento muy relevante, ya que ayuda a poder lograr el máximo de esfuerzo entre los colaboradores, mejorar la conducta respecto al logro de objetivos.

2.2.2. Rentabilidad

1. Definiciones de Rentabilidad

Es considerada a la medida del rendimiento que tiene una entidad dentro de un periodo dado, haciendo uso de los recursos que tiene, es decir, que renta genera una entidad con los medios y recursos que posee, lo que indica que nivel de gestión se tiene sobre la entidad, sobre los recursos (Moyolema, 2011). También se le conoce como una de las medidas de

eficiencia de la gestión de los recursos empresariales, lo que indica que resultados se tiene de la inversión realizada en un tiempo determinado (Córdova & Díaz, 2017). Es un indicador que mide el éxito de una entidad, un sector, lo que se entiende que se hace uso eficiente de los recursos y de las utilidades generadas dentro de un periodo establecido y de acuerdo con los planes establecidos (Cubas & Davila, 2016).

2. Importancia de Rentabilidad

Se considera un indicador de suma importancia en la medida que representa el logro de objetivos, que los planes y acciones programadas se realizarán de forma eficiente, por otro lado, el análisis de este indicador ayuda a poder ver el proceso del logro de metas, es el indicador fundamental para poder tomar las decisiones más importantes de la organización, puesto que todo apunta a poder tener beneficio económico dentro de los plazos previstos, además, un análisis positivo de la rentabilidad indica que las inversiones realizadas son las que se esperaban o las que cumplen los objetivos financieros dentro de la entidad en los tiempos previstos (Cubas & Davila, 2016).

3. Tipos de Rentabilidad

La rentabilidad como indicador clave para poder medir la eficiencia de los recursos, tiene muchas formas en las que se puede medir o interpretar, dependiendo de los elementos de análisis, de acuerdo a la necesidad de la toma de decisiones, conforme a la necesidad que existe de una entidad para poder orientar el crecimiento, que son los siguientes:

- a. Rentabilidad Económica:** es un indicador que ayuda a poder medir el nivel de rendimiento sobre lo que son los activos de la empresa dentro de un tiempo establecido o determinado por la entidad, que por lo general es anual, por lo que se le considera como una de las medidas elementales para poder medir la eficiencia de la gestión de una empresa, teniendo en cuenta que

este indicador no considera la intervención del apalancamiento o financiamiento financiero, por lo que se centra en el aprovechamiento de los activos y recursos empresariales (Ccaccya, 2015). También se le conoce como la razón para poder evidenciar que capacidad que tiene la gestión de los activos para poder generar valor en la empresa, además es una medida para poder hacer un juicio sobre la eficiencia que tiene una empresa en su gestión, ya que se orienta a medir el uso eficiente de los activos. Este indicador se le denomina también como el ROA por sus siglas de términos en inglés, el mismo que se calcula dividiendo la utilidad neta (es la utilidad operativa menos los intereses y los impuestos) sobre los activos totales, es decir, todos los activos tangibles y los no tangibles, lo que indica que, son todos los bienes que la empresa tiene en un tiempo dado (Cahuana & Samanez, 2015).

- b. Rentabilidad Financiera:** es considerado como un indicador que mide el rendimiento sobre los recursos que provienen de los accionistas, socios, dueños, de las organizaciones, es decir del patrimonio, dentro de un periodo de tiempo establecido por la empresa, por otra parte, la rentabilidad sobre la inversión o sobre el patrimonio, se le considera como una medida que es considerada por los dueños o accionista de las organizaciones, es por ello que se le conoce también como un indicador de rentabilidad que los directivos consideran importante de su gestión para poder satisfacer el logro de metas de la perspectiva de los accionistas, de los socios, los propietarios, por otra parte se le conoce como ROE por sus siglas en inglés, este indicador mide los beneficios sobre la inversión de los accionistas dentro de un ejercicio contable, o un period mejor, según el análisis requerido de la entidad. Este indicador se calcula dividiendo la utilidad neta (es la utilidad operativa menos los intereses y los impuestos) sobre el patrimonio de la empresa, el mismo que está compuesto por el capital, las reservas, entre otros elementos patrimoniales (Cahuana & Samanez, 2015).

2.2.3. Teorías relacionadas con las variables de la investigación

a) El crecimiento empresarial según la teoría económica clásica y neoclásica

Según Kuh (1963) citado por Huaytalla y Pariona (2014) señala que el crecimiento empresarial se lleva a cabo de manera indirecta por medio del cambio de dos tipos de situaciones de equilibrio conforme a la Teoría de la Producción, en el que menciona que el crecimiento tiene que ver con el fin elemental de una entidad, es el fin de toda actividad económica, donde en tiempo antiguos se consideraba como una especie de caja negra, puesto que era importante cada uno de los indicadores claves de una empresa, donde se busca la eficiencia de la producción y de los servicios que se prestan a los consumidores

De otro lado según Wiklund y Shepherd (2004), citado por Huaytalla & Pariona (2014), hace mención que el crecimiento que tiene una empresa está dado por el aprovechamiento de las oportunidades que se puedan dar dentro de un mercado, donde se aprovechan cada una de ellas para poder cubrir las necesidades que tiene el mercado, donde las empresas que tienen índices de mayor crecimiento se dan con el sector industria, donde existen muchos otros servicios que son anexos al mismo, como son los sectores tradicionales o lo que se les conoce también como de nuevas tecnologías.

b) Teoría de la Organización

Para (Lawrence & Lorsch, 1967) citado por Seclen (2016), nos dice que la teoría o enfoque que las organizaciones están orientadas a poder establecer modelos de organización que se adapten a poder cumplir los objetivos propuestos, en el que se tienen elementos básicos de la administración, como es el esquema de las funciones

por áreas y los perfiles del puesto, como también la necesidad o exigencia que se tiene en la entidad para poder cumplir con sus metas y objetivos organizacionales, estos procesos y acciones están orientados al crecimiento sostenido de una empresa, considerando como aspecto clave para ello la parte organizacional.

c) Teoría del Aprendizaje

De acuerdo con Jovanovic (1982), citado por Seclen (2016), esta teoría argumenta que las empresas que son eficientes son la que tienen un nivel de sobrevivencia muy alto, por lo que su crecimiento es un producto del conjunto de acciones básicas de conocimiento y aprendizaje sobre las actividades y procesos que se tienen que seguir para poder lograr los objetivos dentro de los plazos y tiempos establecidos, lo que se considera como el producto de poner énfasis en la cultura organizacional y el aprendizaje continuo de las mejores prácticas.

2.3. Base bíblica - filosófica

La presente investigación relación con la biblia en:

- a. Timoteo 5:8 El que no da para los suyos, para los de su casa, entonces, niega su fe y viene a ser más que un incrédulo.
- b. Lucas 16:11 Si el que maneja lo bienes y riquezas no viene a ser justo, no se considera confiable, entonces, no se le podrá confiar la gestión de los bienes
- c. Proverbios 10:22 La bendición que Dios da nunca viene con tristeza, sino viene con alegría.
- d. Proverbios 13:11 Los que se enriquecen con mentiras sus bienes disminuyen, pero el que trabaja con rectitud, sus bienes aumentan.
- e. Proverbios 13:22 El dejar herencia a los nietos es bueno, mientras que lo que tienen los pecadores las recoge el hombre injusto.
- f. Proverbios 21:20 El sabio en su casa tiene riquezas y tiene perfumes, mientras que en casa del necio hay desperdicio.

2.4. Marco conceptual

1. **Condiciones de los factores:** Tiene que ver con la cantidad de factores con las que una país cuenta dentro de los sectores económicos para poder desarrollarse, como es el caso de los recursos humanos, los bienes y materiales, los conocimientos, la infraestructura, en otras palabras, viene a ser el insumo que se necesita para poder generar industria, el comercio, los servicios para poder desarrollar las actividades, sin embargo no solo es necesario tener estos recursos o factores, sino el de poder saber explotarlos de una manera adecuada y conveniente de acuerdo a las necesidades de las empresas (Ascue, 2015).
2. **Crecimiento Económico:** Es el aumento que se tiene de manera sostenida de una producción de bienes y de servicios dentro de país, reflejado en el incremento del PIB a lo largo del tiempo, es el proceso articulado de actividades claves que buscan la mejora sobre la capacidad productiva y las condiciones de vida, por lo que, de alguna manera, impulsa la inversión, la parte de la tecnología y el capital humano, además, se considera elemental para poder mejorar el entorno social, el regional, puesto que lo que busca es tener mejores condiciones para poder desarrollarse (Terán, 2017).
3. **Economía:** Es la ciencia social que se enfoca en poder estudiar cómo las sociedades gestionan los recursos escasos para poder producir, distribuir y consumir bienes y servicios, donde se busca poder satisfacer las necesidades humanas, por otro lado, toma en consideración el análisis de los agentes como es el caso de las familias, las empresas, el gobierno, dentro de los mercados donde existe una oferta y demanda, además es donde se genera empleo, el crecimiento, es el que busca poder tener mejores condiciones para poder emprender o poder mejorar la calidad de vida de la población (Terán, 2015).
4. **Comercialización:** Es el conjunto de acciones, de estrategias y sobre todo de procesos dentro de una empresa, en el que se despliega para llevar un producto o un servicio empezando desde su diseño hasta el consumidor

final, donde también se incluyen la fijación de los precios, la eficiencia en la distribución y la promoción, de otro lado, actúa como un enlace muy importante entre producción y el consumo, donde se busca poder satisfacer las necesidades que existen en el mercado y poder generar niveles máximos de rentabilidad (Córdova & Díaz, 2017).

5. **Activo:** Es considerado un bien o derecho con valor monetario de compra o de propiedad de una empresa o de una persona, el mismo que se utiliza para poder generar beneficios económicos, ingresos, como también la riqueza del presente o también la futura, por otra parte, del punto de vista contable, viene a representar la estructura económica, como son los bienes y los derechos, además, estos se pueden clasificar en activo corriente, que viene a ser los derechos dentro del corto plazo y no corriente, aquellos derechos o bienes que se encuentran para poder ser transformadas o cobradas a más de un periodo contable, llamado de largo plazo (Montenegro, 2017).
6. **Pasivos:** Son el conjunto de elementos que están por pagar, son el conjunto las obligaciones que tiene la empresa que tiene como resultado del conjunto de operaciones y de las transacciones dentro del periodo establecido por la empresa, por otro lado, del punto de vista contable, representa a todas las deudas, las obligaciones y los compromisos financieros que una empresa o persona llega a tener con terceros, quienes se les llama también, los proveedores, los bancos, la administración de impuestos, compromisos con el personal, los mismos que tiene que ser cancelado en el futuro, donde los plazos son establecidos de manera conjunta, también se le conoce como la fuente de financiación de tipo externa que se utiliza para adquirir activos, también se puede dividir en pasivos corrientes, los que son dentro del corto plazo y no corrientes, los que se pueden pagar a más de un año (Montenegro, 2017).
7. **Rentabilidad:** Es la capacidad que se tiene sobre una inversión, un negocio o un activo para poder generar beneficios, ganancias, utilidades, sobre lo que se tiene como inversión, de otro lado se tiene que es un

indicador que se expresa como un porcentaje, donde mide la eficiencia al utilizar cada uno de los recursos disponibles y es importante para evaluar el éxito de un proyecto y poder comparar con las diferentes opciones financieras que existen en el mercado, de otro lado, es la correlación existente del beneficio con la inversión que es necesario para poder lograr las metas propuestas (Garcia & Mendieta, 2013).

- 8. Ratio:** Es el cociente o división entre dos números o también poder ser las magnitudes que son comparables, en el que se puede representar la relación o proporción que existe entre ellos, de otro lado, se tiene que el ratio es la medida o forma de poder medir un elemento significativo para lo que es la toma de decisiones, se le conoce también como razón matemática o también como el coeficiente financiero/técnico, el mismo que se utilizar para poder medir la salud económica de la empresa (Albujar & Huaman, 2014).

Capítulo III: Metodología de la investigación

1.1. Descripción del lugar de ejecución

Asociación de Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú

La Asociación LimCof Perú, nace de la idea diferente de trabajar los cafés de excelente calidad en taza, ofrecerles a los productores socios de la organización mejores oportunidades y precios diferenciados por su café que producen, para ello se identificaron zonas conocidas que producen cafés especiales.

Asociatividad: La APROAGRO LIMCOF PERÚ inició la campaña 2016 con 388 socios Activos y para la campaña 2017 se incrementó a 550 socios Activos (42%), según su padrón de socios, en el transcurso del año productores también hicieron llegar su solicitud para formar parte de la Membrecía de la Asociación, los que se encuentran en un proceso de evaluación y ese será su consejo directivo quien pueda decidir su incorporación en la Asociación. Los socios están distribuidos en la provincia de Jaén y en la provincia de San Ignacio que comprenden 6 distritos entre estas 2 provincias pertenecientes a la Región de Cajamarca.

Dirigentes de la asociación: La Asociación a nivel de dirigencia está compuesta por un Consejo directivo integrado por 4 directivos, un consejo de vigilancia integrado por 3 directivos, un comité de educación integrado por 2 directivos, y un comité electoral integrado por 2 directivos, todos ellos y de acuerdo con los estatutos su mandato es por tres años.

Recurso Humano: Es el factor fundamental en el desarrollo de las actividades del día a día, en el que hacer de la organización porque es el respaldo para la toma de decisiones y parte fundamental del trabajo continuo para lograr los objetivos y metas trazadas para cada inicio de campaña, pues éste recurso humano cuenta con experiencia, capacidades, compromiso y está preparado para afrontar retos y tiene adaptación a los cambios constantes en el corto, y el largo plazo para el beneficio de la organización.

3.2. Población y Muestra

Población

La presente investigación estuvo compuesta por 5 trabajadores del área administrativa y contable.

Muestra

La muestra determinada ha sido seleccionada a criterio que realiza la investigación, es por ello que se considera como el muestreo no probabilístico de naturaleza intencional, De otro lado, cada uno de las partes que integran lo que se denomina como población es de donde se toma como muestra al total de lo que es la población.

3.3. Diseño

El estudio se considera de nivel descriptivo – explicativo, este tipo de investigaciones son los que se encargan de poder caracterizar los fenómenos, las situaciones o los grupos tal como son, en el que se detalla sus componentes, las frecuencias de sus elementos, de otro lado es explicativo, en la medida que se van a describir de manera más específica, en el que se determinan las características de forma clara y detallada de las situaciones en la que encuentra una causa y un efecto, es por ello la importancia de este tipo de estudios, ya que busca los elementos que causan cambios o situaciones especiales para que se pueda mejorar la variable (Hernández et al., 2014).

En cuanto al diseño de estudio, fue de esquema no experimental, en la medida que las variables o los elementos que son el objeto de estudio, no fueron intervenidos, no se llegó a manipular ninguna de las variables bajo ningún motivo, por otra parte, se estudiaron los elementos desde el estado en el que el investigador los encontró, tal cual estaban dentro de un tiempo o periodo determinado (Hernández et al., 2017).

3.4. Formulación de la Hipótesis

Hipótesis General

Existe una determinada influencia de los factores de crecimiento sobre la rentabilidad de la cooperativa - Jaén, 2018.

3.5. Identificación de Variables

Definición conceptual

- 1. Factores de Crecimiento Empresarial.** Según Nieto (2017) señala que uno de los factores claves que consideran muchos autores para ver que existe un crecimiento en la empresa, es el de la competitividad, es por ello que alineado a este facto vienen otros que contribuyen al logro de un nivel de competitividad apropiado, es por ello que estos factores tienen que ver tanto en lo interno como en lo externo, es por ello la necesidad de que estos factores sean bien direccionados, analizados, para poder tomarlos en cuenta y que se puedan aprovechar o corregir si es que no se están tomando en cuenta. Por otra parte, Aguilera & Virgen (2014) consideran al crecimiento empresarial importante en la medida que es lo que de alguna manera va a garantizar la existencia de la empresa en el medio, es por ello que existen elementos que pueden ayudar a que se garantice el crecimiento, uno de ellos es el tener talento humano como parte del equipo de trabajo, que sean comprometidos y que sean confiables, el otro viene a ser la captación de los recursos financieros, el control del mismo, quiere decir que estos sean los suficientes para operar y que se puedan generar fondos para otras inversiones, por ello la importancia de contar con estos elementos para asegurar el crecimiento en la empresa.
- 2. Rentabilidad.** - Es considerada como la medida del rendimiento que tiene una entidad dentro de un periodo dado, haciendo uso de los recursos que tiene, es decir, que renta genera una entidad con los medios y recursos que posee, lo que indica que nivel de gestión se tiene sobre la entidad, sobre los recursos (Moyolema, 2011). También se le conoce como una de las medidas de eficiencia de la gestión de los recursos empresariales, lo que indica que resultados se tiene de la inversión realizada en un tiempo determinado (Córdova & Díaz, 2017). Es un indicador que mide el éxito de una entidad, un sector, lo que se

entiende que se hace uso eficiente de los recursos y de las utilidades generadas dentro de un periodo establecido y de acuerdo con los planes establecidos, además, se considera un indicador de suma importancia en la medida que representa el logro de objetivos, que los planes y acciones programadas se realizarán de forma eficiente, por otro lado, el análisis de este indicador ayuda a poder ver el proceso del logro de metas, es el indicador fundamental para poder tomar las decisiones más importantes de la organización, puesto que todo apunta a poder tener beneficio económico dentro de los plazos previstos, además, un análisis positivo de la rentabilidad indica que las inversiones realizadas son las que se esperaban o las que cumplen los objetivos financieros dentro de la entidad en los tiempos previstos (Cubas & Davila, 2016).

Definición Operacional

1. **Factores de Crecimiento Empresarial:** La variable está conformada por dimensiones, que son las siguientes: el entorno empresarial, las iniciativas, los recursos y finalmente la motivación, los que fueron medidos por medio de la guía de entrevista como un instrumento para poder describir la variable en toda su dimensión.

2. **Rentabilidad:** Sobre la variable rentabilidad, se presentan como dimensiones, los siguientes: la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera, los que fueron medidos por medio de una ficha de registro como un instrumento para poder describir la variable en toda su dimensión.

3.6. Operacionalización de las Variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Factores de Crecimiento en las Empresarial	Entorno	• Entorno externo de la empresa
		• Entorno interno de la empresa
	Iniciativa Emprendedora	• Desarrollo de nuevas ideas
		• Oportunidades para el negocio

	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos físicos • Recursos humanos
	Motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Motivaciones de poder
		<ul style="list-style-type: none"> • Motivaciones de afiliación • Motivaciones de Logro
Rentabilidad	Rentabilidad Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia de la gestión (Análisis documental) • Rentabilidad - Ratios
	Rentabilidad Financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Factores de Rentabilidad (Análisis Estados Financieros) • Análisis de Ratios

3.7. Instrumentos de recolección de datos y validación de instrumentos

Instrumentos

De los instrumentos aplicados en el estudio, se tiene a la guía de entrevista y la ficha de registro, de la entrevista, viene a ser un conjunto de preguntas que están orientadas a poder describir las partes fundamentales de la variable, según se tiene en los objetivos, estas preguntas son abiertas por lo que ayudan a poder identificar de manera detallada los elementos importantes que afectan a la variable, de otra parte, sobre la ficha de registro, viene a ser un documento en el cual se detalla, en el que te permite evaluar en cuanto a la parte sumativa por medio de la sistematización de sus elementos, de forma organizada y donde se documentan las evidencias de los elementos claves o indicadores de las variables (Hernández et al., 2010).

3.8. Técnicas de recolección de datos

Sobre las técnicas aplicadas, según se describen y desprenden los instrumentos, son la entrevista y el análisis de documentos, sobre la entrevista representa una técnica apropiada para poder identificar y describir las características y elementos de una variable por medio de preguntas de tipo abiertas para poder identificar factores específicos del objeto de estudio, de

otro lado, el análisis documental, es una técnica aplicada para estudios en las que se encuentran registros de datos, como son los informes financieros, registros de control de datos, entre otros elementos, los que son sistematizados para su análisis (Hernández et al., 2010).

3.9. Plan de procesamiento de datos

Los procedimientos que fueron pesarios para el análisis, se inició con la elaboración de los instrumentos, una vez identificados las variables que fueron el objeto del estudio, para lo cual se identificaron las variables y sus dimensiones, de los que se pudo desprender las preguntas y los indicadores necesarios para poder elaborar los instrumentos, luego del cual se recopilieron los datos por medio de la aplicación de los instrumentos, según el cronograma de trabajo de campo, luego se utilizaron los programas de procesador para textos y hoja de cálculo para pasar los datos recolectados y proceder al análisis de los resultados y poder resolver los problemas planteados.

Capítulo IV Resultado y Discusión

4.1. Resultados

a) Análisis de los factores de crecimiento en la empresa

1. **El entorno empresarial:** De acuerdo a la evaluación realizada en la empresa, teniendo en consideración la dimensión del entorno empresarial de los factores de crecimiento empresarial, podemos decir:

La Asociación LimCof Perú, nace de la idea diferente de trabajar los cafés de excelente calidad en taza, ofrecerles a los productores socios de nuestra organización mejores oportunidades y precios diferenciados por su café que producen, para ello se identificaron zonas conocidas que producen cafés especiales.

El año 2017 es el segundo año de operaciones que viene realizando la asociación y de acuerdo a la experiencia vivida en el año 2016 se planteó que con el esfuerzo de todos los actores de la Asociación como son socios, dirigentes, equipo técnico administrativo y aliados estratégicos es lograr cumplir los objetivos trazados bajo estrategias de trabajo en equipo y la mejora continua, los cuales se orientaron a contribuir en mejorar la calidad de vida del socio y su familia.

En el año 2017 se logró acopiar 28,476 QQ de café pergamino representando un incremento de acopio en 185% aprox., café que se logró vender a nivel nacional (73%) y al mercado del exterior (23%) siendo la meta de la empresa, exportar en los próximos años el 100% del café que es producido por los socios, a los mercados de los Estados Unidos, la Unión Europa y el mercado de Asia.

El trabajo realizado en la campaña 2017 ha permitido a la asociación consolidar relaciones comerciales con clientes como Café Imports, Cafema International y Falcón Specialty quienes son nuestros principales clientes al comprar nuestro producto por la calidad, abriéndonos las puertas en los diferentes mercados y recibir constantes demandas de cafés especiales.

Con un año de experiencia comercial (2016) y organizacional se pudo consolidar también relaciones con las entidades financieras y no financieras con quienes se ha iniciado historial financiero básico para el financiamiento de futuros proyectos a través de la banca nacional e internacional

Al inicio para la empresa se tornó un poco difícil acceder a financiamientos, sin embargo, los dirigentes y socios de la asociación una vez más confiaron en el trabajo llevado a cabo y apoyaron con recursos económicos bajo la modalidad de préstamos,

Demostando con esto que el modelo asociativo, es el modelo adecuado y se convierte en alternativa viable para que el productor (agricultor) pueda lograr mejores oportunidades con mayores beneficios que le permitan alcanzar una mejor calidad en la vida de los colaboradores y para su familia, con mayores ingresos, generar ahorros, mantener su cultivo de café, y realizar inversiones de corto y mediano plazo.

La APROAGRO LIMCOF PERÚ inició la campaña 2016 con 388 socios Activos y para la campaña 2017 se incrementó a 550 socios Activos (42%), según su padrón de socios, los mismos que están distribuidos entre las provincias de Jaén y San Ignacio que comprenden 6 distritos.

Tabla 1*Distribución de Socios Activos*

LUGAR / CASERIO	ASOCIACION	2016			2017			2018		
		N° DE SOCIOS	MUJERES	VARONES	N° DE SOCIOS	MUJERES	VARONES	N° DE SOCIOS	MUJERES	VARONES
AGUA COLORADA	VALLE DEL CHORRO BLANCO	20	2	18	15	1	14	17	1	16
CORAZON DE JESUS	CORAZON DE JESUS	30	6	24	28	6	22	32	6	26
SANTA ROSA	AMIGOS DE JESUS	0	0	0	24	0	24	24	0	24
EL CONDOR	EL CONDOR	0	0	0	14	0	14	19	0	19
SAN RAMON	BRILLANTE SAN RAMON	0	0	0	18	1	17	23	2	21
SAN ANTONIO DE CHINGAMA	FLOR DEL VALLE	0	0	0	17	1	16	16	1	15
NUEVO MOYOBAMBA	SEÑOR CAUTIVO	0	0	0	20	2	18	19	2	17
BUENOS AIRES	GRANITO DE ORO DE BUENOS AIRES	0	0	0	11	0	11	11	0	11
CRUCE EL MOLINO	SAN JUAN BAUTISTA	46	3	43	48	2	46	55	3	52
EL PALTO DE CHINGAMA	FLOR DE CAFÉ	20	1	19	18	1	17	14	1	13
TRES DE MAYO	REY CAFÉ	16	10	6	16	9	7	6	0	6
PEDERNALES	LOS LIDERES	27	7	20	21	2	19	15	2	13
PROGRESO	NIÑO DIOS	10	2	8	12	3	9	0	0	0
LA PALMA	LA FLOR DE LA PALMA	24	0	24	23	0	23	29	2	27
ALTO PIRIAS	ALTO PIRIAS	15	5	10	2	0	2	3	0	3
EL CORAZON	CATUPAC	0	0	0	16	1	15	21	1	20
CHINCHIQUILLA	AROMA REY CAFÉ	20	4	16	14	4	10	13	4	9
HUARAPAL	ARBOL DE LA QUINA	12	2	10	13	1	12	14	1	13
DIAMANTE	GRANITO DE ORO	47	3	44	36	3	33	33	3	30
SELVA ANDINA	GRANITOS DEL PICORANA	14	2	12	11	2	9	11	2	9
ALTA MISA	AROMAS DE CAFÉ	0	0	0	17	0	17	18	0	18
RICARDO PALMA	LA ESPERANZA AL FUTURO DEL MAÑANA	26	10	16	28	11	17	31	11	20
IHUAMACA	PARAISO ECOLOGICO	61	6	55	44	6	38	48	6	42
MIRAFLORES	AROMAS DEL SANTUARIO	0	0	0	21	2	19	17	2	15
VISTA ALEGRE	PRODUCTORES DEL SANTUARIO	0	0	0	0	0	0	17	2	15
TOTAL		388	63	325	487	58	429	506	52	454

Fuente: Padrón de socio de APROAGRO LIMCOF PERÚ

Elaboración: Las Autoras

DIRIGENTES DE LA ASOCIACIÓN, Nuestra Asociación a nivel de dirigencia está compuesta por un Consejo directivo integrado por 4 directivos, un consejo de vigilancia integrado por 3 directivos, un comité de educación integrado por 2 directivos, y un comité electoral integrado por 2 directivos, todos ellos y de acuerdo con nuestros estatutos su mandato es por tres años.

Tabla 2*Lista de Directivos.*

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CONSEJO	CARGO
1	LAVAN GUERRERO RONY	43987732	DIRECTIVO	PRESIDENTE
2	CRUZ GARCIA GENARO	27740488	DIRECTIVO	VICEPRESIDENTE
3	ESPINOZA GARCIA DAMIAN	41517040	DIRECTIVO	SECRETARIO
4	GUEVARA MARTINEZ GONZALO	27712504	DIRECTIVO	TESORERO
5	HERRERA GONZALES JOSE LUIS	42683108	DIRECTIVO	FISCAL
6	MARTINEZ AGUILA HELIBRANDO	27995832	DIRECTIVO	I VOCAL
7	GUERRERO ARMIJOS RONALD	43727051	DIRECTIVO	II VOCAL

Fuente: Padrón de socio de APROAGRO LIMCOF PERÚ

Elaboración: Las Autoras

RECURSO HUMANO, Factor fundamental en el desarrollo de todas las actividades del día a día, en el que hacer de nuestra organización porque es el respaldo para la toma de decisiones y parte fundamental del trabajo continuo para lograr los objetivos y metas trazadas para cada inicio de campaña, pues éste recurso humano cuenta con experiencia, capacidades, compromiso y está preparado para afrontar retos y tiene adaptación a los cambios constantes en el corto y largo plazo para el beneficio de la organización.

Tabla 3

Cuadro de personal

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CARGO
1	LAVAN GUERRERO JOSÉ CHRISTIAN	45483878	ACOPIO SAN IGACIO
2	MARTINEZ AGUILA ADAN	80191987	ACOPIO JAEN
3	LAVAN SANTOS LESLY YAMILET	74371228	ADMINISTRACION
4	CORDOVA MEJIA FILADELFO	47822643	PRODUCCION Y CERTIFICACION
5	SILVA MEDINA DANNER ROSLIM	46778009	TESORERIA Y CAJA
6	EDDIE YASMANI ABARCA LÓPEZ	44580712	RESP. ACOPIOS Y PROCESOS

Fuente: Libro de Planillas de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ

Elaboración: Las Autoras

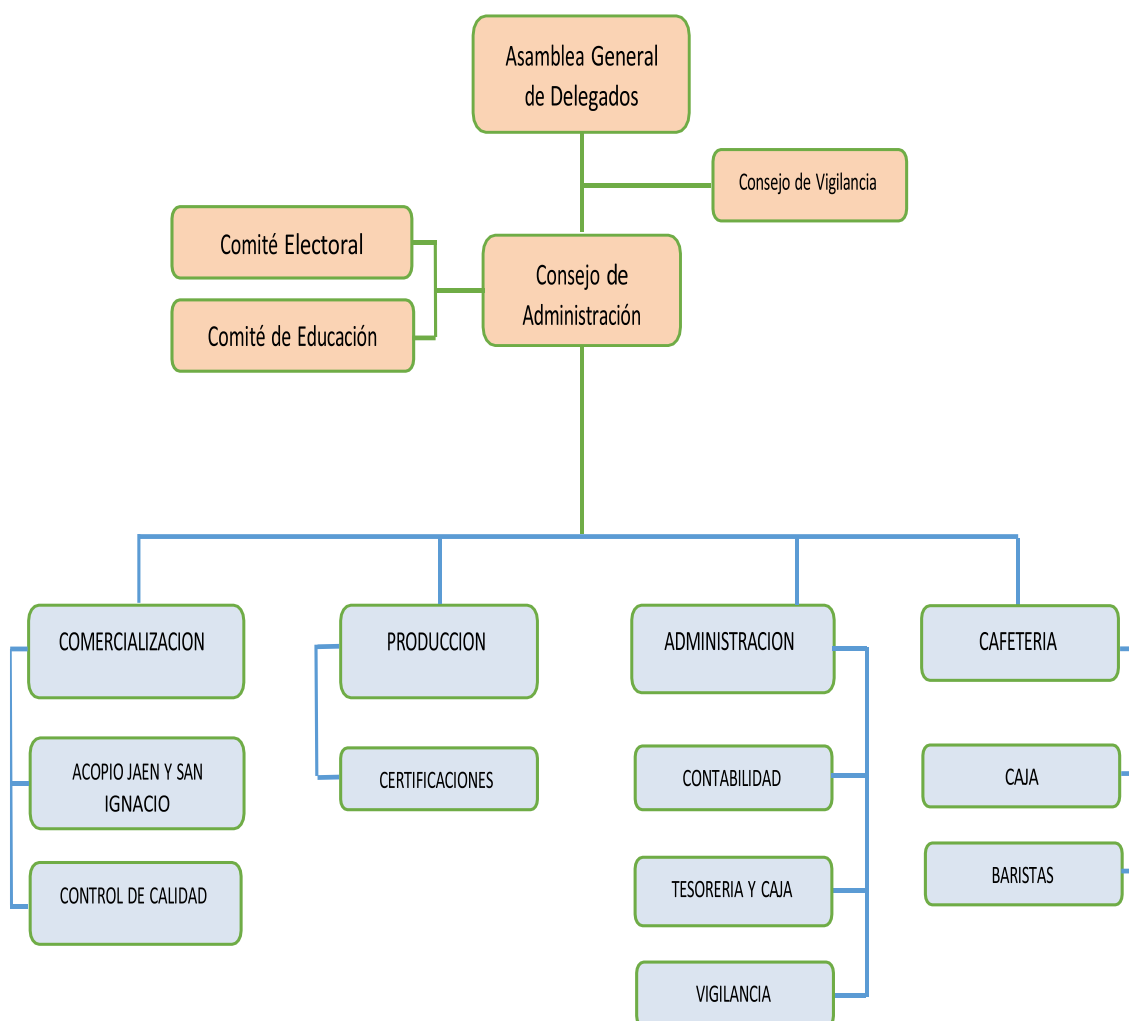
Estructura organizacional de la Asociación

La estructura organizacional de la Asociación del caso de estudio, nos ayudó a poder identificar las diferentes áreas con las que cuenta o debería contar para el buen desempeño y gestión respecto a la parte organizacional, como también poder identificar las diversas funciones y cada una de las responsabilidades que corresponden a cada área, es por ello que se elaboró el Manual de Organización y de Funciones – MOF como también sus respectivas políticas y los reglamentos.

La estructura de la parte organizativa se compone de 2 partes, en la 1ra está conformada por la parte del órgano de dirección y cada uno de los directivos y socios, de la 2da está compuesta por toda lo que corresponde a lo operativo y funcional dentro de la organización.

Figura 1

Organigrama de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ



Fuente: Elaboración de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ

PRODUCTIVO, Uno de los servicios que brinda la Asociación es la capacitación y asistencia técnica dirigida a los socios de la organización y cuyo objetivo es contribuir con el socio a mejorar la productividad y calidad de acuerdo con los estándares de las normas de certificación Orgánica y Comercio Justo.

Tabla 4**Resumen por base y hectárea de café en producción**

CUADRO N° 01 RESUMEN POR BASE Y HECTAREAS DE CAFÉ EN PRODUCCION, CRECIMIENTO Y COMPROMISO DE ACOPIO 2017							
DISTRITO	N°	LUGAR/CASERIO	ASOCIACION	N° DE SOCIOS	CAFÉ PROD	CAFÉ CREC	PRODUCCION
HUABAL	1	AGUA COLORADA	VALLE DEL CHORRO BLANCO	15.00	19.50	3.75	421.00
	2	CORAZON DE JESUS	CORAZON DE JESUS	28.00	47.75	16.00	878.00
	3	SANTA ROSA	AMIGOS DE JESUS	24.00	36.00	11.00	695.00
	4	EL CONDOR	EL CONDOR	14.00	30.50	2.00	800.00
	5	SAN RAMON	BRILLANTE SAN RAMON	18.00	33.50	5.50	742.00
	6	SAN ANTOÑO DE CHINGAMA	FLOR DEL VALLE	17.00	31.25	5.00	642.00
	7	NUEVO MOYOBAMBA	SEÑOR CAUTIVO	20.00	20.25	2.25	415.00
	8	BUENOS AIRES	GRANITO DE ORO DE BUENOS AIRES	11.00	18.00		290.00
TOTAL				147.00	236.75	45.50	4,883.00
BELLAVISTA	1	CRUCE MOLINO	SAN JUAN BAUTISTA	48.00	99.75	10.25	2,092.00
	2	EL PALTO DE CHINGAMA	FLOR DE CAFÉ	18.00	36.00	5.25	709.00
TOTAL				66.00	135.75	15.50	2,801.00
LA COIPA	1	TRES DE MAYO	REY CAFÉ	16.00	27.25	2.00	703.00
	2	PEDERNALES	LOS LIDERES	21.00	58.75	2.00	1,523.00
TOTAL				37.00	86.00	4.00	2,226.00
SAN JOSE DEL ALTO	1	PROGRESO	NIÑO DIOS	12.00	27.00	0.25	381.00
TOTAL				12.00	27.00	0.25	
CHIRINOS	1	LA PALMA	LA FLOR DE LA PALMA	23.00	57.50	3.75	1,388.00
	2	ALTO PIRIAS	ALTO PIRIAS	2.00	7.00	1.00	200.00
	3	EL CORAZON	CATUPAC	16.00	34.25	1.00	852.00
	4	CHINCHIQUILLA	AROMA REY CAFÉ	14.00	35.50	2.00	930.00
	5	HUARAPAL	ARBOL DE LA QUINA	13.00	25.00	4.75	575.00
TOTAL				68.00	159.25	12.50	3,945.00
SAN JOSE DE LOURDES	1	DIAMANTE	GRANITO DE ORO	36.00	121.50	10.50	2,568.00
	2	SELVA ANDINA	GRANITOS DEL PICORANA	11.00	24.50	1.00	642.00
	3	ALTA MISA	AROMAS DE CAFÉ	17.00	52.75	10.00	1,035.00
TOTAL				64.00	198.75	21.50	4,245.00
SAN IGNACIO	1	RICARDO PALMA	LA ESPERANZA AL FUTURO DEL MAÑANA	28.00	55.25	3.75	1,185.00
	2	IHUAMACA	PARAISO ECOLOGICO	44.00	76.25	8.00	1,477.00
	3	MIRAFLORES	AROMAS DEL SANTUARIO	21.00	45.00	14.75	999.00
TOTAL				93.00	176.50	26.50	3,661.00
TOTAL				487.00	1,020.00	125.75	21,761.00

Fuente: Estadística del área de producción de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ

Elaboración: Las Autoras

- 2. Iniciativa Emprendedora:** En este apartado se asocian respecto a la creación y posterior gestión de la empresa. Se ha realizado una evaluación a las decisiones que ha tenido la empresa en el año 2017 relacionados con la iniciativa emprendedora, debido a que esto es un proceso dinámico en el que los directivos han identificado oportunidades para innovar su producción.

CERTIFICACIONES, Con la finalidad de continuar brindando mejores servicios a los agricultores y obtener mejores precios en el mercado

nacional e internacional la Asociación inició con el proceso de la renovación de las certificaciones para el año 2017 para lo cual se cuenta con los servicios de personal idóneo y responsable de gestionar la revalidación de las certificaciones como Orgánico con Control Unión y Comercio Justo con FLOCERT, UTZ Certified, Café P.R.A.C.T.I.C.E.S, respectivamente.

Estos sellos (certificaciones) han permitido a la empresa comercializar su producto a nuevos y mejores mercados consiguiendo precio justo y competitivo para los socios por su café entregado en la Asociación.

GESTIÓN DE PROYECTOS, Una de las alternativas que actualmente se tiene para mejorar la calidad de vida de los socios es gestionar proyectos a nivel productivo, social y organizacional en las diversas ventanas buscando las oportunidades que existen actualmente tanto a nivel nacional como en el exterior, para lo cual es necesario contar con los servicios de profesionales con el perfil en la elaboración de ideas de negocios o proyectos, que ayuden a seleccionar líneas de base para poder identificar las necesidades y oportunidades en la asociación, para posteriormente plantear, elaborar y presentar los respectivos proyectos a ONG's Soluciones Prácticas en el Proyecto de Cocinas Ecológicas Mejoradas con un lote de 100 unidades (60 = cocinas de 3 hornillas y 40 = cocinas de 2 hornillas) con la contrapartida de 60% Limcof y 40% ONG, en búsqueda de mejorar la calidad de vida de nuestros asociados.

Así mismo, se presentó proyecto ante PNIA consiguiendo la aprobación de este: "***Investigación para preparación de abonos foliares sólidos en base a microorganismos eficientes de montaña***" el cual se inició a ejecutar en el año 2018.

- 3. Recursos:** Relacionado con los recursos que han permitido a la asociación poder alcanzar nuevas oportunidades, que les ha permitido acceder a diferentes mercados.

FINANCIAMIENTO, Se logró obtener financiamiento de directivos y socios de la Asociación por el importe de USD. 190,757 a una tasa de interés del 18% anual, financiamiento que a la fecha de la culminación del estudio se encuentra totalmente pagado.

Otra modalidad de financiarnos fue a través de los socios, quienes dejaban su café para ser liquidado cuando se haya realizado la venta; así como también; la asociación pudo obtener financiamiento del cliente Café Imports por \$ 40,000.00, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coopac Norandino por \$ 992,128 y Coop Norandino por \$ 1,190,000.

Tabla 5

Financiamiento externo y amortización de la deuda

FINANCIERA / PRESTAMISTA	Línea de Crédito Utilizada Año 2017	Amortizaciones y Saldo de Deuda				Tasa de Interes	OBSERVACION
		Intereses Facturados	Capital	Total Pagado	Saldo por Pagar		
COOPAC Norandino	\$992,128.00	\$27,862.14	\$992,128.00	\$1,019,990.14	\$0.00	15.00%	Hipoteca + Contratos en Garantía
COOP Norandino	\$1,190,000.00	\$21,987.00	\$1,190,000.00	\$1,211,987.00	\$0.00	15.00%	Con Contratos en Garantía
Café Imports	\$40,000.00	\$3,347.00	\$40,000.00	\$43,347.00	\$0.00	15.00%	Con Contratos en Garantía
Socios	\$190,757.00	\$11,465.00	\$190,757.00	\$202,222.00	\$0.00	18.00%	Contratos de Mutuo
TOTAL	\$2,412,885.00	\$64,661.14	\$2,412,885.00	\$2,477,546.14	\$0.00		

Fuente: Área de Contabilidad de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ

Elaboración: Las Autoras

GASTOS CAMPAÑA 2017, La operatividad de la campaña ha demandado realizar una serie de gastos a nivel Administrativo, Comercial, Producción y Financieros los mismos que han sido importantes para el nivel de desarrollo sobre las actividades diarias de la organización.

Tabla 6*Relación de gastos – campaña del café 2017*

Gastos Administrativos		295,600.00
Personal	103,680.00	
Honorarios	57,120.00	
Gastos Diversos - Compras	106,800.00	
Dietas - Directivos	28,000.00	
Gastos Comerciales		377,770.00
Gastos Diversos - Compras	258,770.00	
Alquileres	86,400.00	
Honorarios	32,600.00	
Gastos de Producción Certificaciones		92,400.00
Gastos Diversos - Compras	72,400.00	
Honorarios	20,000.00	
Gastos Financieros		235,273.00
Intereses Coopac Norandino	89,994.00	
Intereses Coop Norandino	71,018.00	
Intereses Café Imports	10,810.00	
Intereses Socios y Directivos	37,031.00	
Gastos Bancarios Cta. Cte (Varios)	26,420.00	

Fuente: Área de Contabilidad de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ
 Elaboración: Las Autoras

- 4. Motivación:** Relacionado con el esfuerzo, energía y conducta de los trabajadores de la asociación, en búsqueda de lograr los objetivos planteados, que para la empresa es cumplir con los estándares de medición establecidos en la comercialización de productos, calidad de productos, proceso, y otros factores.

COMERCIALIZACIÓN, El panorama comercial en la campaña 2017 ha sido muy complicado por diversos factores como falta de financiamiento suficiente y precios elevados; sin embargo, a pesar de todo ello la empresa logró comercializar 27,954.82 qq de café pergamino seco al mercado local y al mercado internacional.

Tabla 7*Acopio de café - campaña 2017*

N°	DISTRITO	PESO NETO	QQ 55.2 KG	R.EXP %	R.SEG. %	R.CASC %	P.P.U.	TOTAL S/
1	BELLAVISTA	165,812.42	3003.85	72.98	8.75	18.27	471.36	S/. 1,415,893.88
2	CHIRINOS	167,618.65	3036.57	74.14	7.8	18.06	444.11	S/. 1,348,570.99
3	HUABAL	325,017.12	5887.99	73.24	7.64	19.12	448.42	S/. 2,640,293.06
4	LA COIPA	169951.86	3078.84	73.1	8.7	18.2	437.47	S/. 1,346,899.28
5	SAN IGNACIO	363539.83	6585.87	72.52	9.66	17.82	432.62	S/. 2,849,177.56
6	SAN J. DE LOURDES	277733.72	5031.41	72.72	8.95	18.33	444.83	S/. 2,238,121.21
7	SAN J. DEL ALTO	16806.09	304.46	71.59	9.95	18.46	422.26	S/. 128,560.50
8	TERCEROS	56626.2	1025.84	71.13	10.1	18.77	431.31	S/. 442,453.74
TOTAL		1,543,105.89	27954.82				S/. 443.93	S/. 12,409,970.22

Fuente: Área de producción de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ

Elaboración: Las Autoras

VENTAS: Las ventas se realizaron al mercado local y también internacional logrando vender bajo 2 modalidades café pergamino seco y café verde oro, dichas ventas fueron realizadas bajo la modalidad de certificados (FT, Orgánicos y FTO) y convencionales como se plasma en el siguiente cuadro:

Tabla 8*Ventas de café - campaña 2017*

TIPO	CERTIFICACION	CANTIDAD	P.U.	TOTAL	PRIMA	NETO
PERGAMINO	CONVENCIONAL	282.48	570.65	161,195.15	-	161,195.15
	ORGANICO	918.70	444.44	408,307.03	-	408,307.03
	FTO	662.30	470.30	311,479.69	43,383.56	268,096.13
	FT+ PRACTIS	1,941.49	388.53	754,327.11	127,176.13	627,150.98
	TOTAL	3,804.97	418.90	1,635,308.98	170,559.69	1,464,749.29
ORO	CONVENCIONAL	3,786.30	620.88	2,350,837.94	-	2,350,837.94
	ORGANICO	3,000.00	389.31	1,167,924.80	-	1,167,924.80
	FTO	11,176.28	633.03	7,074,865.22	732,095.51	6,342,769.71
	UTZ	2,181.30	378.95	826,601.19	-	826,601.19
	SEGUNDAS	820.55	260.00	213,343.00	-	213,343.00
	TOTAL	20,964.43	559.48	11,633,572.14	732,095.51	10,901,476.63
				13,268,881.12	902,655.20	12,366,225.92

Fuente: Área de producción de la Asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ

Elaboración: Las Autoras

LOGROS OBTENIDOS, Con el Café seleccionado de los socios por calidad en taza, la directiva de la asociación ha logrado obtener contratos con diferenciales con +85 y +90 dólares sobre precio BY Bolsa

reflejándose en lo anterior mencionado el socio recibió precio que se encuentran por encima del promedio normal del mercado, lo cual ha permitido a la asociación APROAGRO LIMCOF PERÚ ser referentes en cafés especiales a nivel de las organizaciones de productores de café.

La asociación ha logrado en el año 2017 crecimiento de Acopio y Ventas en 245% en comparación a la campaña 2016. Por decisión de la directiva de la asociación la empresa participó en el concurso Taza de Excelencia 2017, logrando obtener el Sexto Lugar a través del socio Filadelfo Córdova Mejía. Vendiendo este café a un precio de US \$4,900 por QQ.

b) Entrevista sobre crecimiento empresarial en la Asociación Aproagro Limcof.

Tabla 9

Pregunta 1: ¿Se trabaja con planes orientados al crecimiento diseñados a la medida del negocio?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	Si, se trabaja
2	Asistente Administrativo	La Empresa funciona con POA (Plan Operativos Anuales)
3	Asistente Contable Jaén	Si, la empresa cuenta con objetivos y estrategias elaborados meticulosamente para lograr mejores resultados en cuanto a ventas y presencia en el mercado
4	Asistente Contable Jaén	Si, se cuenta con planes básicos como Plan Operativo Anual
5	Contador	Si, se trabaja con planes

Tabla 10

Pregunta 2: ¿Se han definido los lugares donde desarrollar actividades que le permitan crecer a la empresa? ¿indique qué lugares son?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	San Ignacio, Huabal, San José de Lourdes, La Coipa
2	Asistente Administrativo	En su misma zona de jurisdicción y sus alrededores (Jaén y San Ignacio)
3	Asistente Contable Jaén	Si, la empresa cuenta con 24 bases de acopio de café, distribuidos entre los Distritos de Jaén y la Provincia de San Ignacio
4	Asistente Contable Jaén	Si, Administración, gestión comercial y exportación, gestión de calidad
5	Contador	Si, se tienen definidos los lugares internos como externos

Tabla N 11

Pregunta 3: ¿La empresa cuenta con los recursos financieros y materiales considerados suficientes que le ayuden a crecer?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	En cuanto a materiales financieros aún hay deficiencias dado que la empresa es nueva en el mercado
2	Asistente Administrativo	En la actualidad es una gran debilidad el recurso financiero, pero en materiales existen lo básicos para su crecimiento
3	Asistente Contable Jaén	Si, la empresa cuenta con financiamiento externo, aporte de socios y sobre todo cuenta con talento humano, el suficiente para crecer y expandirse en mercados internacionales
4	Asistente Contable Jaén	Le falta financiamiento y logística implementada
5	Contador	Si, recursos financieros (planes financieros, préstamos a corto plazo nacionales y extranjeros al 10%). Recursos Materiales (infraestructura logística, los ambientes, laboral)

Tabla 12

Pregunta 4: ¿Cuándo se presenta una oportunidad de negocio se considera la iniciativa sin realizar la evaluación de los riesgos?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	Toda oportunidad de negocio es evaluada, para saber cuán rentable sería para la asociación
2	Asistente Administrativo	Cada oportunidad de negocio es evaluada con todos los riesgos necesarios y suficientes
3	Asistente Contable Jaén	No, la empresa antes de operar evalúa los riesgos potenciales, severidad del daño, probabilidad de que ocurra y de acuerdo a los resultados se toma la decisión de operar.
4	Asistente Contable Jaén	En la actualidad sí: Falta comunicación entre las áreas de gestión a nivel institucional
5	Contador	No, Siempre se toma en cuenta, antes de, se realizan análisis financieros, de riesgo y rentabilidad

Tabla 13

Pregunta 5: ¿En la empresa se desarrollan actividades con trabajo en equipo?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	Si existe un buen clima laboral, esto ayuda a desarrollar diferentes actividades en equipo
2	Asistente Administrativo	Existe un trabajo en equipo organizado para su buen funcionamiento
3	Asistente Contable Jaén	Si, puesto que para la empresa trabajar en equipo significa más ideas, aumento de eficiencia y de productividad y todo ello conlleva a tomar mejores decisiones y a la obtención de mejores resultados
4	Asistente Contable Jaén	Solo a nivel de áreas con los responsables internos
5	Contador	Si, se tiene definido el manual de funciones eso ayuda para apoyarnos unos a otros y poder ser un equipo

Tabla 14

*Pregunta 6: ¿A la fecha continúan realizando afiliaciones de nuevos socios?
¿Qué consideraciones se tienen en cuenta?*

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	Que produzca un café de calidad, que sus parcelas se encuentren en buen estado y en nuestras zonas establecidas y que no pertenezcan a otras empresas/asociaciones.
2	Asistente Administrativo	Para la inscripción de un nuevo socio es evaluado según el reglamento y políticas internas establecidas por junta directiva
3	Asistente Contable Jaén	Si, para la afiliación de nuevos socios se debe cumplir con una serie de requisitos como que no pertenezcan a otra asociación, que el café que ofrecen sea de calidad y cumpla con todos los estándares del mercado.
4	Asistente Contable Jaén	Si se realiza, considerando: compromiso único con la organización, información de la carga familiar, información de producción (área total, producción por Ha).
5	Contador	Si se continúa afiliando se tiene en consideración lo siguiente: que no pertenezcan a otras organizaciones, que conozcan del modelo asociativo, que obtengan café de calidad

Tabla 15

Pregunta 7: ¿Considera apropiada la forma como se realizan las actividades de crecimiento empresarial?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	Si, en corto tiempo la empresa se está posicionando de una manera muy atractiva en el mercado, esta hace que podamos tener clientes con buenos precios para nuestro café
2	Asistente Administrativo	Solo se necesita hacer una medición del impacto del crecimiento para tener algunas precauciones en una de las áreas de desarrollo

3	Asistente Contable Jaén	Si, por que cada objetivo y estrategia fue elaborado tomando en cuenta los riesgos y beneficios existentes
4	Asistente Contable Jaén	Se considera importante por la siguiente razón: Se considera como prioridad la calidad del producto, tipo de mercado, mejora de la calidad de vida del socio
5	Contador	Si se trabaja con aliados estratégicos, la tendencia del mercado hacia la asociación

Tabla 16

Pregunta 8: ¿Cree usted que los asociados de la empresa están satisfechos con la rentabilidad de los últimos años? ¿Por qué?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	Están muy contentos, la asociación es una de las pocas empresas que tiene los mejores precios, existe una buena atención a los socios, se sienten identificados con la empresa
2	Asistente Administrativo	Los asociados se sienten contentos porque la empresa ha logrado competir con mejores precios y que eso ayudaría en su rentabilidad
3	Asistente Contable Jaén	Si, porque en la empresa se les ofrece un precio de acorde al mercado, se cumple con los pagos dentro de la fecha pactada, se le da incentivos como reintegros por calidad
4	Asistente Contable Jaén	Se consideran satisfechos un 80% de los socios y el 20% insatisfechos por diferentes razones (calidad atención y precio del producto)
5	Contador	Si, lo demuestra a través de su compromiso y entrega de productos, de igual manera se tiene precios competitivos y se les brinda la información que ellos requieran

Tabla 17

Pregunta 9: ¿se sienten motivados en la empresa por el crecimiento mostrado en el mercado?

N°	Entrevistado	Respuesta
----	--------------	-----------

1	Administrador	Claro es un privilegio formar parte de la asociación que en pocos años ha logrado colocarse en los ojos de muchos países
2	Asistente Administrativo	Es una gran motivación de tener un mercado asegurado para toda nuestra producción
3	Asistente Contable Jaén	Si, la empresa a pesar de tener poco tiempo, se ha logrado posicionar en el mercado y viene compitiendo con empresas antiguas, demostrando siempre calidad y responsabilidad ambiental
4	Asistente Contable Jaén	Aun si
5	Contador	Totalmente motivas porque existe la oportunidad de crecer profesionalmente

Tabla 18

Pregunta 10: ¿Los activos con los que cuenta la empresa han generado rentabilidad según lo planificado?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	La empresa posee activos corrientes y si generan la rentabilidad esperada
2	Asistente Administrativo	Creo que una empresa en crecimiento no genera una gran utilidad, pero con el compromiso y trabajo en equipo, en el término de este año lograremos lo que todos esperamos
3	Asistente Contable Jaén	Si, los activos de la empresa han generado los beneficios esperados
4	Asistente Contable Jaén	En la actualidad si: generación de confianza con el cliente, confianza con la financiera internacional
5	Contador	Si básicamente los activos corrientes

Tabla 19

Pregunta 11: ¿Se llevan a cabo evaluaciones sobre las utilidades en referencia a las inversiones?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	Si, se está invirtiendo en posicionar la marca de nuestro café
2	Asistente Administrativo	Se realizan las evaluaciones necesarias con las personas indicadas para tener un buen punto de equilibrio
3	Asistente Contable Jaén	Si, la empresa evalúa las ganancias obtenidas respecto a las inversiones efectuadas
4	Asistente Contable Jaén	si
5	Contador	Por ahora no hay inversión, se está trabajando básicamente en fortalecer la base social, capacitaciones a los dirigentes, recurso humano técnico y productivo

Tabla 20:

Pregunta 12: ¿Existe un equilibrio entre el financiamiento y las inversiones? ¿Por qué?

N°	Entrevistado	Respuesta
1	Administrador	En lo que está invirtiendo (marca) si se está logrando tener el resultado obtenido, se está posicionando la marca y a un precio razonable
2	Asistente Administrativo	Creo que en este año en curso existe un buen equilibrio, porque se toma buenas decisiones dentro de la empresa
3	Asistente Contable Jaén	Si, puesto que los financiamientos adquiridos son para cubrir el acopio de café efectuado, el cual una vez procesado se exporta de tal manera que se obtiene un ingreso con el cual se cumple con el pago de financiamiento y el restante ingresa a las cuentas de la empresa
4	Asistente Contable Jaén	En la actualidad si: Porque se trabaja con un plan financiero o sistema que ayuda a buscar equilibrio o rentabilidad
5	Contador	Si, la inversión se viene realizando en las capacitaciones al personal y si se está obteniendo de resultado esperado

c) Análisis respecto a los Estados Financieros de la Asociación Aproagro Limcof,

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA COFFEE PERU
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA COMPARATIVO 2016-2017**

ACTIVO	2.016	%	2.017	%
ACTIVO CORRIENTE				
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	65,975.00	8.80%	6,871.00	0.27%
CUENTAS POR COBRAR COM TERCEROS	0.00	0.00%	1,873,469.00	72.89%
CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS - TERCERO	0.00	0.00%	91,160.00	3.55%
EXISTENCIAS	640,919.00	85.49%	353,641.00	13.76%
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	10,194	1.36%	212,493.00	8.27%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	717,088.00	95.65%	2,537,634.00	98.73%
ACTIVO NO CORRIENTE				
INMUEBLES, MAQ Y EQUIPO (Neto de Dep)	32,586.00	4.35%	32,586.00	1.27%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	32,586.00	4.35%	32,586.00	1.27%
TOTAL ACTIVO	749,674.00	100.00%	2,570,220.00	100.00%
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
TRIBUTOS, CONTRAP Y APORTES AL SISTEMA PEN	00.00	0.00%	18,140.00	0.71%
CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES - TERCEROS	149,805.00	19.98%	887,570.00	34.53%
CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS - TERCEROS	465,607.00	62.11%	927,569.00	36.09%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	615,412.00	82.09%	1,833,279.00	71.33%
PASIVO NO CORRIENTE				
DEUDAS A LARGO PLAZO	0.00	0.00%	0.00	0.00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0.00	0.00%	0.00	0.00%
TOTAL PASIVO	615,412.00	82.09%	1,833,279.00	71.33%
PATRIMONIO				
CAPITAL SOCIAL	0.00	0.00%	0.00	0.00%
PATRIMONIO INSTITUCIONAL	.00	0.00%	29,896.00	1.16%
RESULTADOS ACUMULADOS POSITIVO	0.00	0.00%	134,262.00	5.22%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	134,262.00	17.91%	572,783.00	22.29%
TOTAL PATRIMONIO	134,262.00	17.91%	736,941.00	28.67%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	749,674.00	100.00%	2,570,220.00	100.00%

Fuente: Estados Financieros APROAGRO LIMCOF
Elaborado por: Investigadora

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LIMA
COFFEE PERU**

ESTADO DE RESULTADOS 2016 -2017

Expresado en Soles

CONCEPTO	2016	%	2017	%
VENTAS NETAS	3,840,599.00	100.00%	13,284,130.00	100.00%
OTROS INGR OPERAC	0.00	0.00%	0.00	0.00%
TOTAL INGRESOS BRUTOS	3,840,599.00	100.00%	13,284,130.00	100.00%
COSTO DE VENTAS	-3,413,355.00	-88.88%	-12,362,518.00	-93.06%
(=) UTILIDAD BRUTA	427,244.00	11.12%	921,612.00	6.94%
(-) GASTOS DE ADMIN	-103,850.00	-2.70%	-260,879.00	-1.96%
(-) GASTOS DE VTAS	-155,775.40	-4.06%	-141,757.00	-1.07%
(+) OTROS INGR	0.00	0.00%	0.00	0.00%
(-) OTROS GAST	0.00	0.00%	0.00	0.00%
(=) UTILIDAD OPERATIVA	167,619.00	4.36%	518,976.00	3.91%
(+) INGRESOS DIVERSOS	0.00	0.00%	125,000.00	0.94%
(+) GANANCIA POR DIFERENCIA DE CAMBIO	0.00	0.00%	0.00	0.00%
(-) GASTOS FINANCIEROS	-33,357.00	-0.87%	-71,192.00	-0.54%
(-) PERDIDA POR DIFERENCIA DE CAMBIO	0.00	0.00%	0.00	0.00%
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	134,262.00	3.50%	572,784.00	4.31%
(-) PARTICIPACION DE TRAB	0.00	0.00%	0.00	0.00%
(-) IMPUESTO A LA RTA	-37,594.00	-0.98%	-168,971.00	-1.27%
(=) UTILIDAD (PERD) NETA DEL EJERCICIO	171,586.00	4.47%	403,813.00	3.04%

Fuente: Estados Financieros APROAGRO LIMCOF
Elaborado por: Investigadora

INDICADORES DE RENTABILIDAD

1. Índice de Endeudamiento:

FORMULA	2016	%	2017	%	VARIACION ANUAL (%)
Total de pasivos Total de Activos	$\frac{615,412.00}{749,674.00}$	82.10	$\frac{1,833,279.00}{2,570,220.00}$	71.30	-10.8

Fuente: Gitman & Zutter (2012)

Según los resultados que se pudo obtener, el índice de endeudamiento según corresponde a los años 2016 - 2017 fue 82.10% y 71.30% según corresponde a los años; mostrando una disminución sobre la rentabilidad que tiene que ver con la inversión de los socios de -10.80%, esto se debe a que se incrementó en el endeudamiento de la empresa con sus asociados por la entrega de sus productos (café) que representa S/. 1,199,727.00 de incremento del pasivo.

2. Índice de Solvencia:

FORMULA	2016	S/.	2017	S/.	VARIACION ANUAL (%)
Activo Corriente Pasivo corriente	$\frac{717,088.00}{615,412.00}$	1.17	$\frac{2,537,634.00}{1,833,279.00}$	1.38	0.21%

Fuente: Warren, Reeve, & Duchac (2010)

De conformidad con los resultados obtenidos de la solvencia, se puede entender que los activos de la empresa ayudan a poder obtener resultados en términos positivos que van a ayudar a la empresa a poder cumplir con cada uno de sus compromisos del corto plazo, ya que para ambos años el resultado es positivo, e incluso, está en aumento, pues el café en estos momentos ha recuperado su precio y se encuentra en buena posición en el mercado, donde el índice relacionada a la solvencia del 2016 fue de 1.17 y del 2017 fue de 1.38, existiendo un incremento en el indicador de 0.21, por

lo tanto se puede apreciar que después de cubrir la empresa sus deudas de corto plazo queda un excedente para cubrir sus otros endeudamientos.

3. Rentabilidad de la Inversión:

FORMULA	2016	%	2017	%	VARIACION ANUAL (%)
Utilidad Neta x Ventas Netas	<u>171,856</u> x <u>3,840,599</u>	23.00	<u>403,813</u> x <u>13,284,130</u>	16.00	-7.00
Ventas Netas Activo Total	3,840,599 749,674		13,284,130 2,570,220		

Fuente: Gitman & Zutter (2012)

De los resultados obtenidos respecto al indicador de rentabilidad sobre la inversión, se puede decir que la empresa ha logrado tener rendimientos sobre sus inversiones del activo total, el cual se muestra reflejado en el incremento de las ventas y también de la utilidad en cada ejercicio, determinando para el 2016 un indicador igual a 23.00%, el 2017 fue de 16.00%, por lo que se aprecia una disminución de 7.00% respecto al indicador que corresponde al rendimiento comparado.

4. Indicador de Rentabilidad de Ventas sobre Activos:

FORMULA	2016	S/.	2017	S/.	VARIACION ANUAL (%)
Ventas Netas	<u>3,840,599.00</u>	5.12	<u>13,284,130.00</u>	5.17	0.05
T. Activos (exc. Inversiones LP)	749,674.00		2,570,220.00		

Fuente: (Warren et al., 2010)

Conforme se tiene en los resultados que se pudo obtener del indicador de rentabilidad sobre los activos indicando la efectividad que ha tenido la empresa con el aprovechamiento de sus activos, donde el resultado es positivo para los dos años, de 5.12 para el 2016 y de 5.17 para el 2017, por ello al comparar con los resultados, la empresa muestra una disminución de 0.05, el que se considera no significativo, que puede ser revertido, donde se puedan determinar nuevas formas y mecanismos sobre la administración de los recursos.

5. Indicador de Rendimiento del Activo Total:

FORMULA	2016	%	2017	%	VARIACION ANUAL (%)
Util. N. + Gts Intereses	<u>205,213.00</u>	27.37	<u>475,005.00</u>	28.77	1.40%
Promedio del Activo Total	749,674.00		1,650,947.00		

Fuente: (Warren et al., 2010)

Respecto al indicador rendimiento del activo total sobre la utilidad, ayuda a poder realizar un análisis sobre el rendimiento de los activos donde no se considera el tipo de financiamiento. Para el caso de la empresa Aproagro Limcof se tuvo como resultado positivo para los dos años, siendo el resultado del año 2016 el incremento de 27.37% y para el año 2017 el incremento de 27.77% lográndose un pequeño incremento de 1.40%, mejorando la posición de la empresa.

6. Indicador de Rendimiento del capital Contable:

FORMULA	2016	%	2017	%	VARIACION ANUAL (%)
Utilidad Neta	<u>171,856.00</u>	128.00	<u>403,813.00</u>	92.70	-35.30
Promedio capital contable	134,262.00		435,601.50		

Fuente: (Warren et al., 2010)

La razón de rendimiento del capital ayuda a conocer el nivel de rendimiento que ha generado para los accionistas o socios, con el fin de aumentar las inversiones que se hicieron durante el periodo, en el caso de la empresa Aproagro Limcof ha sido positivo en los dos años, siendo para el 2016 el rendimiento 128.00% y el 2017 de 92.70% mientras al realizar la comparación de los resultados se tiene una variación de tipo negativo igual a -35.30% donde el nivel de disminución está relacionada con cada una de las disminuciones del mercado.

7. Indicador de Rendimiento de Patrimonio:

FORMULA	2016	%	2017	%	VARIACION ANUAL (%)
Utilidad Neta	<u>171,856.00</u>	128.00	<u>403,813.00</u>	-54.79	73.21
Patrimonio	134,262.00		736,941.00		

Fuente: (Warren et al., 2010)

El indicador que corresponde al Rendimiento del patrimonio, en el caso de estudio, la empresa Aproagro Limcof ha sido identificado, como se muestra en el 2016 de 128.00% y para del 2017 fue de 54.79% de utilidad sobre el patrimonio para cada año que corresponde; por lo que se muestra una variación negativa igual a 73.21% de los resultados, por efecto de estar la empresa recién iniciando sus operaciones, pues es el segundo año que la empresa viene operando y se encuentra en un proceso de constante crecimiento.

8. Indicador del Margen Neto de Utilidad:

FORMULA	2016	%	2017	%	VARIACION ANUAL (%)
Utilidad Neta	<u>171,856.00</u>	4.47	<u>403,813.00</u>	3.04	-1.43
VentasNetas	3,840,599.00		13,284,130.00		

Fuente: (Warren et al., 2010)

De los resultados obtenidos, se tiene que el indicador Margen neto de utilidad, se puede indicar ha disminuido el rendimiento que ha obtenido la empresa sobre las ventas, siendo la disminución de -1.43 entre ambos años, lográndose como resultado para el 2016 el indicador igual a 4.47% y para el 2017 el indicador fue igual a 3.04%, por lo que se tiene que tomar acciones que ayuden a poder mejorar los indicadores sobre el nivel de ventas, considerando estrategias que contribuyan a poder tener un nivel mayor sobre las ventas.

4.2. Discusión

Del diagnóstico realizado en la asociación APROAGRO LIMCOF, se ha verificado que el comportamiento que tienen los factores de crecimiento de la empresa sobre la operatividad, las entrevistas que se realizaron a los principales trabajadores de la empresa, se ha podido determinar que se los factores de crecimiento empresarial han sido manejados de manera apropiada en la empresa, permitiéndoles crecer de la manera esperada en todos sus indicadores establecidos en la empresa. Respecto al entorno empresarial en la empresa se ha sabido manejar la asignación de las labores que les corresponde a cada actor interviniente en las operaciones, tales como los asociados, dirigentes, equipo técnico administrativo, aliados estratégicos (operadores logísticos) y clientes, lo que ha permitido a la empresa incrementar el acopio de café en 185% aprox., café que se logró vender dentro del mercado nacional (73%) y al mercado internacional (23%), orientando la producción principalmente a los mercados de Estados Unidos, Europa y Japón, consolidando relaciones comerciales con sus clientes, principalmente con Café Imports, Cafema International y Falcón Specialty, quienes consumen producto de calidad; llevando a tomar decisiones a los socios fundadores de la empresa a incrementar el número de asociados, llegando a ser al final el año 2017 550 socios.

Respecto al recurso humano, en la asociación se ha trabajado con personal con experiencia y formación realizada en otras asociaciones, que han aportado al desarrollo normal del negocio, permitiendo apertura de nuevos mercados, que han sido fundamentales para incrementar sus ventas de productos de calidad.

De la iniciativa emprendedora por decisión de los directivos y del personal administrativo se logró concretar en el año 2017 obtener el proceso de certificación de café orgánico, que permitió a la empresa comercializar su producto a nuevos y mejores mercados consiguiendo precio justo y competitivo para los socios por su café entregado en la Asociación. A la vez se tomó la iniciativa de los directivos de participar en proyectos de Cocinas Ecológicas Mejoradas captando un lote de 100 unidades (60 = cocinas de 3 hornillas y 40 = cocinas de 2 hornillas) con contrapartida de 60% Limcof y 40% ONG, en búsqueda de mejorar la calidad de vida de nuestros

asociados; así como también, se participó en un proyecto con el PNIA consiguiendo la aprobación de este: “Investigación para preparación de abonos foliares sólidos en base a microorganismos eficientes de montaña” el cual se inició a ejecutar en el año 2018.

Respecto a los recursos se logró realizar la captación de recursos vía financiamiento directo de parte de los socios y de los directivos de la Asociación por el importe de USD. 190,757 a una tasa de interés del 18% anual, financiamiento que a la fecha se encuentra totalmente pagado. Financiamiento a través de la producción de sus socios quienes dejaban su café para ser liquidado cuando se haya realizado la venta; así como también; la asociación pudo obtener financiamiento del cliente Café Imports por \$ 40,000.00, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coopac Norandino por \$ 992,128 y Coop Norandino por \$ 1,190,000.

Con relación a la dimensión motivación, claramente desde la directiva en todo momento se busco tener a los trabajadores y a los socios motivados logrando incrementar sus ventas comercializando 27,954.82 qq de café pergamino seco al mercado local y al mercado internacional, monto mayor al logrado en el año 2016 en 245%; vendiéndose bajo 2 modalidades café pergamino seco y café verde oro, bajo la modalidad de certificados (FT, Orgánicos y FTO) y convencionales, como se puede apreciar en la Tabla N° 08. A la vez por decisión de la directiva se participó en el concurso Taza de Excelencia 2017, logrando obtener el Sexto Lugar a través del socio Filadelfo Córdova Mejía. Vendiendo este café a un precio de US\$ 4,900 por QQ.

Respecto al Objetivo específico N° 02, que indica: Evaluar la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, mediante los principales indicadores financieros; podemos indicar que la empresa está en un proceso de estabilidad empresarial, pues solo cuenta con 02 años en mercado, mostrando incluso indicadores positivos, según los resultados del indicador de endeudamiento donde se determinó 82.10% para el año 2016 y el avance de 71.30% para el año 2017. El indicador de solvencia de la asociación también es positivo para ambos años, logrando 1.17 para el año 2016 y 1.38 para el año 2017. El indicador de rentabilidad de la inversión, alcanzó en el año 2016 el ratio de 23.00% y para el año 2017 fue de 16.00%. El indicador referente a la rentabilidad de ventas sobre los activos fue de 5.12 soles para

el año 2016 y el monto de 5.17 soles para el año 2017, logrando en este caso un pequeño incremento de 0.05 soles. Sobre el indicador de rendimiento del activo total, para el año 201 se obtuvo 27.37% y para el año 2017 se logró 28.77%, incrementándose en 1.40%. Respecto al indicador de rendimiento del patrimonio y del capital contable, este es variado si analizamos los resultados del 2016 y del año 2017 debido a que es una empresa que no vienen con operaciones realizadas desde años anteriores, sino que, todo lo contrario, es una empresa joven con 02 años de operatividad y que ha sabido lograr posicionarse en el mercado, obteniendo incluso reconocimiento y financiamiento de sus propios asociados para lograr alcanzar los objetivos trabajados. Respecto al margen neto de utilidad, para ambos años es positivo, alcanzando en el 2016 la participación de la utilidad sobre las ventas de 4.47% y en el año 2017 se logró 3.04%.

Con relación al tercer objetivo específico: Analizar la incidencia de los factores relacionados al crecimiento empresarial sobre la rentabilidad de la Asociación Aproagro Limcof, 2018. Podemos indicar que la buena gestión realizada por los directivos, trabajadores y socios de la empresa ha permitido que se tengas indicadores positivos, pues de acuerdo al diagnóstico realizado anteriormente se ha podido comprobar que la empresa está siendo administrada aprovechando cada uno de los recursos que se le presentan de tal forma que se ve reflejado este resultado con los indicadores positivos de rentabilidad se pudo obtener en el 2016 y 2017, siendo el camino correcto el elegido por sus directivos y asociados para lograr continuar con los proyectos establecidos que finalmente benefician no solo a los directivos, trabajadores y asociados sino que también se beneficia todo su entorno empresarial, empezando por las familias de cada uno de ellos y sus clientes con producto de calidad y certificado.

Del objetivo general planteado; podemos afirmar que los factores de crecimiento empresarial (entorno empresarial, iniciativa emprendedora, recursos asignados y motivación para hacer bien las acciones) influye de manera positiva con la rentabilidad de la asociación, pues dependiendo de cómo se administren y direccionen estos factores la empresa va a obtener rentabilidad positiva o rentabilidad negativa, siendo para el caso en investigación el resultado alcanzado, la rentabilidad positiva, permitiendo con

esto al socio mayor participación en la venta de sus productos. Del análisis anterior, también se puede afirmar que lo establecido en la hipótesis descriptiva se cumple, pues del diagnóstico realizado se ha podido determinar los factores de crecimiento empresarial si influyen significativamente en la rentabilidad de la asociación, teniendo los responsables y participantes de la gestión de la empresa tomar las mejores decisiones que ayuden a lograr el crecimiento empresarial deseado.

Respecto a los antecedentes de la investigación la investigación se relaciona con lo establecido por Gómez (2013), donde afirma que la mayoría de las microempresas tienen la percepción que su empresa ha crecido en el tiempo de forma natural y normal, por lo que se identifica que las empresas de Quetzaltenango tienen una importante sensación de superación; así como también, se relaciona con lo manifestado por Córdova & Díaz (2017), quien menciona en su investigación que el esfuerzo que tienen los productores orientados a poder tener mejoras importantes sobre su producción y la calidad, también sobre la fijación de contratos por parte de los directivos, a medida que tienen stocks, donde se presentan para poder participar en ferias, como también orientándose a la certificación para poder tener mejor calidad, mejorando el rendimiento y el puntaje en taza, donde se envió muestras y donde tuvieron participación en ferias, les ayudado a poder incrementar sus niveles de ventas de café orgánico, por lo que su exportación aumentó considerablemente, aumentando la cantidad de clientes y con resultados de tener una mayor participación dentro del mercado.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

1. Que los factores de crecimiento empresarial influyen significativamente en la rentabilidad de la empresa, permitiéndole lograr un crecimiento apropiado en todas sus líneas de gestión, en la asociación Aproagro Limcof se llegó de establecer este crecimiento después de realizar un diagnóstico a la gestión administrativa y al análisis a la información contenida en los estados financieros mediante la aplicación de ratios.
2. Los factores empresariales en la empresa se han desarrollado apropiadamente, permitiéndole crecer a la empresa en el mercado competitivo, pues a pesar de ser una empresa con 02 años de operaciones en el mercado ha logrado sobresalir en las 04 dimensiones de los factores empresariales, alcanzando un manejo apropiado del entorno empresarial, iniciativa emprendedora apropiada, asignación de recursos y administración de los mismos y motivación para continuar mejorando cada día mas en mejora de la calidad de vida de sus socios.
3. Se lograron resultados positivos en la aplicación de ratios a la información contenida en los estados financieros, siendo el indicador de endeudamiento 82.10% para el año 2016 y 71.30% para el año 2017. El indicador de solvencia 1.17 para el año 2016 y 1.38 para el año 2017. El indicado de rentabilidad de la inversión, alcanzo 23.00% en el año 2016 y para el año 2017 fue de 16.00%. El indicador de rentabilidad de ventas sobre los activos fue de 5.12 soles para el año 2016 y el monto de 5.17 soles para el año 2017, el indicador de rendimiento del activo total, para el año 2016 se obtuvo 27.37% y para el año 2017 se logró 28.77%, incrementándose en 1.40%, y el margen neto de utilidad, en el 2016 fue de 4.47% y en el año 2017 se logró 3.04%.
4. Que los factores de crecimiento empresarial permiten a las empresas mejor sus indicadores si son administrados de manera apropiada, pues ellos son los principales agentes de desarrollo en los negocios que permiten incrementar todos los indicadores, especialmente aquellos relacionados con la parte financiera y económica en la empresa.

5.2 Recomendaciones

- 1.** A los directivos de la empresa y los trabajadores fortalecer el empleo apropiado de los factores de crecimiento empresarial mediante la toma de decisiones apropiadas, pues esto va a permitir que la empresa continúe desarrollándose en el mercado nacional e internacional en beneficio de sus asociados.
- 2.** A los directivos de la empresa administrar apropiadamente los recursos que posee la empresa, pues estos son influyentes para el crecimiento empresarial, el cual permitirá obtener mejores resultados en beneficio de todos los actores que participan en el desarrollo del negocio.
- 3.** A los trabajadores de la empresa, revisar minuciosamente la información contenida en los estados financieros con la finalidad de determinar si el resultado obtenido en los indicadores es realmente el que corresponde, pues de no ser lo que corresponde, la información presentada estaría con errores, llevando incluso a tomar decisiones equivocadas que podrían afectar la continuidad del negocio.
- 4.** A los empresarios en general, permitir el establecimiento de estrategias relacionadas con los factores de crecimiento empresarial en sus empresas, pues estos administrados de manera apropiada van a permitir crecimiento y desarrollo, que en el tiempo beneficia no solo al empresario sino también a los trabajadores y demás actores comerciales.

Referencias Bibliográficas

- Aguilera, A., & Virgen, V. (2014). Principales indicadores de crecimiento empresarial en las pequeñas y medianas Empresas. Caso Santiago de Cali - Colombia. *Revista Internacional Administración & Finanzas, SIETE(SEIS)*, 27- 43.
- Albujar, M., & Huaman, S. (2014). *Estrategias de control de inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa agro macathon s.a.c.* Tesis de Pregrado, Universidad Autónoma del Perú, facultad de Ciencia de Gestión, Lima.
- Ascue, A. (2015). *Factores de éxito de las Microempresas del Sector Comercio en el Distrito de Andahuaylas – Apurímac, 2015.* Tesis de Pregrado, Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad de Ciencias de la Empresa, Andahuaylas- Perú.
- Cahuana, R., & Samanez, K. (2015). *La Ecoeficiencia y su Incidencia en la Rentabilidad de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Distrito de Ayacucho, Período 2012-2014.* Tesis Posgrado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Lima- Perú.
- Canaza, D. (2014). *Las redes empresariales y el crecimiento de las microempresas del Mercado central de San Pedro del Cusco - 2014.* Tesis de Pregrado, Universidad Alas Peruanas, Escuela de Administración y Negocios Internacionales, Cusco.
- Ccaccya, D. (Diciembre de 2015). Análisis de rentabilidad de una empresa. *Actualidad Empresarial N.º 341*, 1-2.
- Córdova, E., & Díaz, G. (2017). *El marketing mix y su relación con la rentabilidad: Caso Cooperativa Agraria Cafetalera la Prosperidad de Chirinos. Ltda. Cajamarca – Perú.* Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Lambayeque - Perú.
- Cubas, K., & Davila, G. (2016). *Incidencia del Riesgo Crediticio en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura S.A.C., Sucursal Chiclayo – 2015.* Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Escuela Profesional de Contabilidad, Pimentel- Perú.
- Davila, D. (2014). *propuesta de un sistema de inventarios para mejorar la rentabilidad de la empresa d'pulpa cafe - 2014.* lambayeque, pimentel-peru. Recuperado el 5 de noviembre de 2017
- Diaz, M. (2012). *Analisis Contable con un Enfoque Empresarial.* EUMED.

- Díaz, S. (2015). *Estudio de Factibilidad para Evaluar la Rentabilidad del Proyecto de Apertura de una Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pio X LTDA. En La Ciudad de San Marcos – Cajamarca, 2015*. Tesis de Pregrado , Universidad Nacional de Cajamarca , Facultad de Ciencias Economicas, Contables y Administrativas , Cajamarca - Perú.
- García, A. (27 de Setiembre de 2017). *Economía Neoclásica*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com>: <https://www.abcfinanzas.com/principios-de-economia/economia-o-teoria-neoclasica>
- García, J., & Mendieta, E. (2013). *"implementacion de control de inventario para mejorar la rentabilidad financiera en el almacen pinturas mendieta, periodo 2013"*. guayaquil-ecuador. Recuperado el 25 de setiembre de 2017, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1834/Implementaci%C3%B3n%20de%20control%20de%20inventario%20para%20Omejorar%20la%20rentabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gestión. (26 de Setiembre de 2016). INEI: Estos son los cuatro problemas que limitan el crecimiento de las empresas. <https://gestion.pe>. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitan-crecimiento-empresas-147918>
- Gómez, J. (2013). *Factores que Inciden en el Crecimiento de las Microempresas de la Ciudad De Quetzaltenango*. Tesis Pregrado, Universidad Rafael Landívar , Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales , Quetzaltenango- Guatemala. Recuperado el 03 de 20 de 2017, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10753/2/TESIS.doc>
- Gutierrez, F. (2015). *Factores que Influyen en la Rentabilidad de las Microempresas de Confección Textil: Puno - 2014*. Tesis Pregrado, Universidad Nacional del Altiplano , Facultad de Ingeniería Económica , Puno- Perú.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta edición). Mexico, Mexico D.F., Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de Investigación* (Primera ed.). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Huaytalla, F., & Pariona, J. (2014). *Gestión Empresarial y Crecimiento de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en la Ciudad de Ayacucho*. Tesis de Pregrado , Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga , Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables , Ayacucho- Perú.

- Montenegro, R. (2017). *Relación entre el financiamiento empresarial y la rentabilidad en las empresas del sector industrial que cotizan en la bolsa de valores de Lima, periodo 2010 – 2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Peruana Unión , Facultad de Ciencias Empresariales, Lima - Perú.
- Montero, A. (2015). *Formulas de Crecimiento en el Cooperativismo Agroalimentario Español*. Tesis de Posgrado , Universidad Politecnica de Madrid, Escuela Tecnica Superior de Ingenieros Agronomos, Madrid-España.
- Moyolema, M. (2011). *La Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan de la Ciudad de Ambato, Año 2010*. Tesis de Pregrado , Universidad Técnica de Ambato , Facultad de Contabilidad y Auditoria, Ambato - Ecuador.
- Nieto, M. (2017). *Factores de Crecimiento y Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercial del Parque Industrial de Villa El Salvador – Lima, 2016*. Tesis de Pregrado, Universidad Inca Garcilazo De La Vega, Facultad de Ciencias Contables y Finanzas Corporativas, Lima - Perú.
- Panta, K., & Perez, C. (2016). *Análisis de la Aplicación de las Normas Tributarias del Impuesto a la Renta de Primera Categoría por Arrendamiento de Bienes Inmuebles para Contribuir en el Desempeño de la Función Recaudadora de la Administración Tributaria*. Tesis de Pregrado , Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Contabilidad, Chiclayo.
- Peralta, G. (2016). *Factores económicos que inciden en el Crecimiento y desarrollo de las financieras (FAMA, FUNDESER Y FINCA NICARAGUA), Juigalpa, Chontales, II Semestre, 2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua- Managua , Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo , Jinotepe - Carazo.
- Quiñones, K. (30 de Octubre de 2015). *Relación entre Rentabilidad y Estrategias de Crecimiento Organico e Inorganico* . Tesis de Posgrado , Universidad del Bío Bío , Facultad de Ciencias Empresariales, Chillan - Chile. Obtenido de <http://www.portafolio.co>.
- Salazar, A., & Bajaña, G. (Abril de 2017). Apalancamiento Financiero y su incidencia en la Distribucion de las utilidades de la Empresa Ecuador OVERSEAS AGENCIES C. A. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 18.
- Santos, C. (2016). *Propuesta de un Plan Estrategico para mejorar la Rentabilidad de la Empresa de Transportes Ave Fenix S.A.C*. Tesis de Post Grado , Universidad Nacional de Trujillo, Unidad de Post Grado en Ciencias economicas , Trujillo- Peru.

Seclen, J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmecánica de Lima: un estudio de casos múltiple. *Ekonomiaz* N° 90, 225 -241.

Terán, M. (2015). *Crecimiento Empresarial mediante el mejoramiento del Control de Actividades Operativas en el Sector Informal de Guayaquil*. Tesis de Pregrado , Universidad de Guayaquil , Facultad de Ciencias Económicas, Guayaquil - Ecuador.

Anexo 2: Entrevista

FACTORES DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Entrevista para aplicar en la Asociación Aproagro LIMCOF, 2018.

Nombre del entrevistado:.....

Cargo:.....

Fecha:...../...../.....

Ciudad:.....

Espacio:

- 1.- ¿En la empresa se trabaja con planes de crecimiento diseñados a la medida del negocio?
- 2.- ¿Se han definido los lugares donde desarrollar actividades que le permitan crecer a la empresa? ¿Indique que lugares son?
- 3.- ¿Cree usted que la empresa posee los recursos financieros y materiales suficientes que le permiten crecer?
- 4.- ¿En la empresa cuando se presenta una oportunidad de negocio se toma la iniciativa de operar sin evaluar riesgos?
- 5.- ¿En la empresa se desarrollan las actividades con trabajo en equipo?
- 6.- ¿A la fecha continúan realizando afiliaciones de nuevos socios? ¿Qué consideraciones se tienen en cuenta?
- 7.- ¿Cree usted que es apropiada la forma como se desarrollan las actividades de crecimiento empresarial en la empresa?
- 8.- ¿Cree usted que los asociados de la empresa están satisfechos con la rentabilidad de los últimos años? ¿Por qué?
- 9.- ¿Se sienten motivados en la empresa por el crecimiento mostrado en el mercado?
- 10.- ¿Los activos que posee la empresa han generado la rentabilidad esperada por todos?
- 11.- ¿Se evalúan las utilidades obtenidas con respecto a las inversiones realizadas?
- 12.- ¿Cree usted que en la empresa existe un equilibrio razonable entre los financiamientos adquiridos y las inversiones efectuadas? ¿Por qué?

Anexo N° 3: Análisis de documentos

INDICADORES DE RENTABILIDAD

En el siguiente grupo de indicadores referentes a la Rentabilidad se muestran varios indicadores, los cuales analizaremos uno a uno.

9. Indicador de Rentabilidad de Ventas sobre Activos: determinado de acuerdo a la siguiente fórmula:

FORMULA
$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{T. Activos (exc. Inversiones LP)}}$

Fuente: (Warren, Reeve, & Duchac, 2010)

En el indicador de ventas netas sobre activos indica el grado de efectividad con el que una empresa utiliza sus activos.

10. Indicador de Rendimiento del Capital Social: determinado de acuerdo a la siguiente fórmula:

FORMULA
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}}$

Fuente: (Warren, Reeve, & Duchac, 2010)

El indicador Tasa de rendimiento de capital social mide el rendimiento que ha tenido la utilidad neta de la empresa respecto al capital social.

11. Indicador de Rendimiento del Activo Total: determinado de acuerdo a la siguiente fórmula:

FORMULA
$\frac{\text{Util. N. + Gts Intereses Promedio del Activo Total}}{\text{Activo Total}}$

Fuente: (Warren, Reeve, & Duchac, 2010)

En el siguiente indicador tasa de rendimiento del activo total, mide la rentabilidad del total de los activos sin considerar el tipo de financiamiento de los mismos.

12. Indicador de Rendimiento del capital Contable: determinado de acuerdo a la siguiente fórmula:

FORMULA
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Promedio capital contable}}$

Fuente: (Warren, Reeve, & Duchac, 2010)

En el indicador tasa de rendimiento del capital contable podemos apreciar el rendimiento que ha tenido la inversión de los accionistas en todo el periodo para determinar el resultado final que es la utilidad neta.

13. Indicador de Rendimiento de Patrimonio: determinado de acuerdo a la siguiente fórmula:

FORMULA
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$

Fuente: (Warren, Reeve, & Duchac, 2010)

14. Indicador del Margen Neto de Utilidad: determinado de acuerdo a la siguiente fórmula:

FORMULA
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{VentasNetas}}$

Fuente: (Warren, Reeve, & Duchac, 2010)