

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
ESCUELA DE POST GRADO**



PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS

MENCIÓN:

CIENCIAS ECONOMICAS

TESIS:

Potencialidades y Limitantes del Desarrollo de la Agroexportación
en la Región Cajamarca: 2010-2015

Para Optar el Grado Académico de:

DOCTOR EN CIENCIAS

Presentado por:

Doctorando: MARY JHANINA LLAMO BURGA

Asesor: DR. JESUS CORONEL SALIROSAS

Cajamarca – Perú

DEDICATORIA

A:

Dios por haberme permitido llegar a este objetivo, y por darme mi familia, mis alegrías y por lo fuerte que me hace cada día, ni las cosas visibles o invisibles podrán vencerme, porque confió en El, voy adelante siempre con victoria y valor.

AGRADECIMIENTO

A:

Dios, tu amor y bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda, y agradezco a mi familia fuente de apoyo constante e incondicional en toda mi vida y más aún en mis duros años de formación profesional y en especial quiero expresar mi más grande agradecimiento a mis padres, hermanos, hermanas y sobrinos.

INDICE GENERAL

<i>DEDICATORIA</i>	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iii</i>
<i>LISTA DE TABLAS, FIGURAS Y CUADROS</i>	<i>ivi</i>
<i>GLOSARIO DE TERMINOS</i>	<i>x</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>xi</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xii</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>xiii</i>
<i>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN</i>	<i>16</i>
1.1. Planteamiento del problema	16
1.1.1. Contextualización	16
1.1.2. Descripción del problema	21
1.1.3. Formulación del problema	31
1.2. Justificación	31
1.2.1. Justificación científica	31
1.2.2. Justificación técnica-práctica	32
1.2.3. Justificación institucional y personal	33
1.3. Delimitación de la investigación	34
1.4. Limitaciones	34
1.5. Objetivos de la investigación	34
1.5.1. Objetivo general	34
1.5.2. Objetivos específicos	34
<i>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</i>	<i>36</i>
2.1. Antecedentes de la investigación	36
2.2. Marco Epistemológico de la investigación	43
2.3. Bases Teóricas	46
2.4. Marco Conceptual	59
2.5. Definición de términos básicos	62
<i>CAPITULO III: PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS Y VARIABLE</i>	<i>63</i>
3.1. Hipótesis	63
3.2. Variables	63
3.3. Operacionalización	65
<i>CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO</i>	<i>66</i>

4.1. Ubicación Geográfica	66
4.2. Diseño de la Investigación	67
4.3. Métodos de investigación	67
4.4. Tipos de investigación.....	68
4.5. Población, muestra y unidad de análisis	69
4.5.1. Población.....	69
4.5.2. Muestra.....	70
4.5.3. Unidades de análisis.....	71
4.6. Técnicas e instrumentos de recopilación de información	71
4.7. Matriz de Consistencia Metodológica	72
<i>CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</i>	<i>73</i>
5.1. Presentación de los resultados	74
5.2. Análisis, interpretación y discusión de los resultados.	137
<i>CAPITULO VI: PROPUESTA</i>	<i>142</i>
<i>CONCLUSIONES.....</i>	<i>152</i>
<i>RECOMENDACIONES</i>	<i>155</i>
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</i>	<i>156</i>
<i>ANEXO</i>	<i>162</i>

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Productores de café encuestados, 2016.....	70
Tabla 2: Productores de tara encuestados, 2016.....	71
Tabla 3: Principales productores de café en el mundo en año 2015.....	76
Tabla 4: Producción mundial de café.....	77
Tabla 5: Producción de café por países en el año 2015 (en miles de Kg).....	78
Tabla 6: Principales importadores de café a nivel mundial durante el año 2015.....	79
Tabla 7: Unidades productivas en hectáreas del café por cada provincia en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016.....	99
Tabla 8: Provincias de producción de café en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016.....	103
Tabla 9: Reporte de exportaciones por sub-partida nacional/país destino 2015.....	110
Tabla 10: La producción de tara por provincias en toneladas en la región Cajamarca....	119
Tabla 11: Producción promedio de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	120
Tabla 12: Costos de producción en una hectárea de tara.....	120
Tabla 13: Precio de venta de la tara.....	120
Tabla 14: Utilidad que se obtiene en la tara.....	121
Tabla 15: Composición de semillas de tara.....	122
Tabla 16: Unidades productivas por cada provincia.....	123
Tabla 17: Empresas exportadoras de Tara en el Perú, 2015.....	128
Tabla 18: Principales Mercados de la tara en el Perú, 2015.....	128
Tabla 19: Reporte de exportaciones por Subpartida nacional/país destino 2015.....	129
Tabla 20: Costos de Implementación de la Estrategia.....	151

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa del Departamento de Cajamarca.....	66
Figura 2: Terreno de los productores de tara y café en la región de Cajamarca.....	87
Figura 3: Nivel educación de los agricultores de café y tara en la región de Cajamarca.....	88
Figura 4: Destino de ventas al mercado nacional e internacional de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.....	89
Figura 5: Acceso a la información para mejoramiento del cultivo de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.....	90
Figura 6: Preocupación por la calidad en el cultivo de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.....	91
Figura 7: Importancia del conocimiento en la comunidad de los productores de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.....	92
Figura 8: El interés por investigar los productores de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.....	93
Figura 9: Implementación de nuevas técnicas por los agricultores de café y tara de la región de Cajamarca, 2016.....	94
Figura 10: Propensión de los productores de café y tara a la asociatividad en la región de Cajamarca, 2016.....	95
Figura 11: Empresa exportadoras que transfieren conocimiento a productores de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.....	96
Figura 12: Conocimiento de las empresas exportadores del mercado nacional e internacional del café y tara, 2016.....	97
Figura 13: Empresas Exportadoras que tienen la voluntad de mejorar la calidad de café y tara para la exportación, 2016.....	99
Figura 14: Cantidad de hectáreas en San Ignacio, Jaén y San Miguel en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016.....	99
Figura 15: Provincias de producción de café en toneladas en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016.....	103
Figura 16: Quintales de café por hectárea en las provincias de San Ignacio, Jaén y San Miguel en la región de Cajamarca, 2016.....	104
Figura 17: Organización de asociaciones y cooperativas de productores de café en la región Cajamarca, 2016.....	106
Figura 18: Comercialización y poder de decisión en precios de café en la región de Cajamarca, 2016.....	107
Figura 19: La Asociación de Productores Orgánicos del Valle de Tabacones, Cajamarca/San Ignacio en la región de Cajamarca, 2016.....	109
Figura 20: Distribución del porcentaje de participación de la exportación de la Asociación Provincial de Productores Ecológicos de San Ignacio Apesi 2016.....	109
Figura 21: Distribución del porcentaje de participación de la exportación de la Asociación de Productores Cafetalero Selva Andina 2016.....	110

Figura 22: Distribución de la tara silvestre en la región Cajamarca, 2016.....	111
Figura 23: Productores que han establecido nuevas plantaciones de tara en la región de Cajamarca.....	112
Figura 24: Procedencia de la tara recolectada en la región de Cajamarca, 2016.....	113
Figuras 25: Plagas y enfermedades más comunes que afectan al cultivo de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	114
Figura 26: Riesgos que enfrentan los productores de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	114
Figura 27: Actividades realizadas en la producción de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	116
Figura 28: Percepción sobre el rendimiento de las cosechas de tara en la región Cajamarca, 2016.....	117
Figura 29: formas de cosechar la tara en la región de Cajamarca, 2016.....	117
Figura 30: Cosechas al año en las provincias de la región de Cajamarca, 2016.....	118
Figura 31: Provincias con mayor producción de tara en la región de Cajamarca periodo 2010 hasta julio del 2016.....	119
Figura 32: Cantidad de hectáreas por Provincias de tara en la región de Cajamarca.....	123
Figura 33: Organización de asociaciones y cooperativas de productores de café en la región Cajamarca, 2016.....	124
Figura 34: Compra de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	125
Figura 35: Venta de Tara en días de plaza en la región de Cajamarca, 2016.....	125
Figura 36: Fijación de precios de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	126
Figura 37: Fijación de precios de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	128

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Temporada del café en las provincia de San Ignacio, Jaén y San Miguel en la región de Cajamarca.....	100
Cuadro 2: Empresas cajamarquinas exportadoras de café, 2016.....	108
Cuadro 3: Calendario de labores de tara en la región de Cajamarca, 2016.....	115
Cuadro 4: Productores de tara por provincia en la región de Cajamarca, 2016.....	126

GLOSARIO DE TERMINOS

ADEX: Asociación de Exportadores

AGAP: Asociación de Gremios Agroexportadores del Perú.

CET: Comercio Exterior y Turismo

CIES: Consorcio de Investigación Económica y Social

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

INDECOPI: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

INRENA: Instituto Nacional de Recursos Naturales

MEF: Ministerio de Economía y Finanzas

MINAGRI: Ministerio de Agricultura y Riego

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

OMC: Organización Mundial del Comercio

PYME: Pequeña y Mediana Empresa

SENASA: Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria

TLC: Trato de Libre Comercio

ZEE: Zonificación Económica Ecológica

RESUMEN

La presente investigación se orientó a determinar qué potencialidades y limitantes se presentaron en el desarrollo de la agroexportación del café y tara dentro de la región Cajamarca, durante los años 2010 al 2015; referente al diseño de investigación, ha sido de tipo no experimental y de carácter longitudinal; se ha utilizado como métodos de investigación al deductivo- inductivo e hipotético-deductivo; el tipo de investigación ha sido descriptiva; dentro de los instrumentos técnicos de recopilación de información, la población estuvo conformada por 48 010 productores de café y tara en la región de Cajamarca, con un tamaño de muestra que asciende a 92 productores; la encuesta se aplicó a 67 productores de café y 25 productores de tara; la unidad de análisis constituye el productor de café y tara; se señaló como hipótesis general, que las potencialidades para el desarrollo de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, durante los años 2010 al 2015 fueron: adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinámico en el proceso de comercialización y las limitantes fueron: deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores y bajo nivel desarrollo de tecnología. Los resultados del trabajo mostraron que las provincias de mayor producción de café en la región de Cajamarca son: San Ignacio con una producción de 2 846 629.00 toneladas, luego lo sigue Jaén con una producción de 1 951 670.00 toneladas y finalmente San Miguel con una producción de 120 236.00 toneladas; la producción del año 2016 para efectos de la investigación, fue considerada solo hasta julio; la misma que ascendió a 4 918 535.00 toneladas de café en la región de Cajamarca; la producción de tara en San Pablo es de 13 017.00 toneladas, Cajabamba 9 409.40 toneladas, Cajamarca 5 731.50 toneladas, Contumazá 5 228.00 toneladas, San Marcos 4 203.9, San Miguel 483.00 toneladas, Celendín 65.7 toneladas; se determinó la aplicación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), las cuales han contribuido al crecimiento de la producción; las plagas y las enfermedades de mayor incidencia identificadas por los productores y los técnicos son: la roya amarilla en el café y en tara la achupalla 35%, el pulgón 30%, la ceniza 20%, el salivazo 15%; principales enfermedades, entre otras musgos, líquenes, hongos.

PALABRAS CLAVES: Potencialidades, limitantes, agroexportación, Café, tara.

ABSTRACT

The present investigation was oriented to determine what potentials and limitations were presented in the development of coffee and tare agroexport in the Cajamarca region, during the years 2010 to 2015; Related to the research design, has been non-experimental and of a longitudinal nature; The deductive-inductive and hypothetical-deductive methods have been used as research methods; The type of research has been descriptive; Within the technical instruments of information collection, The population consisted of 48,010 coffee and tare producers in the Cajamarca region, with a sample size of 92 producers; The survey was applied to 67 coffee producers and 25 tare producers; The unit of analysis constitutes the coffee and tare producer; It was pointed out as a general hypothesis that the potential for the development of coffee and tara agroexport in the Cajamarca region during the years 2010 to 2015 were: adequate productive techniques and productivity, efficient business management, dynamism in the marketing process and The limitations were: poor health management, shortage of credits for producers and low level of technology development. The results of the work showed that the provinces with the highest production of coffee in the Cajamarca region are: San Ignacio with a production of 2 846 629.00 tonnes, followed by Jaén with a production of 1 951 670.00 tonnes and finally San Miguel with a production Of 120 236.00 tonnes; The production of the year 2016 for the purposes of the investigation, was considered only until July, the same one that amounted to 4 918 535.00 tons of coffee in the region of Cajamarca; The production of tara in San Pablo is 13017.00 tons, Cajabamba 9409.40 tons, Cajamarca 5731.50 tons, Contumazá 5228.00 tons, San Marcos 4203.9, San Miguel 483.00 tons, Celendín 65.7 tons; The application of the Good Agricultural Practices (GAP) was determined, which have contributed to the growth of production; The pests and diseases with the highest incidence identified by the producers and technicians are 35% achupalla, 30% aphid, 20% ash, 15% salivazo; Major diseases, among other mosses, lichens, fungi.

KEY WORDS: Potentials, limiting, agroexport, Coffee, tare.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por objetivo determinar las potencialidades y limitantes de los productos de agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca y proponer estrategias competitivas. El Perú tiene climas favorables para el cultivo del café y tara, porque tiene diversos pisos ecológicos con climas propicios para su cultivo. En la producción de café y tara se aprovecha la experiencia de los productores en el cultivo, siendo las variedades de alta calidad la típica, bourbon, arábico, caturra, borbón y pache. En la región de Cajamarca las provincias de mayor producción de café son: San Ignacio, Jaén, San Miguel, y los países con mayor producción de café son Brasil, Estados Unidos es el mayor importador le siguen Alemania, Italia, Japón y Francia.

El Perú es el primer productor de tara a nivel mundial, y se exporta en presentaciones de polvo y goma. Las variedades de tara son almidón común, gigante, morocha, Roja ayacuchana y verde esmeralda, los departamentos de mayor producción es Cajamarca, Ayacucho, La Libertad y Huánuco; siendo los principales mercados Estados Unidos, Alemania, Suiza, España e Italia. En la región de Cajamarca las provincias de mayor producción son: San Pablo, Cajabamba, Cajamarca, Contumazá, San Miguel, Celendín. En ese sentido la región de Cajamarca, cuenta con potencialidades del café y tara como son técnicas productivas, gestión empresarial, comercialización y los limitantes manejos sanitarios, créditos financieros a los productores, desarrollo de tecnología.

Es de mucha importancia para la región de Cajamarca, conocer las potencialidades y limitantes del desarrollo de agroexportación del café y tara, en el presente estudio se menciona todo el procedimiento para la aplicación de las estrategias en las cadenas productivas de las asociaciones y cooperativas, con la finalidad de mejorar el cultivo e incrementar la capacidad productiva en el manejo eficiente de la producción, transformación y comercialización del café y tara, desarrollando mercados para dichos productos.

La metodología aplicada incluye el diseño de la investigación donde es no experimental, métodos de investigación se ha aplicado el deductivo – inductivo, hipotético – deductivo; niveles de investigación se incluye la investigación descriptiva, población, muestra, unidades de análisis, técnicas e instrumentos de recopilación de información, entrevista, encuesta.

La investigación está ordenada de la siguiente manera: en el capítulo I planteamiento de la Investigación; donde incluye contextualización, descripción del problema, formulación del problema; en la justificación se explica los motivos porque se ha realizado la investigación y se conoce su viabilidad (científica, técnica - práctica, institucional y personal); delimitación, limitaciones y objetivos de la investigación, capítulo II marco teórico; donde incluye antecedentes de la investigación, marco epistemológico, bases teóricas, capítulo III planteamiento de la hipótesis; donde incluye la hipótesis de investigación, variables, Operacionalización; de igual manera Capítulo IV marco metodológico; se incluye ubicación geográfica, diseño de la investigación, métodos de investigación,

población, muestra, unidad de análisis, técnicas e instrumentos de recopilación de información, Capítulo V resultados y discusión; donde incluye presentación de los resultados; evolución de la producción de café y tara en Perú y el mundo, se estudió la producción de los productos de la agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca, potencialidades y limitantes de los principales productos de agroexportación, análisis, interpretación y discusión de los resultados, capítulo VI propuesta. Seguidamente conclusiones y recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización

El Perú, para superar su deteriorada situación socioeconómica y lograr su inserción en el proceso de globalización en la economía mundial, ha optado por la apertura económica, opción inevitable para ser competitivos, no solo al interior del mercado nacional sino también en lo internacional, así como la agroexportación de café y tara, de esa manera poder competir en un mercado externo de difícil acceso. El desarrollo de agroexportación de café y tara de manera que supere los esquemas tradicionales de promoción cortoplacista que, por lo demás no han contribuido a lograr un crecimiento sustancial del volumen exportado. Además también se exige superar los permanentes antagonismos institucionales entre el sector público y privado que con frecuencia han sido el origen del fracaso. Se debe superar las acciones cortoplacistas por una estrategia de más largo plazo y cambiar las actitudes que generan disonancias entre los intereses públicos y privados son en la actualidad compromisos vitales que deben asumirse para lograr el despegue de la agroexportación de café y tara. La globalización también significa, intensificación del mercado de capitales, inversiones, tecnología y las posibilidades de aprovechar este nuevo contexto, esto depende de las relaciones internacionales y de la dimensión, fortaleza y el grado de inserción que logre la agroexportación del café y tara en el Perú.

“El comercio mundial de productos de agroexportación en el 2015, creció en un volumen ascendente a 3,3%, existiendo un ligero repunte de la producción tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. El crecimiento del comercio debería acelerarse hasta alcanzar el 4,0% en 2016. El crecimiento del volumen del comercio ha sido muy lento en los últimos años, cifrándose en un 2,8% en 2014 y las exportaciones de los países en desarrollo aumentaron más rápidamente, que los países desarrollados en 2014, un 3,3%, en cambio, las importaciones de los países en desarrollo, crecieron más despacio, vale decir en un 2,0%. Numerosos factores pueden impedir que se confirmen las previsiones, entre ellos las tensiones geopolíticas, las políticas monetarias divergentes, las fluctuaciones de los tipos de cambio y la desaceleración del crecimiento en las economías emergentes” (Organización Mundial del Comercio, 2014,pag.1).

“Una de las principales limitantes es el bajo nivel de competitividad y rentabilidad agraria, entre los factores que lo afectan se aprecia el bajo nivel de capital humano, físico y social; debido a que durante la primera etapa del proceso de manejo agropecuario - concentración y acopio no se cuenta con la distribución adecuada de tierras en las dimensiones adecuadas, la agricultura peruana constituye una economía de parceleros en la cual el (85%) de los agricultores tiene parcelas con menos de 10 hectáreas predominando las unidades productivas con un área entre 3 y 10 hectáreas (33%). Por lo cual, muchos agricultores no pueden beneficiarse de una reducción de sus costos y obtener ventaja de una economía de escala. La desalentadora noticia es que el minifundio sigue creciendo” (Ministerio de Agricultura y Riego, 2013.pag.42).

Por lo tanto, la creciente competitividad que se vislumbra en el mercado internacional de productos agropecuarios, está estimulando en muchos países la organización de su producción mediante diversas formas entre ellas la conformación de organizaciones empresariales con la participación de productores para enfrentar vigorosamente las incertidumbres del mercado internacional y poder adoptar métodos modernos de producción, procesamiento, comercialización, modernizar su capacidad de gestión empresarial y en buena cuenta mejorar las condiciones de competencia.

La reacción de productores tecnificados y empresarios exportadores, en diversos países, se orientan a diversificar por variedades a los productos como es: café y tara, mejoran la calidad del producto en el tiempo. Los productores aspiran a asociarse para negociar con las empresas exportadoras o bien exportar directamente y tienen actitud de cambio rápido. Es decir el ambiente de desarrollo de la agroexportación de café y tara es de cambio y de gran competitividad. En diversos países los gremios nacionales de productores y exportadores están creando y fortaleciendo sus organizaciones para proyectarse y aprovechar las potencialidades que brindan una mayor inserción en los mercados internacionales y para combatir las imperfecciones y limitaciones que se presentan en dichos mercados.

El desarrollo de la agroexportación de café y tara en el Perú ha venido enfrentando una serie de obstáculos generados por inadecuados servicios que corresponden principalmente a ámbitos sectoriales diferentes al sector agropecuario. Al respecto dentro de las reformas emprendidas por el gobierno

actual, se ha logrado avanzar en algunas áreas como es la reestructuración de los servicios aduaneros, se ha legislado para favorecer la ampliación de los servicios de transporte aéreo y marítimo, se ha creado una nueva entidad nacional responsable de la normalización y control de calidad como es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), se ha legislado para fomentar el establecimiento de zonas francas. Las reformas en estas áreas facilitan destrabar parcialmente obstáculos normativos e institucionales que originan altos costos de los servicios a la exportación, así como ineficiencias que restaban competitividad a las operaciones de exportación.

La agroexportación de café y tara, obliga a constituir puentes de coordinación y trabajo permanente con diversos elementos de la cadena productiva de manera de lograr que se desarrolle armónica y balanceadamente para reducir los diversos cuellos de botella que actualmente tiene, tales como la productividad, calidad de productos, el costo y oferta de transporte, sanidad. La existencia de tendencias a nivel internacional, evidenciadas en el creciente importancia que van adquiriendo los factores de desarrollo tecnológico (ingeniería, genética, sistemas artificiales de cultivos, empleo de hormonas, control de cultivos por medios informáticos, uso de atmósferas modificadas, medios de transporte y almacenamiento altamente tecnificados); y la generación, transmisión y dominio de la información tecnológica comercial, eficiencia y calidad de la gestión empresarial (asociaciones, cooperativas, calidad total).

En el Perú la producción de café y tara para la exportación presenta notables deficiencias estructurales de extrema gravedad que se está caracterizado por un número muy elevado de explotaciones de reducida dimensión, alta dispersión geográfica e insuficiente nivel de organización de los productores, lo que dificulta emprender tareas orientadas a la modernización productiva para lograr productos altamente competitivos en el mercado internacional. Además es importante orientar a la producción para la agroexportación, lo cual demanda de una planificación más cuidadosa que en la agricultura tradicional. Con frecuencia se trata de cosechas altamente perecibles, que deben comercializarse en corto tiempo exigiendo adecuados centros de acopio, instalaciones de frío, infraestructura de transporte y óptimas tecnologías. Además el comprador en el mercado externo quiere tener la garantía de contar con una oferta estable, de calidad inmejorable, a precio razonable y cuando su público consumidor lo solicite.

Para la agroexportación se requieren programar adecuadamente el abastecimiento del producto para poder cumplir con las exigencias de sus clientes y asegurar la rentabilidad de sus inversiones. La agroexportación es altamente estacional y por lo tanto aparecen picos de elevada producción y de escasez que originan graves fluctuaciones de precios que afectan la rentabilidad de los productores y exportadores. Por tanto, al interior de las cadenas productivas, debe actuarse rápidamente y en vista que sus operaciones comerciales las tienen que efectuar en muy corto plazo (nichos de mercado) a fin de aprovechar los precios internacionales más adecuados. Por ende reducen las posibilidades para lograr el mejoramiento de los ingresos de los pequeños productores que están altamente

atomizados y ubicados en las diferentes zonas geográficas. Esta situación también desalienta a los empresarios para efectuar mayores inversiones en producción, procesamiento y comercialización no obteniéndose por tanto el aprovechamiento de la potencialidad de los recursos naturales que posee la región de Cajamarca. Además se tiene que afrontar el tema de organización de la producción, procesamiento y comercialización para la agroexportación y constituirlo definitivamente como uno de los temas prioritarios en las acciones integrales que se emprendan para hacer competitiva la agroexportación de la región de Cajamarca.

1.1.2. Descripción del problema

El desarrollo de la agroexportación de café y tara en el Perú es de mucha importancia. El Estado ha permitido, un entorno y una normatividad adecuada a través de la ley de Promoción del Sector Agrario Decreto Legislativo N° 885, se ha tenido poca presencia en el desarrollo de los productos, en la apertura de mercado y en el desarrollo comercial. El ministerio de Agricultura y Riego en parte ha logrado que el sector público se convierta en un apoyo para continuar creciendo y desarrollando, y así abrir nuevos mercados. El mundo de negocios es cada vez más competitivo y requiere la ampliación de mercados internacionales para mantener un crecimiento económico. La globalización y el comercio internacional, así como las relaciones entre países han ido creciendo de una manera impresionante. El obtener beneficios es un arte que da resultados a quienes buscan en satisfacer necesidades en la venta de café y tara.

En la producción, asociaciones, cooperativas y comercialización de café y tara existe escasa capacidad de generación y adopción de tecnología. Por ello se hacen necesarias políticas de promoción e innovación tecnológica. Asimismo, se requiere una reforma de largo plazo en las instituciones públicas para que de ese modo se logre un cambio sostenido en el tiempo que provea de incentivos para la inversión en innovación que pueda fomentar la competitividad del sector de agroexportación de café y tara de la región de Cajamarca. El riesgo climático es un factor que puede limitar el desarrollo de la producción de café y tara especialmente para el caso de la región aunque no se cuenta con estimados detalles para el sector agrario sobre los impactos del cambio climático. Además, es evidente que la escasez del recurso hídrico, que siempre ha representado una restricción en nuestra región, puede agudizarse en el largo plazo.

En cuanto a la evolución de los precios mensuales de los diferentes tipos de café, en la campaña 2012 al 2013 se observó una significativa caída ante una elevada producción de café, en especial en Brasil. Mientras que, el precio se incrementó en más de 70% entre diciembre 2013 y abril de 2014, y se mantuvo oscilante en ese nivel hasta el inicio de la nueva campaña octubre 2014 al 2015, ante una inesperada sequía en Brasil. A partir de noviembre 2014 se inició una caída sostenida y continua de los precios, por reportes de buenas lluvias. En Brasil podrían garantizar una alta cosecha en esta campaña y una suficiente disponibilidad de stocks de café. Actualmente existe una gran especulación sobre la posibilidad de alcanzar una buena cosecha en Brasil, en la próxima campaña 2015 al 2016. El tipo de café que mejor refleja la evolución de los precios del café peruano en el mercado internacional es el que se cotiza como los

“Otros Cafés Arábicos Suaves” procedentes de Centroamérica, Perú, Ecuador. Después de haber caído el precio de este tipo de café a un piso de US\$ 122 centavos por libra en noviembre 2013, se recuperó de manera sostenida desde diciembre 2013 y alcanzó su mayor nivel en octubre de 2014 (US\$ 225 centavos por libra). Desde noviembre de 2014 se reinició una nueva etapa de caída continua de los precios, ante las fuertes lluvias que elevan las estimaciones de una mayor producción en Brasil, en ese contexto, a marzo de 2015 se registró un valor de US\$161 centavos por libra, -10% respecto al mes anterior (US\$ 179 centavos por libra), -28% respecto a octubre 2014. El precio del café en chacra registró un comportamiento muy parecido a los precios en el mercado internacional observando un retraso aproximado de 2 meses. Tras caer el precio y tocar fondo en enero de 2014, inició su recuperación a partir de febrero. En tal sentido, en setiembre de 2014 alcanzó el pico más elevado de los últimos 34 meses, S/. 8,35 por kilo. Declina en los siguientes tres meses finales del año octubre-diciembre, con un precio promedio de S/. 6,18 por kilo, 38% por encima del precio promedio de 2013 es de S/. 4,49 por kilo. A diciembre 2014, el precio registrado fue de S/. 5,32 por kilo, 18% por encima del precio alcanzado el mismo mes del año anterior. La producción nacional de café muestra un comportamiento oscilante y alcanza una producción récord en el año 2011 con 332 mil toneladas, incentivado por los buenos precios internacionales. A fines de 2012 la enfermedad de la “roya amarilla” ataca las hojas del cafeto, y sumado a la falta de renovación de los antiguos cafetales, trae como consecuencia el declive de la producción nacional por tres años consecutivos, tocando piso en diciembre de 2014, con un volumen producido de 209 mil toneladas. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, Pág.5).

El Ministerio de Agricultura y Riego en el año 2013 declaró en estado de emergencia a las principales zonas cafetaleras (Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Junín, Pasco, Puno, San Martín, Ucayali, Piura y el Valle de los ríos Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM) e implementó a través de la Dirección General de Competitividad Agraria (DGCA) hoy Dirección General de Negocios Agrarios (DIGNA), en coordinación con el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) y Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural (AGRORURAL), un "Plan Nacional de Control de la Roya", con un costo de S/. 100 millones, programa que concluyó en febrero de 2014. Asimismo, en setiembre del 2013, el MINAGRI inició con los cafetaleros el "Plan Nacional de Renovación de Cafetales", mediante créditos de S/.12, 800 por hectárea, financiados por el fondo Agro Perú, a fin de renovar 80 mil hectáreas de cafetales antiguos, en cuatro campañas hasta el 2018. Por su parte, SENASA inicia en octubre de 2014 un "Plan de Acción Rápida contra la Roya", con un costo de S/. 26 millones soles. Igualmente, se ha iniciado un "Programa de Rescate Financiero" para la compra de deuda de 20 000 productores con la banca privada, de las regiones afectadas por la roya, inicialmente por S/. 60 millones y posteriormente por S/.20 millones, que serán pagadas en ocho años, con tres años de gracia a una tasa de 10% anual. Se calcula que se han renovado unas 35 mil hectáreas, sumadas a las áreas trabajadas bajo los programas de reconversión del VRAEM. Se espera una importante recuperación de la producción nacional de café a partir del 2016, aunque para el 2015 se estaría creciendo en 28% respecto al volumen más bajo alcanzado en el 2014. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, Pág.5)

Las regiones de San Martín, Amazonas y Piura (zona oriental), destacan por el incremento de su producción en 14%, 4% y 2% respectivamente, a pesar de sufrir el impacto de la roya, pero a menor escala. Sin embargo, las demás regiones cafetaleras del país han enfrentado fuertes caídas de su producción, entre las que resaltan, Junín -42%, el Cusco -41% y Cajamarca -18%, estas son las que explican la caída de la producción nacional. En el Perú, el período de la cosecha de los granos de café es visible a partir del mes de febrero, pero en volúmenes significativos a partir de marzo, culminando entre los meses de setiembre a octubre. La mayor producción se concentra entre abril y julio de cada año, período que alcanza el 81% en promedio de la producción anual. Los volúmenes producidos a partir de noviembre hasta enero del siguiente año son marginales o nulos. Las exportaciones peruanas de café en grano, después de haber alcanzado el valor y volumen más importante en el 2011, a partir del siguiente año iniciaron una permanente caída, siendo el volumen más bajo registrado el 2014, con un total de 181 mil toneladas, reflejo una caída de -23,3%. En cuanto al valor de las exportaciones, éstas muestran el comportamiento de los precios en el mercado mundial, caen en los años 2012 y 2013. Sin embargo, se recuperan en el 2014 en 5,2% debido a un incremento de los precios internacionales. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, Pág.6)

El Perú, por la diversidad de microclimas existentes en su territorio, ofrece condiciones favorables para la producción de tara a nivel comercial. Las zonas de mayor producción de tara en el Perú se encuentran en la Sierra, El Perú produce el 80% de la tara a nivel mundial, y los departamentos de mayor producción son Cajamarca 41%, Ayacucho 16%, La Libertad 13% y Huánuco

13%. Hay nuevas iniciativas en Ica y Lambayeque. Sin embargo, sólo se llega a exportar unas 5 mil toneladas, y la demanda mundial es del orden de las 100 mil toneladas, siendo los principales mercados exportables EE.UU, Alemania, Suiza, España e Italia. La tara es considerada el producto más rentable dentro de la agroexportación peruana, debido a su gran acogida y altos precios mundiales, aunque el Perú es el primer productor del mundo, pero solo exporta 5 mil TM anuales, en donde el fruto de la tara es recolectada por pequeños productores. En dicha Región, el alto porcentaje de taninos y la poca coloración del polvo de la tara hacen de este producto un insumo de excelente calidad para las industrias de curtiembre y química. Las exportaciones de tara en polvo han tenido problemas en los mercados por la concentración de hierro, por la presencia de elementos extraños y por presentar más humedad que la especificada. Asimismo, como en el mercado internacional no se paga sobreprecio por mayor contenido de taninos, algunos comerciantes mezclan con residuos de molienda para obtener mayor peso, lo que genera problemas en la imagen de producto procedente del Perú y desconfianza en los exportadores. La producción de tara se ve afectada seriamente debido al ataque de plagas como el “pulgón” o Psilido (*Aremica caesalpiniae*), las polillas: marrón (*Argyrotaenia sphaleropa*), ploma (*Plutella sp.*) y el Trips (*Frankliniella sp.*). Para enfrentar este problema, la Asociación de Productores de Tara del Norte desarrolló un proyecto de investigación en la provincia de San Marcos, en la región Cajamarca, con la finalidad de caracterizar las principales plagas para conocer su comportamiento, ciclo biológico, fluctuaciones, daños que ocasionan. En Cajamarca, la tara es, después del café, el principal producto de exportación. Con el impulso del biocomercio en el país a comienzos de la década de 2000, instituciones públicas y privadas de

los ámbitos nacionales e internacionales, se interesaron por revalorar productos de la biodiversidad como la tara. Sus objetivos eran conservar el recurso, sobre todo por su valor genético, y darle un uso económico que considere la situación de los actores que participan en todo el proceso, especialmente las comunidades responsables de su recolección y/o cultivo. El mercado en su mayoría, ha sido exigente en términos de calidad, pero aún existe un mercado que compran productos de mala calidad. Así mismo, se han recibido quejas que las empresas con quien las organizaciones habían realizado convenios de comercialización no cumplieron con lo estipulado (aparentemente por no haber completado el volumen). (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior.2015, pág.12).

La competitividad del café y tara, permite a las empresas agroexportadoras y otras entidades productivas convencer a clientes con base a productos y servicios diferenciados. Una condición esencial para que aumente la competitividad es que todos los sectores involucrados en el desarrollo nacional se concilien posiciones respecto al futuro del país, región, sector o ámbito. Por estas razones, la competitividad regional y la promoción del empleo productivo son tareas compartidas por los gobiernos local, regional, nacional y el sector empresarial pero también de la ciudadanía en general. Para conseguir metas de empleo y productividad crecientes se requiere usar las potencialidades y establecer la competitividad en cadena, proceso de naturaleza colectiva, que plantea la especialización y diversificación en función de las diversas realidades del país, partiendo desde las localidades más pequeñas y aisladas hacia el núcleo moderno y de punta nacional. Este enfoque implica una división del trabajo que aprovecha

las diferencias de factores y potencial de cada región o localidad. Permite incorporar más unidades productivas de café y tara de diferente escala en los mercados según los niveles de competencia. Los productores y las empresas agroexportadoras de café y tara dedican sus esfuerzos a atender mercados locales, regionales, nacionales y del exterior. Esta red de entidades productivas permite que todas vayan ganando competitividad de una manera coordinada, y que atiendan los mercados según las expectativas de los consumidores locales, regionales, nacionales e internacionales. Lo cual deberá superarse la organización de los productores, significa sólo agremiación, categoría muy asociada a labores de concertación política con autoridades públicas, para la negociación de reclamos coyunturales.

La organización de productores de café y tara, tienen que asociarse en labores de orden tecnológico, crediticio, logístico y comercial para con ello crear fuerzas de negociación colectiva que permita crear solidas interdependencias con otros elementos de la cadena productiva de la agroexportación como son los exportadores, proveedores de insumos y servicios en general. La organización de productores no necesariamente son las únicas formas empresariales para planificar la producción, incrementar su productividad y generar economías de escala en los proceso de transformación, pero son las modalidades que predominan en caso de la agricultura europea, mexicana, colombiana, y otros países en donde juegan un rol fundamental, no solo por favorecer la agrupación de la oferta y racionalizar, los canales de comercialización, sino también al participar directamente como representantes de los productores en las

negociaciones para establecer los contratos de abastecimiento en el sector agroexportador de la región de Cajamarca.

La agroexportación de productos principales en la región de Cajamarca, carecen de conocimientos técnicos en su cadenas productivas como de café y tara, en lo cual se encuentran limitaciones y potencialidades de la producción, transformación y comercialización en las cooperativas y asociaciones, Los bajos niveles de productividad y la escasa dinámica de crecimiento en los sectores, los productos que generan más valor bruto de producción en Cajamarca, es el café con 18% y 13%, respectivamente en el año 2014. El café es el producto agrícola más exportado de la región de Cajamarca, desde las provincias de Jaén y San Ignacio a lo largo de tres pisos altitudinales. La tara es el segundo producto más exportado en su forma de goma y en polvo. El (80%) de su venta corresponde a tres empresas: South América Tanning Corporation, Exportadora el Sol y Transformadora Agrícola. (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior.2015, pág.1).

La tara y el café, son los principales productos de exportación de la región de Cajamarca, las instituciones de los ámbitos nacionales e internacionales, públicas y privadas, se interesaron por revalorar productos de la biodiversidad como la tara. Sus objetivos eran conservar el recurso, sobre todo por su valor genético, y darle un uso económico que considere la situación de los actores que participan en todo el proceso, especialmente las comunidades responsables de su recolección y/o cultivo. Las cadenas nacionales comparten ciertas características

básicas propias de los productores, enfoque de producción y no de mercado, lo que significa que no hay mayor preocupación por la calidad, el tipo de producto a producir o las condiciones de manejo del producto para mejorar su capacidad de venta. En la región de Cajamarca tampoco se participa de manera consciente de la cadena productiva de café y tara, esto se expresa a través de una organización empresarial débil e incipiente, existe mucha tendencia hacia el individualismo y no hacia la búsqueda de la competitividad sectorial, en un marco de escasos servicios de apoyo.

La agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca, y de las tendencias del entorno nacional e internacional, se tiene un gran desafío para la región de Cajamarca; es lograr concebir una agroexportación de café y tara con un estilo de desarrollo moderno, que pueda posibilitar y consolidar su inserción de una manera más competitiva en el ámbito internacional. Se debe buscar un desarrollo agroexportador dentro de un marco de equidad incorporando pequeños y grandes agricultores, asociaciones y cooperativas en el proceso de crecimiento de la agroexportación, pero que paralelamente atraiga inversiones y desarrollo tecnologías nacionales e internacionales. Siendo de mucha importancia la identificación de las potencialidades y limitantes del desarrollo de agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca: 2010-2015, y se formuló la siguiente pregunta.

1.1.3. Formulación del problema

1.1.3.1. Problema General

¿Cuáles son las potencialidades y limitantes para el desarrollo de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, periodo 2010-2015?

Problemas Específicos

- ¿Cuál ha sido la evolución y producción de agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca: 2010-2015?

- ¿Cuáles son las potencialidades de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca?

- ¿Cuáles son las limitantes de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca?

1.2. Justificación

1.2.1. Justificación científica

El comercio internacional es muy importante para el crecimiento y desarrollo sostenido a largo plazo; en la actualidad tiene un peso importante en la actividad económica de los países, el mismo que es demostrado por las evidencias de los países desarrollados y las experiencias de los países exitosos que han logrado su crecimiento y desarrollo económico gracias al crecimiento de las exportaciones, será aplicado a nuestra región de Cajamarca un modelo de desarrollo, lo cual permitirá ser una región muy competitiva a nivel de internacional. Además se contribuirá a empresas

agroexportacion de café y tara que dispongan de un adecuado modelo de gestión empresarial, lo cual se llevará a cabo la planeación, organización, dirección, coordinación y control de sus actividades y recursos orientándose al logro de economía, eficiencia, efectividad, mejora continua, competitividad y por tanto desarrollo empresarial, y estará frente al desarrollo de las empresas de agroexportacion café y tara, cuando el Estado impulse la modernización tecnológica del tejido empresarial de estas empresas y el desarrollo del mercado de servicios tecnológicos como elementos de soporte de un sistema nacional de innovación continua.

1.2.2. Justificación técnica-práctica

Es conocido que las actividades de agroexportacion, generan una mayor capacidad de crecimiento económico de un país, en este sentido, la propuesta de desarrollo potencial agroexportador servirá de referencia tanto a los productores como empresas exportadoras, debido a que conocerán los productos que tienen más demanda en el mercado exterior, y de esta manera prepararse para hacer frente a la globalización y competitividad. El estudio es original debido a que se evaluó la real producción y calidad de productos extraídos de la tierra, destacando que existe una falta de conocimiento por parte del productor, respecto a cómo dar valor agregado a su producto, y pueda de esta manera obtener productos que son demandados en el mercado exterior. Esta investigación, tendrá efectos dentro de la sociedad, debido a que permitirá formar en el productor la libertad de empresa con el fin agroexportador. Los favorecidos serán tanto los ofertantes como los demandantes, vale decir las empresas exportadoras nacionales, como los

consumidores, debido a que consumirán un producto de calidad. Está investigación es principalmente para los productores de agroexportación de la Región de Cajamarca. Además servirá a los gobiernos locales, regionales y Universidades y a través de ello para el resto del país.

1.2.3. Justificación institucional y personal

1.2.3.1. Justificación Institucional

Es un tema propio a ser desarrollado por la universidad y todo académico que aspira a mejorar la calidad de vida de un país, puntualmente de una región en base a la agroexportación. Considero que la mejor forma de aumentar un potencial agroexportador, por parte de la región Cajamarca está en base a tener más productores que sean capacitados, permitiendo darle valor agregado al producto y por consiguiente tener más cantidad de productos de calidad para satisfacer las demandas del mercado internacional.

1.2.3.2. Justificación Personal.

Los motivos que llevaron a elegir este tema como objeto de estudio, está en función a ver de qué manera desarrollamos la calidad de vida de los productores de la región Cajamarca, permitiendo que sus productos sean no solo de alcance nacional, sino que puedan ser exportados. Gracias a ello, estaremos promoviendo la libertad empresarial, y crecimiento económico, gestión del conocimiento en el sector agroexportador para una mejor calidad de vida de las familias del sector rural de la región de Cajamarca.

1.3. Delimitación de la investigación

La presente investigación se realizó dentro de la región de Cajamarca, teniendo en cuenta las diferentes provincias, como es: San Ignacio, Jaén, Celendín, Cajamarca, San Pablo, San Miguel, Contumazá, San Marcos, Cajabamba, referente a los productos de mayor exportación el café y tara periodo 2010-2015.

1.4. Limitaciones

Algunas dificultades en lograr la información requerida como es la fidelidad y veracidad de los datos por parte de los productores y las empresas exportadoras de la región de Cajamarca, y de las instituciones del estado como son: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca, Gobierno Regional de Cajamarca, Instituto Nacional de Estadística e Informática, no cuenta con toda la información respecto al tema de estudio.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar las potencialidades y limitantes de los productos de agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, periodo 2010-2015 y proponer estrategias competitivas.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar y analizar la producción y evolución de los principales productos de agroexportación café y tara en la región de Cajamarca, periodo 2010-2015.

- Determinar y analizar cuáles son las potencialidades existentes para el desarrollo de agroexportación del café y tara en la región Cajamarca, periodo 2010-2015.

- Determinar y analizar cuáles han sido limitantes de la agroexportación de café y tara en la región Cajamarca, periodo 2010-2015.

- Elaborar una propuesta para incrementar la capacidad de agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2002, pág.38), realizó un estudio denominado “*Agricultura Mundial: hacia los años 2015-2030*” en la cual menciona la evolución de la demanda, producción y comercio de productos agropecuarios previstos a nivel mundial por principales grupos de productos y las repercusiones que generan para la seguridad alimentaria y la desnutrición. Continúa con un examen de los problemas principales que plantea esta evolución. Estos problemas incluyen el papel de la agricultura en el desarrollo rural, la reducción de la pobreza y el crecimiento económico mundial, así como efectos de la globalización y de un comercio más libre. Esto nos quiere decir que la evolución de la demanda, producción y comercio de productos agropecuarios previstos a nivel mundial y las repercusiones que esto tiene para la seguridad alimentaria y la desnutrición. Estos problemas incluyen el papel de la agricultura en el desarrollo rural, la reducción de la pobreza y el crecimiento económico mundial, así como efectos de la globalización y de un comercio más libre.

León (2010, pág.20), realizó un estudio denominado, “*Agroexportación, Empleo y Género en el Perú*”, un estudio de casos en el cual menciona que la actividad agroexportadora del Perú ha demostrado un dinamismo sin precedentes durante la última década. Además también menciona la dependencia que muestra la actividad agroexportadora peruana respecto de los mercados internacionales corresponde a un modelo de acumulación agrícola nuevo, que aunado a la

globalización ha contribuido a fortalecer y expandir a las empresas comerciales de agroexportación. Más aun, las viejas unidades productivas, por lo general medianos o pequeños agricultores, son nativos y con interés en reinvertir productiva y socialmente en la zona. Frente a ellos, contrasta la actitud de las grandes empresas agroindustriales, usualmente de capital internacional o mixto, con las más altas tasas de retorno y bajas tasas de reinversión local. Esto quiere decir, que gracias a la agroexportación se incrementó el área cultivable de productos agroindustriales, modernizando la agricultura y cambiando incluso el portafolio de cultivos. También es cierto que la agroindustria ha generado empleo en gran escala: hoy existen alrededor de 70 000 trabajadores. Y esta mano de obra es mayoritariamente femenina, alrededor del 70%. Sin embargo, este empleo al parecer “es de baja calidad”, ha estado focalizado hacia personas sin mayor calificación, con ingresos precarios. Para un trabajador del campo, los contratos son temporales, por un máximo de cinco meses; luego deben ocuparse en otras actividades como comerciantes esperando el siguiente ciclo productivo.

Edery (2011, pág.19). Realizó un estudio en el Perú denominado “*Programa de exportación de productos*”, en el cual menciona las estrategias para impulsar el sector de exportación, así como, incursionar con mayor fuerzas en el mercado internacional, fortalecer la oferta local de productos, impulsar medidas de facilitación, desarrollar acciones de promoción y de inteligencia, formalizar la comisión tanto pública como privada y elevar la competitividad.

Organización Mundial de Comercio (2014, pág.17), donde menciona que el crecimiento del PIB se ha acompañado de la integración en la economía mundial. Entre 2000 y 2012, la participación de las economías en desarrollo en la producción mundial pasó del 23% al 40% en términos de paridad de poder adquisitivo. Además, la participación de los países en desarrollo en el comercio mundial pasó del 33% al 48%. La fragmentación de la producción mundial se ha acelerado y se extiende cada vez en mayor medida a los países en desarrollo. Más de la mitad de las exportaciones totales de esos países, en términos de valor añadido, guardan relación con las cadenas de valor mundiales, y la porción del comercio entre países en desarrollo basado en esas cadenas se ha cuadruplicado en los 25 últimos años. La participación en las cadenas de valor mundiales propicia el aumento de la productividad mediante transferencias de tecnología y conocimientos, y los países con mayor participación en esas cadenas tienen tasas de crecimiento más elevadas. Las cadenas de valor mundiales favorecen la concertación de acuerdos de integración profunda, más del 40% de los acuerdos de libre comercio actualmente en vigor contienen disposiciones sobre política de competencia, inversiones, normas y derechos de propiedad intelectual.

Ministerio de Agricultura y Riego (2012, pág.3). Donde menciona que el sector agropecuario aporta sólo el 8% al PBI nacional; sin embargo, constituye el 25 % de la población económicamente activa ocupada. El Perú es el primer exportador mundial de productos como el café. En los últimos diez años, los mercados de destino de las agro exportaciones se incrementaron de 100 a más de 150 mercados de destino por US\$ 4,122 millones como es México, Panamá, Japón, Tailandia,

Corea, China, Canadá, Singapur, Estados Unidos, Mercosur, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú.

Sierra Exportadora (2014.p.7). En la región de Cajamarca, realizó un estudio denominado identificación y desarrollado de diversos planes de negocios, en lo cual menciona que han contribuido a la implementación de cadenas productivas y de valor con gran potencial de desarrollo regional, tales como: tara, café y otros. Asimismo esta Sede viene trabajando proyectos productivos y de Valor en coordinación estrecha con los diferentes programas nacionales, como es el caso del programa nacional de innovación e industria de Perú berries y el programa nacional de exportación de conocimientos neo ancestrales.

El Gobierno Regional de Cajamarca (2008, pág.8). Realizó un estudio denominado *productos con potencial exportable en la región de Cajamarca*, en lo cual menciona las características, principales actividades económicas, donde menciona que la región de Cajamarca a nivel nacional es la segunda en la producción de café, la primera en la producción de tara con el 80% a nivel mundial. Estos dos productos actualmente son de alta calidad y se vienen exportando vía distintos medios y contando para ello con el asesoramiento del sector privado. Estos productos en su mayoría se exportan en condición de materia prima sin haber desarrollado valor agregado.

Sánchez (2011, pág.110). Realizo un estudio denominado “*informe económico del departamento de Cajamarca para la zonificación ecológica y económica*”, donde menciona que se debe utilizar las potencialidades que nos ofrece la región Cajamarca propiciando el uso de tecnologías apropiadas, generando negocios rentables, que previo estudio de zonificación esté de acuerdo a su capacidad productiva de los suelos, complementándolos con conservación de suelos, reforestación, incorporación de abonos orgánicos, cultivos, crianzas, fruticultura, apicultura, piscicultura, horticultura, sistema de riego tecnificado, que permitan mejorar la producción y productividad, y por ende los ingresos económicos de las familias. Además también se debe Propiciar estudios de Zonificación Económica Ecológica (ZEE), con el apoyo conjunto de las instituciones públicas, privadas, nacionales e internacionales, para definir la vocación, potencialidades y limitaciones de los ámbitos de estudio, lo que permitirá impulsar las actividades agropecuarias, agroindustriales, insertando valor agregado, y aprovechando los excedentes económicos en las localidades, con visión de cadenas productivas. El mapa de mercados presenta los principales flujos económicos y principales mercados distritales, sin tomar en cuenta las ferias locales ni las ventas informales. El mayor número de producción regional está destinado a los mercados de la Costa. La importancia de las ciudades para cumplir una función económica y mercantil y la importancia del campo para poder abastecer la demanda de las ciudades define el espacio regional de intercambio y su estructura productiva. Si el intercambio se frustra, la producción se refugia en un mercado restringido y en el autoconsumo. La deficiencia de los canales de comercialización y de las infraestructuras de transporte o de transformación son los factores limitantes en el incremento del intercambio y de la demanda interna.

Se deben establecer convenios de cooperación anuales con el sector agricultura con Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA), considerando parámetros y compromisos compartidos, de tal manera, que se coordine conjuntamente con el Gobierno Regional de Cajamarca, el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y las Municipalidades Provinciales y Distritales, la transferencia presupuestal sectorial necesarios para cubrir los costos remunerativos de profesionales con fondos municipales, que se requieren para ejecutar proyectos productivos, y de conservación de los recursos naturales y del medio ambiente.

El Gobierno Regional de Cajamarca (2009, p.10). Realizo un estudio denominado *“Plan Estratégico Regional del Sector Agrario 2009 – 2015”*, donde menciona que un aspecto fundamental para el Sector es tener como principal activo organizaciones agrarias, que generen la asociatividad de sus integrantes, que aprovechen las economías de escala y se inserten en los mercados internos y externos. Asimismo, se requiere el fortalecimiento continuo de la tecnificación del agro acorde con las necesidades domésticas y de exportación, la ampliación y/o mejoramiento de la infraestructura productiva y de transformación. Finalmente, la aplicación de buenas prácticas de manufactura son aspectos vitales para garantizar la calidad y rentabilidad de la actividad agropecuaria. En la actualidad el Sector se caracteriza principalmente por lo siguiente: Individualismo de los productores, limitada visión empresarial atomización de la tierra, Insuficiente infraestructura productiva, escasa disponibilidad de actitud e infraestructura de transformación. Complementariamente a los aspectos netamente productivos y de transformación,

los productores deben tener acceso a servicios públicos y privados de investigación, transferencia tecnológica, extensión agraria, asistencia técnica, capacitación, información agraria, sanidad y crédito. En este aspecto, el rol de las Agencias Agrarias es importante y para ello éstas deben estar fortalecidas y adecuadamente implementadas. Asimismo, la participación de las instituciones privadas en la oferta y extensión de servicios agrarios es imprescindible. En la actualidad el Sector se caracteriza principalmente por lo siguiente: Oferta limitada de servicios agrarios, escasa cobertura efectiva, deficiente direccionalidad, difusión de la investigación y transferencia tecnológica a los productores, escasos programas de sanidad agropecuaria, limitado acceso de los productores a información agraria de calidad y oportuna, limitaciones de acceso a crédito.

Mendoza et.al (2011.pág. 111). Realizaron un estudio denominado “*Barreras al Crecimiento Económico en Cajamarca*”, donde menciona que Cajamarca es una de las regiones con los peores indicadores socioeconómicos en el país. Consistente con ello, existen numerosos factores que son limitantes de la inversión privada y su crecimiento. Dos de estos factores, la conflictividad social que causa un problema de apropiabilidad y la infraestructura vial que acarrea un problema de bajo retorno social, son limitativos, es decir, constituyen problemas cuya solución tendría un impacto inmediato en el crecimiento y son, por ende, la clave de la solución al crecimiento de corto plazo. Un tercer factor limitativo es la ausencia de capacidades en el gobierno, el cual está vinculado a los dos anteriores pero afecta también por otros conductos, algunos con impacto inmediato como la gestión de recursos y creación de externalidades de coordinación, y otros con impacto de largo plazo. Finalmente, aunque la emigración no es un factor

limitativo del crecimiento, es un fenómeno importante en Cajamarca, más que en cualquier otra región. La pérdida secular de población joven, educada, menos adversa al riesgo y emprendedora tiene un efecto sobre el crecimiento en el largo plazo por los problemas de crédito, tecnificación y capital humano que genera.

2.1. Marco Epistemológico de la investigación

2.1.1. Comercio Internacional

En lo comercial el liberalismo proporciona un mercado para lo producido. Al superar la oferta a la demanda, la declinación de los precios de las mercancías conduce a que los productores disminuyan la oferta en el grado necesario para igualarla con la demanda; si ésta es mayor que la oferta, el alza de los precios y de las ganancias, estimulaba a la producción hasta ajustarla con la demanda. Los fisiócratas sentaron así las bases del individualismo económico. El libre desarrollo tiene por base “la libertad de trabajo, libertad de comercio, libertad de competencia; en una palabra, en todas las ordenes de la vida”. El derecho natural debía ser la base del derecho positivo y ambos habían de fomentar un todo armonioso. Un orden natural, decían, lo preside todo. Respetar ese orden es la mejor política a seguir. Smith acepta este principio y considera la ley natural como la ley fundamental del progreso fundamental indefinido. Tanto en Francia como Inglaterra los economistas fueron influidos por esa filosofía, pero fue en este último país donde recibió primero su más amplia aplicación práctica mediante la adopción de una política librecambista en lo internacional, al mismo tiempo que se la fundamentó mejor por sus economistas: Hume, Smith, Ricardo y Mill. El concepto equilibrio tomado de la mecánica celeste fue trasladado al campo de la economía y desde entonces ha sido objeto de atención procurar la

conservación del equilibrio de las fuerzas económicas en un régimen de mercado libre. Acorde con el principio fisiocrático se consideró que el funcionamiento de la ley de la oferta y la demanda, dejada a su libre acción, conducía al equilibrio de las fuerzas económicas y generaba el máximo producto al mínimo costo. Los fisiócratas surgieron en Francia a mediados del siglo XVIII, encabezados por el Dr. Quesnay, secundado por Dupont de Nemours, sus principales discípulos. A partir de ellos el liberalismo económico comenzó a tomar carta de ciudadanía en las esferas oficiales de las cortes de Inglaterra y Francia y bien pronto, en el primer país, empezaron a observar que el libre desarrollo industrial se sucedía a la par con el progreso técnico, y que éste no era sino la aplicación mecánica de los inventos, cuyos frutos más ostensibles y benéficos producían al menos dos fenómenos tan importante como evidentes. El empleo de técnicas productivas aumentaba la eficacia del trabajo, que a su vez hacía posible aumentar el excedente económico y ganancias, el desarrollo industrial aumentaba también la demanda de bienes y servicios destinados a la producción y creaba así demanda para la inversión de las ganancias, transformándolas en acumulación de capital (equipos productivos y capital circulante para financiar crecientes volúmenes de producción). El comercio internacional libre de trabas resultaba ser la consecuencia necesaria del industrialismo de la economía inglesa que el estado se encargaba de prohijar por todos los medios. Con este enfoque había que desechar conductas e ideas aun prevalecientes, resabios del mercantilismo o derivas de concepto fisiocrático de que sólo la agricultura producía un excedente neto. Ya desde fines del siglo XVIII empezó a imperar el criterio en el continente europeo, sobre la necesidad de reducir los costos mediante aumentos de la productividad, incluidas las actividades industriales y comerciales, y a repudiar la intervención

del estado en la esfera económica. El librecomercio y los aspectos lucrativos empezaron a caracterizar de lleno a la sociedad capitalista.

Aportes de Adam Smith y de David Ricardo, la aportación más importante que Adam Smith hizo a la teoría del comercio internacional consistió en aplicar la teoría de la división del trabajo al intercambio internacional. Antes de él, algunos autores se habían referido a las ventajas de la división del trabajo, en el interior de un país, especialmente William Petty. El mérito de Smith consistió en haber presentado por primera vez un estudio sistemático de la economía política y, en materia de comercio internacional, demostrar la conveniencia de la especialización del trabajo entre los países y la aconsejable aceptación del intercambio entre éstos.

El comercio internacional el valor que atribuimos a las mercancías importadas no está determinado por el sacrificio que le cuesta al otro país ni por lo que el país le costaría esas mercancías importadas, sino por el costo de los artículos exportados que se dan en cambio. Por lo tanto, el precio de un artículo importado no depende de su costo de producción en el lugar de origen, sino del costo de adquisición en el lugar donde se adquiere. De similar manera un artículo exportado no se mide por el costo de producción en el lugar de donde procede, sino por su poder adquisitivo allí donde se vende. Concretamente, en materia de importación lo que interesa es el costo de producir los artículos exportados en comparación con lo que le costarían los artículos recibidos en cambio. Las ventajas principales del comercio internacional consisten en el mejor empleo de los recursos productivos con la finalidad de que mediante el comercio, cada país:

se provea de mercancías que no puede producir, obtenga aquellas que se producen en cantidad insuficiente, adquiera mercancías que, no obstante poderlas producir, las importa a un costo relativo menor. El hecho de que el mundo se divida en muchos países, con diferentes gobiernos y sistemas monetarios y arancelarios, no modifican el razonamiento según Online. Sin embargo, el comercio internacional con todos sus atributos por las restricciones que los gobiernos imponen a la competencia comercial, además de la complejidad monetaria y otros aspectos derivados de una autonomía nacional en diferentes estructuras económicas que a la vez acentúan las diferencias de equipos de factores.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Principales Teorías del Comercio Internacional

2.3.1.1. Teoría Pura y Monetaria del Comercio internacional (Ricardo, 1972)

Esta teoría plantea que el comercio internacional está comprendido por dos campos de estudio, el primero de la teoría pura y el segundo que es la teoría monetaria. La primera se refiere al análisis de valor aplicado al intercambio internacional y considera dos aspectos: El enfoque positivo, que se va a encargar de explicar y predecir los acontecimientos, para contestar a preguntas como: ¿por qué un país comercia de la manera en que lo hace?, ¿qué determina la estructura, dirección y el volumen del intercambio entre países?, ¿cuáles son las fuerzas que determinan si se va a importar o exportar un tipo u otro de producto? y ¿cuánto se intercambiaría de cada mercancía?. Sin embargo ésta misma teoría no ha contestado de manera determinante a ellas, sino que a través

de la evolución del comercio internacional, se ha demostrado que las variables que se pueden manejar y mover para contestarlas suelen ser muy distintas en cada país, dependiendo de su tipo de comercio. En segundo lugar, se encuentra el análisis del bienestar, el cual se encarga de investigar los efectos que tendrá un cambio de la demanda sobre la relación real de intercambio de un país, lo que lleva a preguntar en este caso ¿cuáles son las ventajas del comercio internacional en este caso? y si ¿aumenta o disminuye el consumo y la tasa de desarrollo económico con el comercio internacional?, en concreto, para la teoría pura se tiene que contar con un planteamiento teórico, después se deben investigar los hechos y finalmente se deben aplicar las medidas específicas que sean necesarias. En cuanto a la teoría monetaria, esta comprende dos aspectos:

- a) La aplicación de los principios monetarios al intercambio internacional, o dicho de otra manera, el enfoque que explica la circulación de la moneda así como sus efectos en: el precio de las mercancías, el saldo comercial, los ingresos, el tipo de cambio y el tipo de interés.
- b) El análisis del proceso de ajuste mediante el empleo de instrumentos monetarios, cambiarios y financieros, que tratan de contrarrestar los efectos de los desequilibrios de la balanza de pagos en cuanto a la duración, intensidad y amplitud, hasta restablecer el equilibrio o por lo menos hasta preservar el nivel que se desea.

Una de las principales razones que hacen necesarias ambas es que sirven al análisis teórico y práctico del comercio internacional y dan fundamento a la política comercial y a sus cambios.

2.3.1.2. Teoría del Equilibrio y el Comercio Internacional (Mill, 1870)

Esta teoría se basa en el estudio del mercado y de los precios de las mercancías en declive, concentrando su mayor interés en la obtención de la ganancia sin importar mucho como se obtenga. Dado que los teóricos del equilibrio concebían a la economía en estado estacionario, enfocaron su atención en los precios y en las cantidades que permitieran un movimiento estable de los productos desde el lugar en donde se producían hasta los centros comerciales sin que las condiciones establecidas fueran alteradas. En este proceso el dinero solo cumple la función de facilitar la medición económica sin importar el nivel de precios.

2.3.1.3. Comercio Internacional : Hacia una gestión competitiva (Cornejo, 1996)

Las negociaciones para un tratado de libre comercio entre el Perú y los EE.UU. oportunidades y desafíos Enrique Cornejo Ramírez en sus reflexiones finales menciona que haciendo un balance entre ventajas y desventajas vemos que el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los países andinos y los EE.UU. no obstante los problemas analizados puede ser beneficioso para los primeros, si se logra una negociación equilibrada con el mayor consenso interno posible. Para ello deben convocarse a todos los sectores y regiones de nuestros países, para que estén debidamente informados y tengan posibilidades concretas de participación o consulta en las negociaciones. La organización de los denominados “cuartos de al lado” en cada ronda de negociación (en la que participan empresarios, políticos, académicos, periodistas y representantes de organizaciones de la sociedad civil) es una buena forma de promover

transparencia y participación. Ello es importante porque en la fase de las negociaciones se pueden recibir aportes importantes, y en la etapa de la ratificación por parte de los Congresos (que constituye básicamente un debate político y no sólo técnico) pueden generarse los apoyos necesarios para lograr la correspondiente aprobación. Está claro que los temas sensibles están en los productos agropecuarios, los derechos de propiedad intelectual, el tratamiento de las PYMES, la protección de la biodiversidad y la condicionalidad norteamericana para “solucionar” algunos de los litigios pendientes con empresas de los EE.UU. Debemos tratar de incluir temas políticos en estas negociaciones, como son el tema del narcotráfico o el de la migración, para compensar el tratamiento político que abiertamente los EE.UU. le pone. El trabajo de la “agenda productiva interna” es también de gran importancia. Así, por ejemplo, en uno de los sectores más sensibles como es el agropecuario, debemos comprometernos en una “agenda para el agro”, que le dé rentabilidad a este sector tan importante para la seguridad alimentaria, la descentralización productiva, la generación de empleo y la superación de la pobreza. Esta “agenda” debe avanzar, con TLC o sin TLC. Es también una oportunidad para desarrollar las obras de infraestructura básica que necesitamos para un crecimiento competitivo (carreteras, puertos, aeropuertos) y la promoción de cadenas productivas transversales sierra-costa. En suma, un TLC con los EE.UU. puede contribuir al proceso de desarrollo de nuestros países. Es necesario desprendernos de prejuicios ideológicos o fundamentalismos de cualquier tipo y actuar con estrategia y responsabilidad. En todo caso, éste debe ser un acuerdo más en el marco de una geometría variable de negociación comercial, lo que significa que se debe trabajar paralelamente para desarrollar

acuerdos comerciales de tipo bilateral, regional, hemisférico o multilateral con todos los países y regiones del mundo. Nosotros debemos apoyar todos los TLC que sean necesarios. No sólo con EE.UU., sino también con la UE, Asia, Oceanía y América Latina. No hay que poner todos los huevos en una sola canasta”. En este marco desde nuestro punto de vista los países andinos deben ratificar su vocación integracionista, fortaleciendo el proceso andino de integración y creando bases sólidas para una plataforma sudamericana de integración con los países del MERCOSUR y Chile. El tema es que la negociación de un TLC no es la panacea para el desarrollo, pero sí puede ser una buena oportunidad para avanzar en el camino al desarrollo, como lo fue para España la decisión de ingresar al entonces Mercado Común Europeo. Nuestras preocupaciones tienen que ver con el análisis serio del proceso y con respuestas a preguntas tales como: ¿Cuál es el balance neto de comparar los beneficios con los costos? ¿Cómo afrontar los desafíos que un acuerdo de este tipo implica? ¿Cuáles son los costos implícitos o explícitos y cómo compensarlos? ¿Cómo aprovechar las ventajas que surgen? Mucho de lo que hay que hacer tiene que ver más con una agenda interna por el desarrollo pendiente por décadas y la necesaria atención a sectores tradicionalmente olvidados que con el acuerdo mismo. El tema da como para continuar en el debate y eso es lo que hay que hacer en todos nuestros países.

2.3.2. Teorías de la Economía Internacional

2.3.2.1. La teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith (1723-1790)

Donde indica que cada nación debe especializarse en producir esas mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían

exportados a la paga para las importaciones de las mercancías que se podrían producir más eficientemente a otra parte. Trata de que cada país se especializa en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de la producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional.

Las razones que lo llevaron a trabajar sobre este análisis a Adam Smith fueron tres: a) El dinero sólo era una técnica para realizar cálculos que no tenía en cuenta las relaciones productivas sino los intereses de las autoridades. b) La riqueza de una nación no se mide por la cantidad de oro acumulado, sino por la magnitud de su capacidad productiva en períodos y condiciones determinadas. c) El trabajo es el patrón único de medida que tiene la propiedad de invariable frente al tiempo y la distribución y con el cual todos los bienes pueden comprarse y la riqueza se puede cuantificar en términos reales. Su idea principal fue que para que exista comercio entre dos países, uno de ellos debe tener una ventaja absoluta en la producción de alguno de los bienes que se comercian.

Destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más

barato de lo que el país "B" pudiera producirlo. De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo. Adam Smith aclara su teoría por medio de un ejemplo sencillo, considerando a dos países, Estados Unidos e Inglaterra, los cuales están dotados de trabajo homogéneo y dedicado a la producción de dos bienes que son alimentos y tela. Para el caso de Estados Unidos se parte del supuesto de que se requiere de ocho unidades de trabajo para producir una unidad de alimento, y de cuatro unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca. Para el caso de Inglaterra, necesita de diez unidades de trabajo por cada unidad de alimento y dos unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca.

De esta manera se hace notorio que Estados Unidos es más eficiente en la producción de alimentos, mientras que Inglaterra lo es en la producción de telas; dicho en otras palabras, Estados Unidos tiene una ventaja absoluta en la producción de alimentos e Inglaterra la tiene en la producción de tela. De esta manera Adam Smith afirma que el comercio internacional entre ambos países es rentable, ya que una ventaja absoluta implica necesariamente una especialización en aquel bien en el que se tenga mayor eficiencia, dando como resultado un aumento en la producción mundial de todos los bienes. A pesar del planteamiento tan claro que hace esta teoría, hoy en día mucha gente considera que los exportadores deben tener una ventaja absoluta sobre sus competidores extranjeros, y aunque hasta cierto punto es cierto, esta teoría llega a ser superficial y engañosa. Si el comercio se basara en esta teoría se llegaría a la absurda conclusión de que Estados Unidos debería producir tanto

tela como alimentos, e Inglaterra por su parte no debería producir nada; cosa que solo tendría sentido si existiera libre movilidad del trabajo de un país a otro, pero esto no es posible por lo menos en la actualidad, por lo que se puede afirmar que la rentabilidad del comercio internacional no depende de una ventaja absoluta, sino más bien de una ventaja competitiva.

2.3.2.2. La ventaja comparativa de David Ricardo (1817)

Reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Es decir que una nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes. De ésta manera los países podrán exportar aquellos otros que su trabajo produce de forma relativamente más eficiente e importarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente más ineficiente. Esta teoría se basa en las diferencias entre la productividad de la mano de obra entre unas y otras naciones, estas diferencias hacen posible favorecer a algunos sectores. Para esta teoría, el trabajo es el único factor de producción y los países sólo difieren en la productividad del trabajo en diferentes industrias. Originalmente a Adam Smith se le atribuye la noción de ventaja absoluta, en la que explica y plantea que una nación exportará un artículo si es el productor de más bajo costo del mundo, pero David Ricardo llega a refinar esta teoría, hasta llegar a plantear lo que conocemos como la teoría de la ventaja comparativa, por medio de la cual reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Es decir que una

nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes.

De ésta manera los países podrán exportar aquellos otros que su trabajo produce de forma relativamente más eficiente e importarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente más ineficiente. Se puede concluir, que esta teoría se basa en las diferencias entre la productividad de la mano de obra entre unas y otras naciones, estas diferencias hacen posible favorecer a algunos sectores. Para esta teoría, el trabajo es el único factor de producción y los países sólo difieren en la productividad del trabajo en diferentes industrias. Por medio de esta teoría, se trata de demostrar que el comercio beneficia a un país en la siguiente forma: a) Si se piensa en el comercio como método indirecto de producción, es decir, que en lugar de producir un producto por sí mismo, un país se puede dedicar a producir otro tipo de bien e intercambiarlo por el bien que desee, que necesite o que no pueda producir por la misma ineficiencia con la que cuenta para hacerlo. De esta manera se puede decir que si un bien se importa es porque ésta producción indirecta requiere menos trabajo (para el país que lo realizó) que la producción directa. b) Esta teoría trata de demostrar que el comercio puede ampliar las posibilidades de consumo de un país lo que implica incremento en ganancias del comercio. Esta teoría ha desencadenado una serie de conclusiones que comúnmente se aceptan y que pueden ser falsas según la forma de pensar que se tenga del comercio exterior. Se plantea que un país gana con el comercio, incluso si se tiene menor productividad que sus socios comerciales en todas las industrias. Pero probablemente esta creencia no es tan falsa si pensamos que han existido

países (como Japón por ejemplo) que en un principio no contaban con los suficientes recursos naturales para tener una productividad superior en todas las industrias a comparación de sus socios comerciales, sin embargo sí han obtenido ganancias del comercio exterior. Y estas ganancias han sido obtenidas más por el ingenio para producir que por tener una mayor productividad ante los países con los que comercia.

Podemos ver que más que ser falsa en muchos casos ha sido verdadera. Si decimos que es falso que se obtengan ganancias aun con una menor productividad, estaríamos ignorando a países que empezaron teniendo una baja productividad y que hoy en día son considerados como potencias mundiales a nivel comercial como lo es Japón. Comenzó por preocuparse en tener una alta competitividad y no una alta productividad esto trajo como resultado, tener hoy en día una alta productividad y por lo tanto una alta competitividad. Esto se puede comprobar en la actualidad al hablar de un intercambio desigual existente entre Estados Unidos (E.U.A) y México, en donde precisamente las mercancías que se reciben de E.U.A traen consigo menos trabajo que las que exporta México, debido a las diferencias en tecnología. Comparando la teoría de la ventaja comparativa con el resto de las teorías antes mencionadas, ésta se acerca al tipo de comercio que muchos países realizan, ya que sólo llegan a exportar aquellos productos en los que tienen mayor productividad o son más eficientes, e importan aquel bien en el cual no se es eficiente o en el que simplemente implica mayor costo producirlo que importarlo.

2.3.3. Ventaja Competitiva Michael Porter (1985)

Es el valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes. Para Porter, el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que la empresa les proporciona. Una empresa es lucrativa si el valor que obtiene de sus compradores supera al coste necesario para crear el producto. El crear productos para los compradores cuyo valor exceda al coste es la meta de toda estrategia empresarial. Para analizar el valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, Porter utiliza lo que él llama la cadena de valor, o sucesión de actividades empresariales en las que surge el valor.

Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva

El liderazgo en costos, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios. Acceso privilegiado a las materias primas, oferta de un número mayor de productos en el mercado, ya que a mayor producción corresponde un menor costo per cápita, mayor eficiencia en las faenas que conlleva la producción, como puede ser un sistema de piezas obtenidas con máquinas en comparación con la producción manual- un diseño del producto capacitado para facilitar su producción.

La diferenciación, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes. Algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser: materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado, un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo, ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. Es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma, en el caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos. Sin embargo mientras éste último no permite a dos empresas oponentes de afirmarse con igual fuerza en el mercado, con la diferenciación dos empresas del mismo rubro que apuestan en características distintas para sus productos podrían lograr ambas un buen resultado en el mercado.

El enfoque, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. Ejemplos concretos de enfoque pueden ser: una categoría especial de potenciales compradores, un área geográfica específica, un segmento particular de la línea de productos.

2.3.1. Agroexportación y agroindustria: Generadoras de crecimiento sostenible (Zehnle, 2007).

Aunque de distintas maneras y a distintos niveles, en todos los países y regiones la agricultura y la pecuaria es o ha sido de extrema importancia para el desarrollo de los mismo. Tanto Perú como Bolivia son países con gran potencial agroexportador, que en últimos años han elevado notablemente sus niveles de exportación. En ambos países confluyen una serie de características (ubicación geográfica, bajos precios de los terrenos de cultivo, cómoda mano de obra) que impulsan la actividad agrícola. Poco a poco además están dejando de ser países netamente agroexportadores y pasando al siguiente nivel: la agroindustria. De esa manera ya no solo se venden los productos agropecuarios en su estado natural; éstos son procesados, agregando valor a la materia prima, generando nuevos y mejores puestos de trabajo y abriendo mercados para nuestros productos. En Alemania la agroexportacion no es un tema de importancia para su economía. Sin embargo la agricultura es importante a nivel social, siendo ésta la razón principal de los altos subsidios al sector. Por otro lado la ciencia agrícola se ha desarrollado en países como Alemania, brindando nuevas técnicas que países como Perú y Bolivia pueden aprovechar.

2.3.2. Desempeño Comercial de las Empresas Promovidas por el Desarrollo Alternativo Perú, (Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito, 2012)

Durante el 2012, se evidenció una menor demanda de café en los principales países importadores. Varios factores explican esta situación. En primer lugar,

la crisis internacional que afectó principalmente a Estados Unidos y Europa. Asimismo, la mayor oferta mundial del grano, que llegó a alcanzar el record histórico de 8.6 millones de toneladas métricas, debido al incremento de la producción en países como Brasil que registró un crecimiento del orden del 17% (lo que representó el 60% de la producción de América Latina y el 35% de la producción mundial). El Perú no fue ajeno al impacto de estos factores, por lo que el valor de sus exportaciones de café en sus diversas presentaciones disminuyó en un 36%, llegando a los US\$ 1,016 millones durante el 2012, frente a los US\$ 1,581 millones registrados para el 2011. En ese contexto, las empresas cafetaleras apoyadas por el Desarrollo alternativo, tuvieron una reducción promedio de sus ingresos del 31% con relación al año 2011, momento en el que sumaron US\$87.1 millones.

2.4. Marco Conceptual

2.4.1. Economía internacional

Conjunto de relaciones productivas, comerciales, financieras, monetarias, sociales y políticas que conforman el orden económico mundial, bajo el cual se estructura las formas de producción y cooperación entre países. Rama que estudia la manera cómo interactúan diferentes economías en el proceso de asignar recursos escasos para la satisfacción humana, centrándose en dos o más economías, La economía internacional se divide en dos ramas: el comercio internacional que es la teoría de intercambio, de equilibrio estático de largo plazo y las finanzas internacionales que se centran en los aspectos monetarios de relaciones internacionales (Hernández, 2006).

2.4.2. Comercio internacional

Es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan. El comercio internacional constituye uno de los factores dinamizadores del crecimiento económico de los países. El intercambio de productos entre naciones permite que la especialización productiva de cada una de ellas genere bienestar para el conjunto de sus ciudadanos.

Origen del comercio internacional

Se encuentra en el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo.

Beneficios que brinda el comercio internacional.

Permite que un país cuente con mayor cantidad de bienes que los que podrían producirse en aislamiento, con una dotación escasa de recursos productivos. Mientras más favorable sea la relación real de intercambio para un país, mayor será el beneficio que le producirá el comercio internacional en comparación con los que obtengan los restantes países. Utilidad, la determina la empresa, utilidad pretendida condicionada por la competencia en el mercado internacional.

Incentivos son los que promueve el estado para el desarrollo de las exportaciones; tanto de orden fiscal como financiero. (Cuenca, Eduardo. et. al. 2012)

2.4.3. Modelo Agroexportador

Es el nombre que recibe el modelo económico que se instala en un determinado país y que privilegia la producción agropecuaria de sus regiones por sobre la industrial, exportando e importando productos manufacturados. Una de las principales críticas que recibe este modelo es que algunos sostienen que genera pobreza y dependencia de los países industrializados, es decir, de aquellos que han instaurado un modelo industrial, ya que la materia prima normalmente tiene un valor menor que el de la manufactura, por lo cual, el ingreso de los productores agropecuarios será menor que el de un industrial y esto a su vez se traslada al consumo.

2.4.4. Potencial exportador

El potencial exportador es la facultad que tiene una empresa para exportar, utilizando sus fortalezas, debilidad espera aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional. El análisis del potencial exportador es vital para la inserción de la empresa en el mercado global, ya que identifica las capacidades en las diferentes etapas del proceso del comercio exterior.

2.4.5. Agroexportacion

Es la venta de mercancías al extranjero, esto quiere decir que una empresa agroexportadora produce materias primas que comercializa en países diferentes al propio.

2.5. Definición de términos básicos

Potencialidad

Es la fortaleza que existe en un ámbito o sector, el potencial económico de nuestra región tiene que explotarse para que genere riquezas. Además se refiere a las capacidades que una persona puede desarrollar. Abarca incluso aquellas capacidades que no existen de manera natural en cada uno de nosotros pero que se pueden desarrollar a partir del interés que nos producen y de una práctica adecuada.

Limitantes

Consiste en el establecimiento de aquellos límites u obstáculos que impiden algo.

El desarrollo económico

Es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Además es proceso por el que las naciones alcanzan la transformación de su sistema socioeconómico. Esto significa que existen mejoras en la calidad de los recursos y cambios positivos en las actitudes, instituciones y valores de la sociedad.

CAPITULO III: PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

Las potencialidades para el desarrollo de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, durante los años 2010 al 2015 fueron: adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinámico proceso de comercialización y las limitantes fueron: deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores y bajo nivel desarrollo de tecnología.

3.1.2. Hipótesis específicas

- La evolución, producción de café y tara ha variado, en las provincias de la región de Cajamarca y en el Perú.
- Las potencialidades para la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca: 2010-2015, ha sido las adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinámico proceso de comercialización.
- Las limitantes para agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca: 2010-2015, ha sido deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores, bajo nivel desarrollo de tecnología.

3.2. Variables

Vx: Potencialidades y limitantes para la agroexportación de café y tara

Vy: Desarrollo de la agroexportación del café y tara en la región
Cajamarca

3.3. Operacionalización

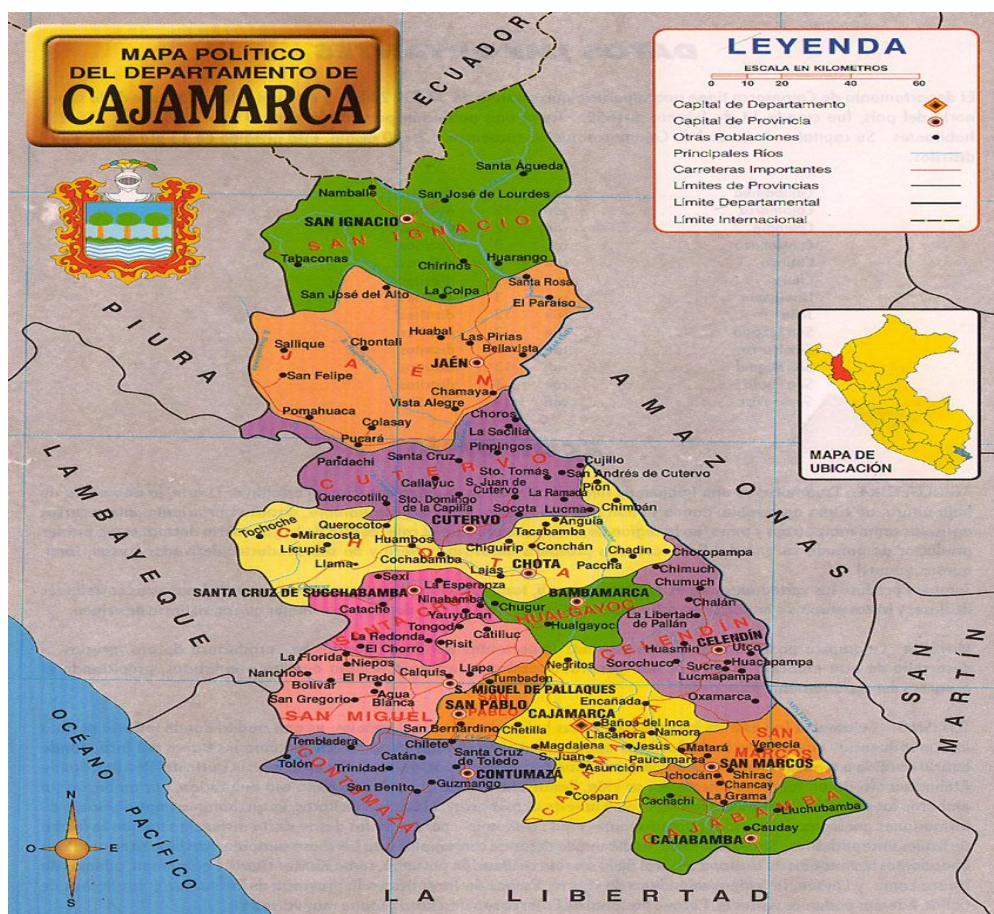
Título: Potencialidades y Limitantes del desarrollo de la agroexportación en la Región de Cajamarca, Periodo 2010-2015.						
Hipótesis	definición conceptual	Definición operacional de las variables/ categorías			fuentes o instrumentos de recolección de datos	
		Variables	Dimensiones	Indicadores		
<p>Hipótesis</p> <p>Las potencialidades para el desarrollo de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, durante los años 2010 al 2015 fueron: adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinámico proceso de comercialización y las limitantes fueron: deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores y bajo nivel desarrollo de tecnología.</p>	<p>Potencialidades</p> <p>Incremento de la producción y productividad agropecuaria en áreas ocupadas, mediante la aplicación de modelos de producción y tecnologías adaptadas a la zona. Diversificación de la producción de los productos en zonas de mejores suelos, y tecnificación de los cultivos.</p> <p>Limitaciones, la baja productividad e ingresos de los agricultores y alta dependencia de productos de primera necesidad traídos de otras regiones, ocasionados principalmente por la poca diseminación de las tecnologías disponibles, escasos servicios a la producción y falta de incentivos.</p> <p>Desarrollo de agroexportación, es el conjunto de acciones que tienen como fin la creación de nuevos satisfactores y/o la actualización, cambio o mejoramiento de satisfactores existentes, con el fin de comercializarlos para obtener. La satisfacción de las necesidades o deseos de los consumidores, Generar ingresos para que las empresas puedan operar, actualizarse y crecer.</p> <p>Agroexportación, es la fase final y la de mayores exigencias de la producción agropecuaria, a la que se debe brindar especial.</p>	Potencialidades y limitantes para la agroexportación	Adecuadas técnicas productivas y productividad	Área Cultivada	Encuestas	
				Tecnología		
				Suelo, clima, agua		
			Eficiente gestión empresarial	Asociatividad Cooperativas	Análisis documental	
			Dinamismo proceso de Comercialización	Empresas acopiadoras Empresas exportadoras		
			Deficiente manejo sanitario y fitosanitario	Medidas sanitarias y fitosanitarias	Encuestas	
			Escasez de créditos para los productores	Falta de oportunidades económicas	Encuestas	
			Bajo nivel de desarrollo tecnología	Conocimientos tecnológicos	Entrevistas	
			Satisfacción de las necesidades	Productos con calidad para la exportación	entrevistas	
					Análisis documental	
		Desarrollo de la agroexportación en la región Cajamarca				
Gestión Empresarial en el sector agroexportador	Capacidad en gestión en comercio exterior	Encuestas				
		Entrevistas				

CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación Geográfica

El departamento de Cajamarca, situado en la zona norte del país, cubre una superficie de 33 318 Km², que representa el 2,6 por ciento del territorio nacional. Limita por el norte con la República del Ecuador, por el este con el departamento de Amazonas, por el sur con La Libertad y por el oeste con Lambayeque y Piura. Políticamente está dividido en 13 provincias y 127 distritos, siendo su capital la ciudad de Cajamarca.

Figura 1: Mapa del Departamento de Cajamarca



Fuente: Gobierno Regional de Cajamarca/Banco Central de Reserva del Perú, 2016

4.2. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación científica es no experimental, porque no se manipula ninguna variable de carácter causal y en el tiempo es de carácter longitudinal, es decir se tomó como referencia la información a un tiempo determinado en un punto determinado.

4.3. Métodos de investigación

Los métodos de investigación que se aplicaron para el desarrollo de esta investigación de potencialidades y limitantes del desarrollo de agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca, son los considerados los más adecuados.

Inductivo – Deductivo

Se aplicó este método inductivo mediante la observación de hechos o acontecimientos de carácter particular dentro del área estudiada, con el propósito de llegar a las conclusiones sobre la base del análisis de la información descrita de dichos fenómenos particulares. El método deductivo se utilizó para obtener la particularización y la determinación de los elementos puntuales en el desarrollo de la presente investigación, sobre la base de conceptos generales, economía internacional, comercio internacional, origen del comercio internacional, beneficios del comercio internacional, modelo agroexportador, agroexportación y todos los temas teóricamente fundamentados.

Hipotético –Deductivo

Éste método, nos permitió observar los fenómenos e identificar situaciones generales y particulares de los productores de café y tara, permitiéndonos establecer las conclusiones y generalizar los resultados de la investigación en las potencialidades y limitantes del desarrollo de agroexportacion en la región de Cajamarca periodo 2010-2015.

4.4. Nivel de investigación

4.4.1. Investigación Descriptiva.

Permitió profundizar y conocer el conocimiento de la realidad, donde se analizó a 92 de productores de café, tara y las potencialidades y limitantes que influyen directamente en el desarrollo de la agroexportacion en la región de Cajamarca, para obtener el conocimiento objetivo del problema, sujeto a la investigación Además porque se describieron las principales características de las variables indicadas en el presente estudio y se ha aplico todos los conocimientos teóricos previos para solucionar el fenómeno estudiado.

4.5. Población, muestra, unidad de análisis y unidad de observación

4.5.1. Población

La población de productores de café y de tara productos reconocidos en la región de Cajamarca, asciende a un número de 48,010 y se encuentran ubicados en las provincias de: San Ignacio (21000 productores), Jaén (12000 productores) , San Miguel (2000 productores), aproximadamente haciendo un total de 35 000 que se dedican a la producción de café, según Luis Peña y Wilfredo Cholán y considerado en su informe al mes de abril del año 2016; los productores de tara asciende a un numero de 13,010 y se encuentran ubicados en las provincias de: Celendín (Utco, Huasmín, Celendín y Miguel Iglesias) cuentan con 70 productores; Cajamarca (Chetilla, Cospán, Jesús, San Juan, Asunción y Magdalena) 4,450; San Pablo (San Bernardino, San Luis y San Pablo) cuentan con 900 productores; San Miguel (San Miguel y San Gregorio) cuentan con 130 productores; Contumazá (Contumazá, San Benito y Guzmango) cuentan con 800 productores; San Marcos (Chancay, Eduardo Villanueva, Ichocán, José Manuel Quiroz y Pedro Gálvez) cuentan con 4500 productores; Cajabamba (Cajabamba, Condebamba, Chuquibamba y Cachachi) cuentan con 2160, según la Dirección Regional de Agricultura Cajamarca, 2016.

4.5.2. Muestra

El tamaño de la población entre los productores de café y tara en la región de Cajamarca asciende a un número de 48 010. Y para calcular el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula estadística.

$$N = \frac{Z^2 \times Q \times P \times N}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times Q \times P}$$

Identificar	Descripción	Valor
Z:	Nivel de confiabilidad al 95%	1.96
P:	Probabilidad de éxitos	0.6
Q:	Probabilidad de Fracazos	0.4
N:	Tamaño de la población	48010
E:	Error admisible	0.1

Obteniéndose una muestra de 92 productores de café y tara en la región de Cajamarca, se aplicó las encuestas de la siguiente manera: 67 productores de café encuestados y 25 productores de tara encuestados.

Productores de café	<u>35000</u>	73%	92	67	Productores de café encuestados
Total productores	48010				

Tabla 1: Productores de café encuestados, 2016.

Provincias	N° productores	% encuesta	N° de encuestados
San Ignacio	21000	60%	40
Jaén	12000	34%	23
San Miguel	2000	6%	4
Total	35 000		67

Fuente: Elaboración por la autora, 2016.

Productores de tara	$\frac{13010}{48010}$	27%	92	25	Productores de tara encuestados
Total productores					

Tabla 2: Productores de tara encuestados, 2016.

Provincias	N° productores	% encuesta	N° de encuestados
San Marcos	4500	35%	9
Cajamarca	4450	34%	9
Cajabamba	2160	17%	4
San pablo	900	7%	2
Contumazá	800	6%	2
San Miguel	130	1%	0
Celendín	70	1%	0
Total	13010		25

Fuente: Elaboración por la autora, 2016.

4.5.3. Unidades de análisis

La unidad de análisis para la presente investigación constituye el productor de café y tara en la región de Cajamarca.

4.6. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

Durante la ejecución de la presente investigación de potencialidades y limitantes del desarrollo de agroexportación de café y tara, se aplicó un criterio profesional en actuar en calidad de investigador, el mismo que sirvió para establecer la utilización y combinación de las técnicas más adecuadas, que permitan la obtención de la evidencia suficiente y pertinente, a fin de obtener una base objetiva y profesional, que sustente las conclusiones y recomendaciones de la presente tesis. La información obtenida en el transcurso del trabajo de investigación se basó principalmente en las siguientes técnicas: entrevistas, encuestas, análisis documental. Instrumento a utilizar es el cuestionario para la encuesta.

4.6.1. Entrevista

Mediante esta técnica de investigación se realizó una evaluación crítica, objetiva y minuciosa de los elementos en estudio con el propósito de establecer su conformidad con los criterios teóricos. Se entrevistó a productores de café.

4.6.2. Encuesta

Se aplicaron a los productores de café y tara en la región de Cajamarca, de las diferentes provincias como son: San Ignacio, Jaén, Celendín, Cajamarca, San Pablo, San Miguel, Contumazá, San Marcos y Cajabamba. Permittiéndonos conocer los criterios y opiniones de los productores que conforman las asociaciones y cooperativas a fin de conocer sus criterios sobre el manejo de la cadena productiva de dichos productos.

4.7. Matriz de Consistencia Metodológica

Título: Potencialidades y Limitantes del Desarrollo de la agroexportación en la Región de Cajamarca, Periodo 2010-2015								
formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables/ categorías	Dimensiones/factores	Indicadores /calidades	fuentes o instrumento de recolección de datos	Población y muestra	
<p>¿Cuáles son las potencialidades y limitantes para el desarrollo de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, periodo 2010-2015?</p> <p>Problema Específicos</p> <p>¿Cuál ha sido la evolución y producción de agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca: 2010 al 2015?</p> <p>¿Cuáles son las potencialidades de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca?</p> <p>¿Cuáles son las limitantes de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar las potencialidades y limitantes de los productos de agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, periodo 2010-2015 y proponer estrategias competitivas.</p>	<p>Hipótesis</p> <p>Las potencialidades para el desarrollo de la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, durante los años 2010 al 2015 fueron: adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinámico proceso de comercialización y las limitantes fueron: deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores y bajo nivel desarrollo de tecnología.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>La evolución, producción de café y tara ha variado, en las provincias de la región de Cajamarca, en el Perú.</p> <p>Las potencialidades para la agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca: 2010-2015, ha sido las adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinámico proceso de comercialización.</p> <p>Las limitantes para agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca: 2010-2015, ha sido deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores, bajo nivel desarrollo de tecnología.</p>	<p>Potencialidades y limitantes para la agro exportación</p>	<p>Adecuadas técnicas productivas y productividad</p>	<p>Área Cultivada</p> <p>Tecnología</p> <p>Volumen de producción</p> <p>Suelo, clima, agua</p>	<p>Dirección Regional de Agricultura Cajamarca</p> <p>Análisis documental</p> <p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p> <p>Análisis documental</p>	<p>Población</p> <p>La población de productores de café y de tara en la región de Cajamarca, asciende a un número de 48,010 los productores de café se encuentran ubicados en las provincias de: San Ignacio (21000 productores), Jaén (12000 productores), San Miguel (2000 productores) que asciende a un total de 35 000, que se dedican a la producción de café, según Luis Peña y Wilfredo Cholán y considerado en su informe al mes de abril del año 2016; los productores de tara asciende a un número de 13,010 y se encuentran ubicados en las provincias de: Celendín cuentan con 70 productores; 4,450; San Pablo cuentan con 900 productores; San Miguel cuentan con 130 productores; Contumazá cuentan con 800 productores; San Marcos cuentan con 4500 productores; Cajabamba cuentan con 2160, según la Dirección Regional de Agricultura Cajamarca, 2016.</p>	
	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar y analizar la evolución y producción de agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca: 2010-2015.</p>			<p>Determinar y analizar cuáles son las potencialidades existentes para el desarrollo de agroexportación del café y tara en la región Cajamarca, periodo 2010-2015.</p>	<p>Deficiente manejo sanitario</p>			<p>Medidas sanitarias y fitosanitarias</p>
	<p>Determinar y analizar cuáles han sido limitantes de la agroexportación de café y tara en la región Cajamarca, periodo 2010-2015.</p>			<p>Escasez de crédito para productores</p>	<p>Falta de oportunidades económicas</p>			<p>Conocimiento tecnológico</p> <p>Calidad de productos</p>
	<p>Elaborar propuesta para incrementar la capacidad de agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca.</p>			<p>Desarrollo de la agroexportación en la región Cajamarca</p>	<p>Productores con capacidad de exportación</p>			<p>Cantidad de productores en asociaciones y cooperativas para la agroexportación</p>

CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de los resultados

5.1.1. Evolución de la producción de café y tara en Perú y el Mundo

5.1.1.1. Café (*Coffea*)

Variedades de café en el Perú

El café se desarrolla con relativa facilidad desde los 600 hasta los 1800 metros sobre el nivel del mar en todas las regiones geográficas del Perú. Sin embargo, el 75% de los cafetales está sobre los 1,000 msnm. A diversidad de combinaciones de climas, suelos, precipitación y luz solar constituye un escenario propicio para el cultivo del café. Los cafés del Perú son *Coffea* arábica con distintos perfiles de sabor, aroma y acidez. Las variedades que se cultivan son: Typica 70%, Caturra 20% y otras 10%, el 90% del café peruano crece bajo sombra, principalmente de leguminosas, a una densidad promedio de 2,000 plantas por hectárea. En concordancia con las tendencias actuales, algunos grupos de agricultores peruanos se han especializado y trabajan en orgánico y otros cafés especiales, reconocidos por su perfil y características peculiares como su calidad de taza, acidez y sabor balanceado que se ajusta muy bien a los microclimas, la temperatura y la estricta altura (1400 - 1800 msnm).

El café con denominación de origen se aplica a cafés que provienen de determinados territorios geográficos, que por su microclima, variedad, composición y suelo son responsables de un aroma y sabor característico. Como orgánico es denominado el café que proviene de cultivos con

determinado tipo de manejo agronómico, que se caracteriza por prácticas de conservación del suelo y por emplear métodos que emulan procesos ecológicos. El café de comercio justo proviene de organizaciones de productores, a las cuales se les garantiza un precio mínimo y acceso a un pre-financiamiento de la cosecha por el comprador.

Zonas de Producción

El café se produce en 210 distritos rurales ubicados en 47 provincias de 10 departamentos, de un total de veinticuatro, que conforman el Perú. La superficie cultivada con café ocupa 230,000 hectáreas distribuidas en tres zonas, siendo la región más apropiada para obtener los mejores rendimientos con alta calidad la que se ubica al extremo central oriental de la Cordillera de los Andes, en la denominada zona de la selva, bajo una ecología tropical. La zona norte consta de 98 mil hectáreas cafetaleras que constituyen el 43% del área total cultivada y está conformada por los departamentos de Piura, Cajamarca, Amazonas y San Martín. La zona central abarca unas 79 mil hectáreas, es decir un 34% de los cafetales de la nación, que comprende Junín, Pasco y Huánuco. En la zona sur, 53 mil hectáreas que componen el 23% del área total, está integrada por los departamentos de Apurímac, Ayacucho, Cusco y Puno. El 85% de los productores tienen propiedades que fluctúan entre 0.5 y 5 hectáreas.

Tipos de café que se exporta en Perú

“El café es el principal producto de agroexportación del Perú, con un valor FOB de exportación que supera los US\$ 1,500 millones que se llegó en el

2011, y este año se proyecta cerrar las ventas al exterior con más de US\$ 750 millones. El Perú es hoy en día, un referente a nivel mundial de cafés especiales, siendo el segundo productor y exportador de café orgánico a nivel mundial, además de ser el principal abastecedor de EE.UU. de café especial bajo el sello de Fair Trade (Comercio Justo), abarcando el 25% de este nicho de mercado”. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).

Principales productores de café del mundo

El mayor productor de café del mundo sigue siendo Brasil, consiguió recientemente la primera posición en el mercado gracias a las grandes cantidades de café Robusta que produce. En el siguiente cuadro pueden observarse los principales países productores de café del mundo en el año 2015 ordenados según el porcentaje de producción mundial.

Tabla 3: Principales productores de café en el mundo en año 2015.

Puesto	País	Producción (en miles de Kg)	Porcentaje de producción mundial
1	Brasil	2.594.10	30,16
2	Vietnam	1.650.00	19,18
3	Colombia	810.00	9,42
4	Indonesia	660.00	7,67
5	Etiopía	384.00	4,46
6	India	350.00	4,07
7	Honduras	345.00	4,01
8	Uganda	285.00	3,32
9	México	234.00	2,72
10	Guatemala	204.00	2,37
11	Perú	192.00	2,23
12	Nicaragua	130.00	1,52
13	Costa de Marfil	108.00	1,26
14	Costa Rica	89.52	1,04
15	Kenia	50.00	0,58
16	Tanzania	48.00	0,56
17	Papúa Nueva Guinea	48.00	0,56
18	El Salvador	45.70	0,53
19	Ecuador	42.00	0,49
20	Camerún	34.20	0,40

Fuente: Infocafe/elaboración: International Coffee Organization (www.ico.org) 2015.
<http://www.infocafe.es/cafe/principales-productores-cafe.php>. Principales productores de café en el mundo.

Evolución anual de la producción mundial de café

Desde el año 2010 hasta 2015 la producción mundial de café se ha incrementado en más de un 50%. La siguiente tabla muestra la evolución en la producción mundial de café (en millones de Kg) desde 2010 hasta el año 2015.

Tabla 4: Producción mundial de café

Año	En millones de Kg
2010	8.03
2011	8.21
2012	8.87
2013	8.79
2014	8.48
2015	8.60

Fuente: Infocafe/ elaboración: International Coffee Organization (www.ico.org), 2015. <http://www.infocafe.es/cafe/principales-productores-cafe.php>. Producción mundial de café.

Pese a que América soporta actualmente más del 55% de la producción mundial de café, este incremento se ha debido principalmente al aumento de la producción experimentado en Asia, que en esos 25 años ha conseguido multiplicar su producción inicial por 20.

Evolución de la producción de café por países

Brasil mantiene, desde antes de 2010, el primer puesto como país productor de café con bastante diferencia sobre el resto de países. Vietnam ha experimentado un crecimiento impresionante desde 1990, pasando desde el puesto 17 al segundo mayor productor de café, desplazando a Colombia a la tercera posición y a Indonesia a la cuarta durante esos 25 años. Aunque no ha sido tan importante como el de

Vietnam, cabe destacar el crecimiento en la producción de Nicaragua, Perú e incluso Honduras en los últimos 25 años. Se pueden ver los cambios en el ranking de productores mundiales de café en el año 2015.

Tabla 5: Producción de café por países en el año 2015 (en miles de Kg)

País	Producción en millones de Kg	Posición
Brasil	43.23	1
Vietnam	27.50	2
Colombia	13.50	3
Indonesia	11.00	4
Etiopia	6.40	5
India	5.83	6
Honduras	5.75	7
Uganda	4.75	8
México	3.90	9
Guatemala	3.40	10
Perú	3.20	11
Nicaragua	2.17	12
Costa de Marfil	1.80	13
Costa Rica	1.49	14
Kenia	833.00	15
Papúa Nueva Guinea	800.00	16
Tanzania	800.00	17
El Salvador	762.00	18
Ecuador	700.00	19
Camerún	570.00	20

Fuente: Infocafe/ elaboración: International Coffee Organization (www.ico.org), 2015/
<http://www.infocafe.es/cafe/principales-productores-cafe.php/Evolución> de la producción de café por países.

Principales importadores de café del mundo

Estados Unidos es el mayor importador de café del mundo. Le siguen Alemania, Italia, Japón y Francia. Lo que llama la atención en el caso de Alemania es que vuelve a exportar más del 55% de todo el café que importa en forma de producto procesado. En el siguiente cuadro pueden verse los principales países importadores de café del mundo ordenados según el número de Kilogramos

importados en el año 2013. También se puede ver la cantidad de café que vuelve a exportar cada uno de estos países en forma de producto procesado.

Tabla 6: Principales importadores de café a nivel mundial durante el año 2015.

Posición	País	Importación (en millones de Kg)	exportación (en millones de Kg)
1	Estados Unidos	1.620,96	194,88
2	Alemania	1.270,44	721,20
3	Italia	530,04	190,92
4	Japón	502,86	5,52
5	Francia	402,78	60,84
6	Bélgica	330,12	255,42
7	España	308,22	98,16
8	Canadá	271,20	60,36
9	Federación Rusa	259,74	33,24
10	Reino Unido	252,36	82,80
11	Países Bajos	204,42	106,86
12	Polonia	197,04	96,90
13	Suiza	160,02	92,82
14	República de Corea	128,46	22,86
15	Argelia	127,50	0,00
16	Malasia	117,42	86,40
17	Suecia	102,54	32,04
18	Australia	100,02	7,50
19	Austria	93,30	18,66
20	Ucrania	84,18	3,90

Fuente: Infocafe/ elaboración: International Coffee Organization (www.ico.org), 2015/
[http://www.infocafe.es/cafe/principales-productores-cafe.php/Principales importadores de café a nivel mundial](http://www.infocafe.es/cafe/principales-productores-cafe.php/Principales_importadores_de_café_a_nivel_mundial).

San Ignacio es una provincia de Cajamarca ubicada a 1324 m.s.n.m; es conocida como la tierra del Café. Su población tiene por actividad económica la agricultura la cual se basa exclusivamente al cultivo del café. La producción anual de café en San Ignacio llega aproximadamente a 1 millón de quintales es comercializado por Asociaciones y Cooperativas conformadas por pequeños productores, los cuales en su mayoría están certificados con reconocidos sellos como Orgánico y Comercio Justo, lo

cual les otorga una ventaja competitiva para ingresar a diferentes mercados internacionales (Peña Luis. et.al, 2016)

Seis cooperativas que agrupan a 5,000 agricultores cafetaleros de Jaén y San Ignacio, en Cajamarca, han formado el Complejo Agroindustrial “Alto Marañón”, con el objetivo de mejorar la productividad de café. Esta corporación agrupa a 5,000 pequeños cafetaleros, quienes también han comenzado a cultivar cacao, El complejo agroindustrial tiene como soporte productivo 12,500 hectáreas de café y una cosecha promedio de 210 mil quintales, con demanda creciente en el mercado debido a la consistencia de su calidad. Las organizaciones que pertenecen a este complejo son la Central Fronteriza de Cafetaleros (CENFROCAFÉ), la Asociación Provincial de Cafetaleros Solidarios de San Ignacio (APROCASSI), la Unión de Cafetaleros Ecológicos (UNICAFEC), así como las cooperativas Prosperidad y Chirinos, Sol y Café, y la cooperativa del Valle del Alto (COOPVAMA), Cooperativa Agraria Santuario de la Frontera Ltd. (CASFRO), entre San Ignacio y Jaén se produce el 23% de la producción nacional de café” (Info región, 2012).

Está determinada por la campaña cafetalera que dura 12 meses y tiene 4 etapas definidas, el comportamiento de la planta en cada etapa es diferente y determina las labores culturales que se realizan.

Descanso: (Julio y Agosto)

Floración: (Setiembre, Octubre, Noviembre)

Llenado de grano: (diciembre, enero, febrero, marzo).

Cosecha: (abril, mayo, junio).

Certificación orgánica

Según el Proyecto Especial de Titulación de Tierras (PETT), solamente el 21% de las tierras agrícolas está titulado. La provincia de San Ignacio tiene 252,763 hectáreas cultivadas, lo que equivale al 14.8% del área total del departamento de Cajamarca; 17,943 productores agropecuarios, que equivalen al 9% del departamento y 31,737 Unidades Agropecuarias, que equivalen al 9% del total departamental”. Entonces, este tema es importante en cuanto a la producción cafetalera. Teniendo en cuenta que el café es el principal producto agrícola de exportación en el Perú y que es la principal fuente de ingresos para San Ignacio, es necesario promover en mayor medida esta actividad. Según la Asociación Provincial de Cafetaleros Solidarios de San Ignacio (APROCASSI), existe una producción anual de 650 mil sacos de café de 55.2 kg. Además, a nivel de la provincia hay 87,500 hectáreas cultivadas con dicho producto, desde los 1200 a los 1800 msnm, donde se concentran los mayores Sellos de Certificación Orgánica y Comercio Justo. Sin embargo, solo el 30% de la producción es certificada, y las variedades predominantes son los Typycas, Caturra, Gran Colombia y Catimores. Se estima, de otro lado, que son 35 mil las familias que se dedican a esta producción en la zona (Peña Luis. et.al, 2016)

Perspectivas cafetaleras

Según APROCASSI, existe una floración de los cafetaleros, pues hay más de 15 mil hectáreas renovadas. En un promedio de tres años, se estima un incremento de un 15%, a comparación de la campaña 2015. En tal sentido

y en vista de que la producción de café es un tipo de agricultura sostenible y rentable para los productores de San Ignacio, es necesario que se fortalezca la asociatividad y cooperación, para que en mayor medida se pueda acceder a mercados promisorios y de comercio justo. Es bien sabido que la tendencia mundial está orientada al consumo de productos orgánicos con certificación. Ahí la oportunidad de conseguir un mercado fijo, no solo para el café sino también para otros productos, ya que las condiciones climáticas y geográficas de la provincia permiten seguir apostando por productos orgánicos (Peña Luis. et.al, 2016)

5.1.1.2.Tara (*Caesalpinia spinosa*)

Las variedades de tara son: almidón común, almidón gigante, morocho, Roja ayacuchana y verde esmeralda. Y los derivados son: tara en vaina, tara en polvo, ácido tánico, ácido gálico, goma de tara. Piura produce 370 toneladas métricas de Tara entre las provincias de Ayabaca y Huancabamba, representando el 1% de la producción nacional en comparación con las regiones de Cajamarca 45%, La Libertad 18%, Ayacucho 14%, Ancash 8%. El Perú es el primer productor de Tara a nivel mundial, y se exporta en presentaciones de polvo y goma. La exportación de tara en polvo en el año 2015, alcanzó los U\$15.4 millones FOB. El precio promedio en el mes de julio fue de U\$1.52 FOB kilo comparado con el 2014, que fue de U\$ 1.43 FOB. La tara en goma alcanzó los U\$3.7 millones FOB en mayo del 2015. El precio promedio en abril fue de U\$ 5.09 FOB kilo y en el 2014, fue de U\$ 6.03 FOB.

En el año 2015 el Perú produce el 80% de la tara a nivel mundial, y los departamentos de mayor producción son Cajamarca 41%, Ayacucho 16%, La Libertad 13% y Huánuco 13%. Hay nuevas iniciativas en Ica y Lambayeque. Sin embargo, sólo se llega a exportar unas 5 mil toneladas, y la demanda mundial es del orden de las 100 mil toneladas, siendo los principales mercados exportables EE.UU, Alemania, Suiza, España e Italia. La tara es considerada el producto más rentable dentro de la agroexportación peruana, debido a su gran acogida y altos precios mundiales, aunque el Perú es el primer productor del mundo, pero solo exporta 5 mil TM anuales. Las semillas de este arbusto nativo del Perú produce derivados que llegan a tener altos costos en el

mercado internacional, como el polvo de Tara que puede superar los US\$ 820 TM en Puerto Peruano y se triplica en Europa, mientras que la goma, que se obtiene de la pulpa de la tara, tiene un precio nacional de embarque de US\$ 6,600 TM y en el exterior puede sobrepasar los US\$ 10,000 mil dólares TM". (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015).

Mercados de exportación

La tara en polvo se exporta a China U\$ 5.2 millones FOB 34% del total, Brasil U\$ 2.6 millones FOB 17% e Italia U\$ 2.3 millones 15%. Destacando las exportaciones de Exandal S.A con U\$ 5.1 millones FOB 33% del total; le sigue Silvateam Perú SAC con U\$ 2.6 millones FOB. Mientras que, la tara en goma se exporta a mercados como Alemania U\$ 472 mil FOB 13% del total, Japón U\$ 440 mil FOB 12% y otros países".

La cosecha es el aprovechamiento de la planta a través de la recolección de sus frutos. Si la planta todavía tiene flores, no se debe en ningún caso sacudirla para que caigan las vainas, pero se puede golpear suavemente los racimos maduros con un carrizo. Una vez que todas las vainas de la planta están maduras, se puede sacudir para que caigan y sea más fácil juntarlas. Para ahorrar mano de obra, se puede extender mantas bajo la copa del árbol para que, al momento de sacudir, caigan sobre ellas.

La Región Cajamarca concentra el 41% de la producción a nivel nacional, las provincias con mayor producción de tara son Cajabamba y San Pablo. Además se ha podido observar que la tara es una especie poco exigente en calidad de

suelos responde muy bien en suelos pedregosos y erosionados. En los suelos francos y franco arenosos se desarrolla bien. Es muy resistente a la sequía pero si recibe agua se pueden obtener hasta dos cosechas al año.

La temporada de la tara es la siguiente:

Floración: Julio a Diciembre

Fructificación: Enero a Junio

Cosecha: Abril a Setiembre

Mala: Menor de 1 quintal / planta.

Regular: De 1 quintal a 2 quintales / planta.

Buena: Mayor de 2 quintales / planta.

Según los productores, en determinadas zonas hay plantas que producen hasta 3 quintales / planta o más. Los productores afirmaron que antes la producción / planta era mayor que en la actualidad.

5.1.2. Estudio de la producción de los productos de agroexportación café y tara en la región de Cajamarca.

1. Características principales de las unidades productivas para la agroexportación de café y tara en la región de Cajamarca.

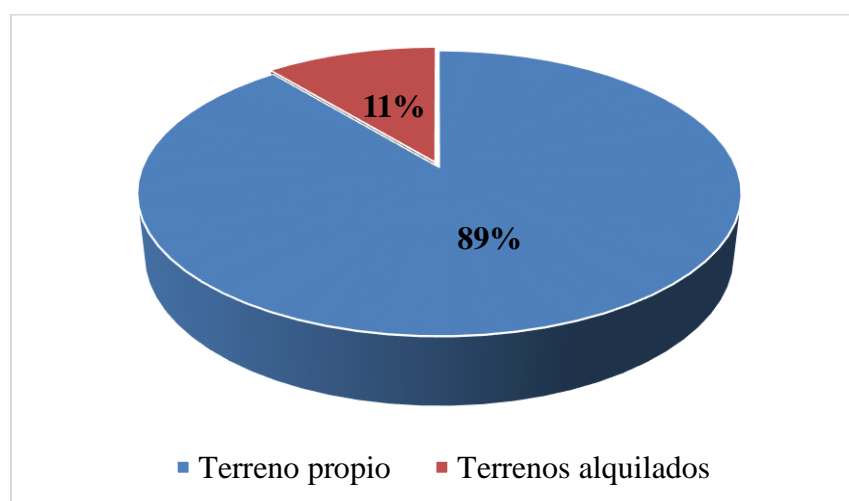
Respecto a los agricultores de los productos potenciales de la región de Cajamarca como es café, tara, señalamos que las características del agricultor cajamarquino son diversas y responden, entre otros factores, a la zona geográfica en donde viven, a los años de experiencia en la agricultura y a la capacidad para adoptar nuevas técnicas y cultivos. Tienen una experiencia de 15 años como mínimo hasta 40 años como máximo en la agricultura tradicional y en la última década se han tecnificado lo cual les permite producir productos de exportación a bases de tecnologías que les permite incrementar la productividad.

El terreno que poseen cada uno de los productores de café y tara en la región de Cajamarca, el 89% es propio y el 11% son terrenos alquilados. Y su propiedad donde trabajan es de 4 hectáreas como mínimo hasta un máximo de 30 hectáreas.

Él terreno es importante para las actividades de agricultura; el suelo agrícola es aquel que tiene las características adecuadas para el desarrollo de la actividad de la agricultura y a partir de ella se producen los productos de café y tara, ya que son muy adecuados para la producción y comercialización. Además que se encuentre en zonas de clima que

favorecen el desarrollo y crecimiento de dichos cultivos, teniendo en cuenta principalmente la variación de precipitaciones (lluvias), temperatura, el suelo debe que son ricos en nutrientes, si los productores cuentan con más hectáreas de terreno se incrementa la producción de café y tara.

Figura 2: Terreno que cuentan los productores de tara y café en la región de Cajamarca, 2016.



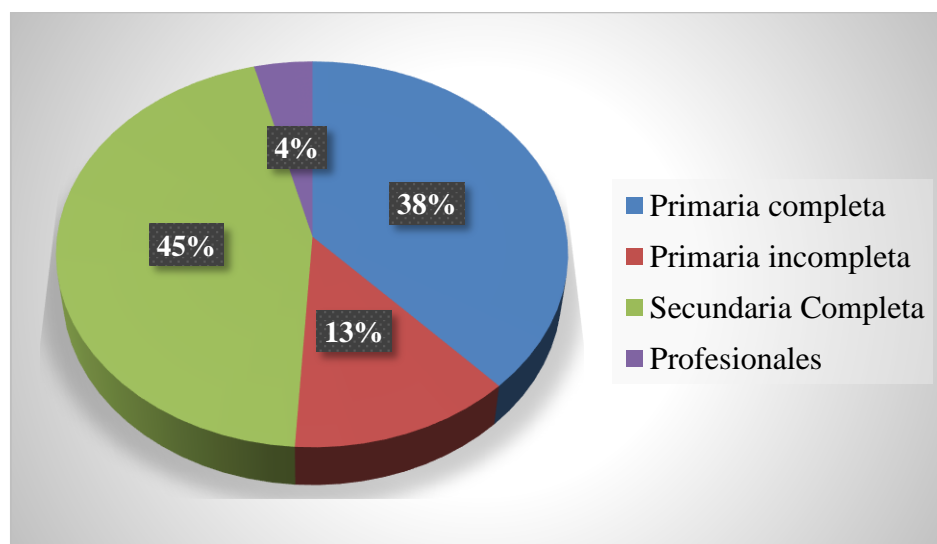
Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

La edad que tienen cada uno de los agricultores de café y tara oscilan entre 25 a 50 años, y el nivel de educación es: el 38% tienen primaria completa, 13% primaria incompleta, 45% tienen secundaria completa, 4% de agricultores son profesionales.

La edad de los productores es de mucha importancia para la siembra de los productos, mientras sean más jóvenes tendrán mayor fuerza en todas las actividades programadas para la producción de café y tara. Además el nivel de educación influye en los productores, los que tienen secundaria completa

y son profesionales están más activos de aprender y aplicar todas las capacitaciones que ofrecen cada una de las instituciones públicas y privadas.

Figura 3: Nivel educación de los agricultores de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.

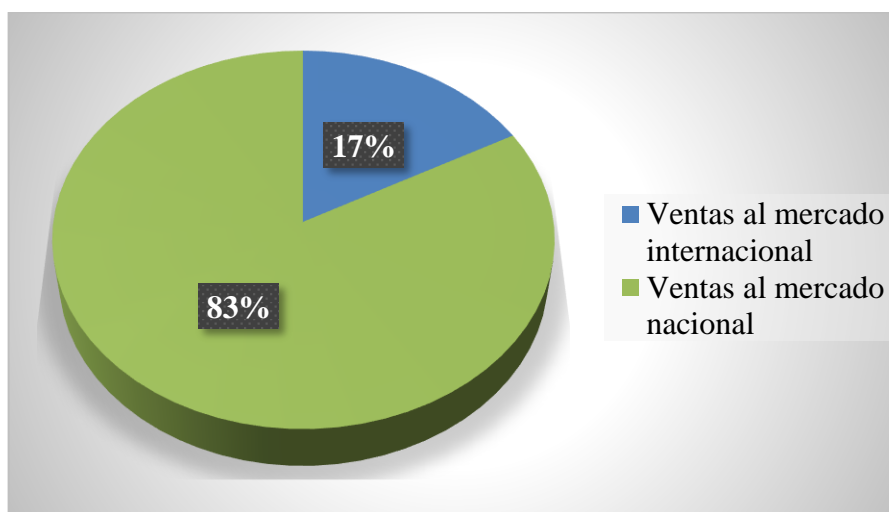


Fuente: Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

Estos resultados indican que la mayoría de ellos podría contar con mayor preparación y experiencia para aplicar una nueva estrategia que les permita mejorar sus cultivos. Por otro lado, solo el 17% tiene como destino de sus ventas al mercado internacional, 83% únicamente el mercado nacional.

Esto destaca la necesidad de ayudar a los productores, que enfrenten nuevos desafíos y adaptarse a cambios, aplicar las capacitaciones recibidas para un manejo de calidad de sus productos, y de esa manera poder ser más competitivo y vender sus productos a nivel internacional.

Figura 4: Destino de ventas al mercado nacional e internacional de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.

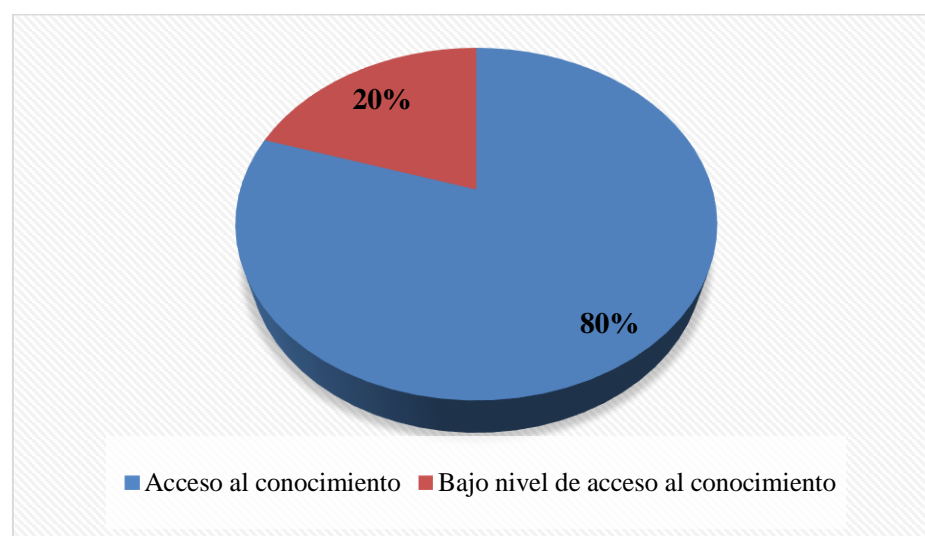


Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

El 80% de los productores de café y tara tienen el grado de acceso al conocimiento tradicional que existe en el sector. Y el 20% tienen un bajo nivel de acceso a la información que le permite mejorar sus cultivos y pronosticar sus ventas.

Concientizar a todos los productores que deben tener acceso al conocimiento ya que es un elemento necesario para alcanzar el éxito, cada uno de los productores lograrían obtener inteligencia equipada con los conocimientos suficientes, y como resultado se tendrían ser reconocidos y ubicados en el lugar que corresponde.

Figura 5: Acceso a la información para mejoramiento del cultivo de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.

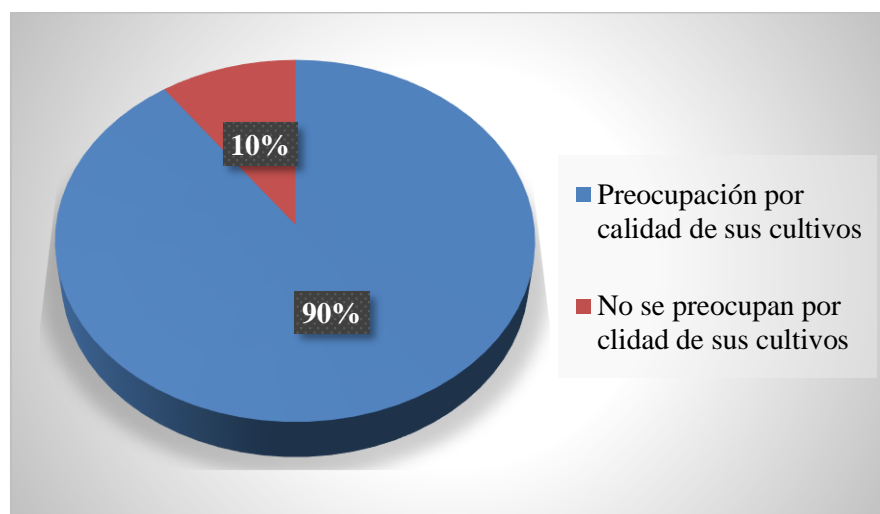


Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

Preocupación por la calidad en el cultivo de café y tara. El 90% de los agricultores tienen el nivel de preocupación por el valor o la calidad de sus cultivos y las acciones que debe emprender para mejorarlos. Y el 10% no se preocupan por la calidad de sus cultivos.

Los productos que se exporta en la región de Cajamarca, tienen sus características peculiares en función de su origen y variedad, contamos con una larga experiencia en la producción de productos de calidad ya que cumplen todas expectativas de los mercados internacionales

Figura 6: Preocupación por la calidad en el cultivo de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.

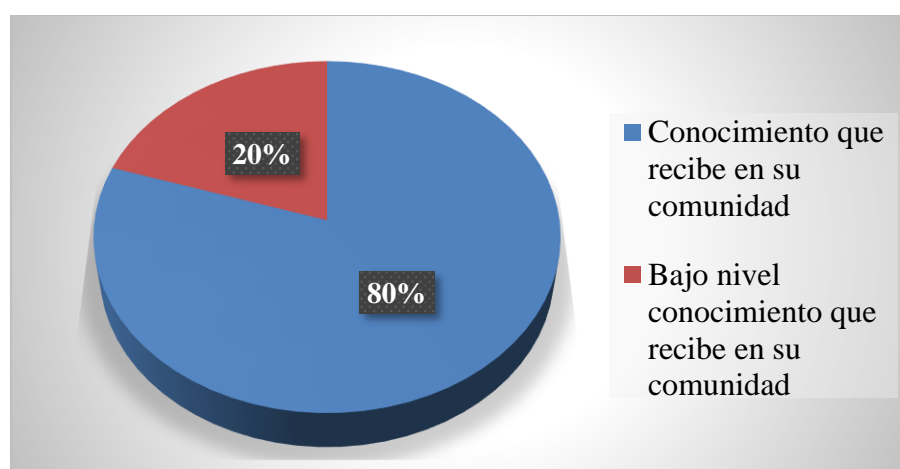


Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

El 80% de los agricultores representan un eficiente manejo del conocimiento que recibe en su comunidad, y la importancia que da su comunidad a la distribución y uso del conocimiento. Y el 20% con un bajo nivel de conocimiento que recibe el agricultor en su comunidad.

La experiencia y el conocimiento compartido en la comunidad se han conseguido implicar a todos los productores en el acompañamiento del nivel educativo de cada uno de los participantes conjuntamente con las asociaciones, cooperativas y empresas de agroexportadoras.

Figura 7: Importancia del conocimiento en la comunidad de los productores de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.

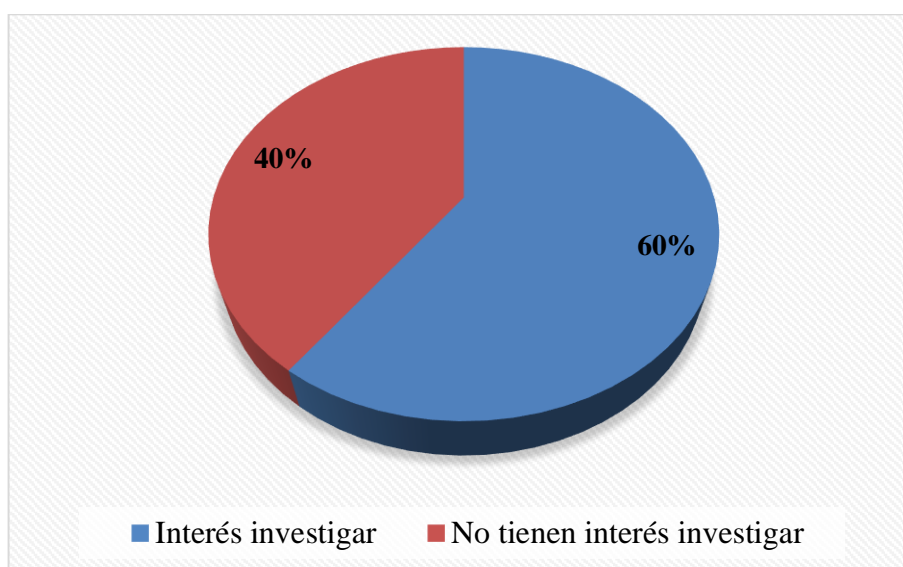


Fuente: Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

El 60% de los productores de café y tara tienen interés a las investigaciones que le servirán de fuente para mejorar sus técnicas de cultivo. Y el 40% de los productores no tienen ese interés de realizar investigaciones para el mejoramiento de sus cultivos.

Los productores tienen interés en investigar, lo cual permitirá obtener conocimientos nuevos en sus actividades que desarrollan para la producción de café y tara, permitiendo un mejor estándar de vida que se logra para cada uno de las asociaciones y cooperativas.

Figura 8: El interés por investigar los productores de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.

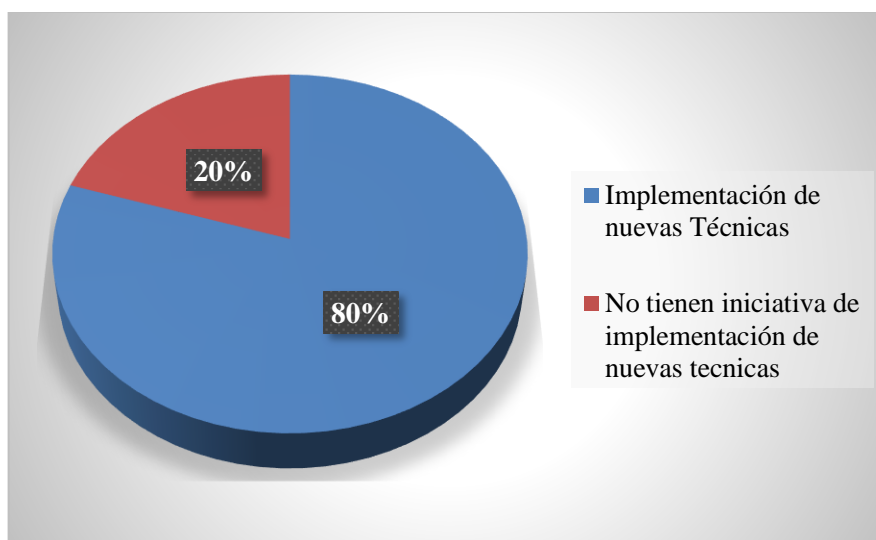


Fuente: Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

El 80% de los productores tienen la predisposición a mejorar la calidad de sus cultivos e implementación de nuevas técnicas. Y el 20% no tienen iniciativa de implementar nuevas técnicas de cultivo.

La aplicación de nuevas técnicas de cada uno de los productores de café y tara, es de mucha importancia rescatar que solamente los productores de café aplican las Buenas Prácticas Agrícolas, por lo tanto es necesario adquirir nuevos conocimientos y técnicas que permita implementar nuevas formas de producción, y sobre todo conservar y aplicar las Buenas Prácticas Agrícolas en la producción de tara.

Figura 9: Implementación de nuevas técnicas por los agricultores de café y tara de la región de Cajamarca, 2016.

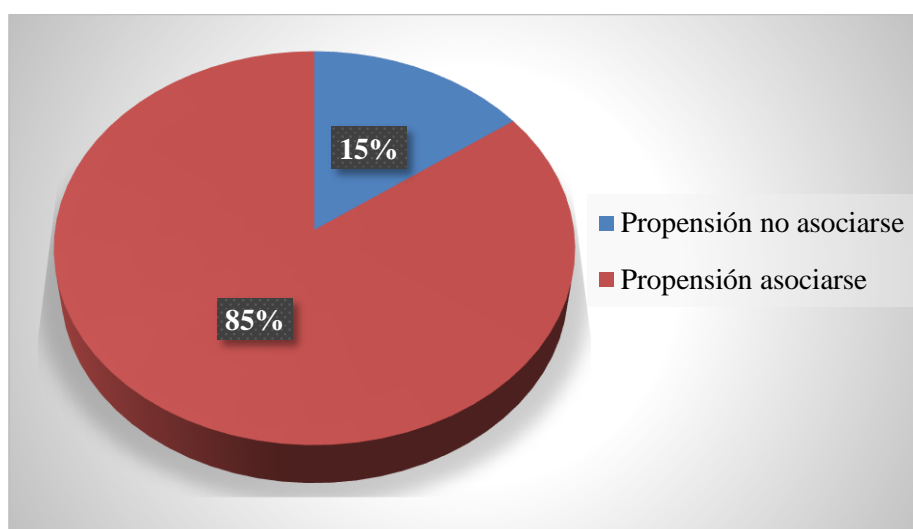


Fuente: Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

El 85% de los productores tienen la iniciativa en el equipo de asociarse, y el 15% no tienen la iniciativa en el equipo de asociarse.

Los productores de café y tara cuentan con iniciativa de asociarse, ya que permitirá que los productores aúnen sus esfuerzos para proteger mejor no sólo su propio interés económico, sino también sus libertades civiles, como el derecho a la vida, seguridad, a la integridad, y a la libertad personal y colectiva.

Figura 10: Propensión de los productores de café y tara a la asociatividad en la región de Cajamarca, 2016.



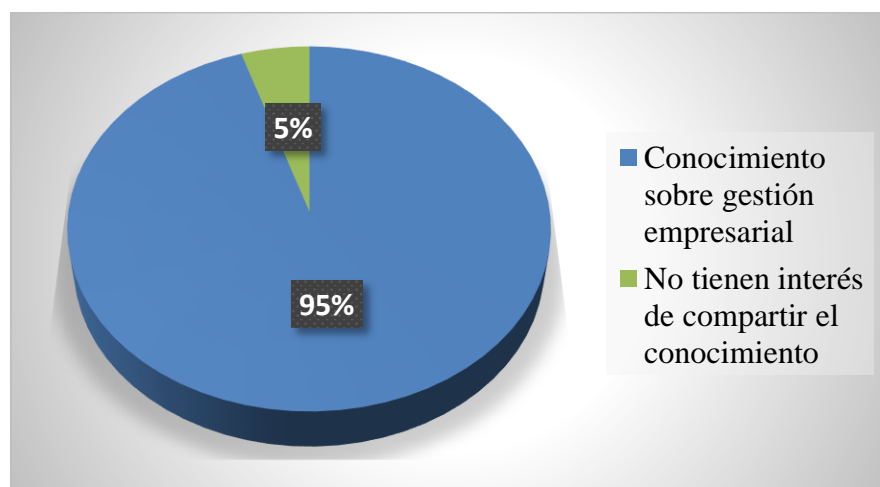
Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

2. Conocimiento de las empresas Exportadoras

El 95 % de las empresas agroexportadores de café y tara transfieren conocimiento sobre gestión empresarial y si existe propensión en compartir intuición entre los miembros de la empresa. Y el 5% de las empresas no tienen el interés de compartir el conocimiento dentro de su empresa.

Conocimiento de las empresas agroexportadoras es de mucha importancia, siendo un gran potencial de seguir creciendo, e inclusive se debe conocer de gestión empresarial, lo cual permitirá comercializar los productos organizados, con un objetivo colectivo con calidad y rentabilidad.

Figura 11: Empresa exportadoras que transfieren conocimiento a productores de café y tara en la región de Cajamarca, 2016.

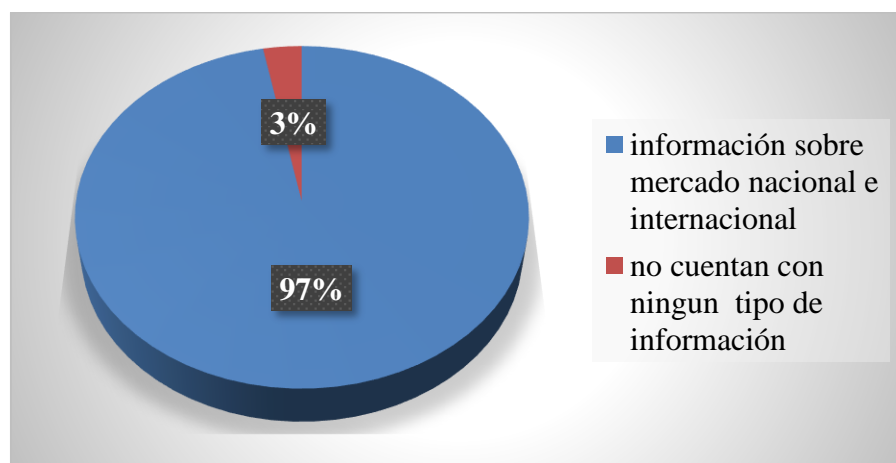


Fuente: Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016.

El 97 % de la empresa exportadora tienen el grado de accesibilidad de información sobre el mercado nacional, internacional donde se vende sus productos, en lo cual permite tener mejoras y exportar productos de calidad y a excelentes precios. Y el 3 % de la empresa exportadora no cuentan con ningún tipo de información de los mercados internacionales donde envían su producto.

Las empresas exportadoras tienen que estar informadas sobre la importancia del marketing internacional, porque correría el riesgo de ser anulada del mercado por empresas transnacionales que poseen mejores productos de calidad como es café y tara, y con eficiencia y lo más importante a bajos precios. Además se debe crear un equipo especializado en marketing internacional que posea un conocimiento amplio de los distintos entornos de comercialización en el mundo.

Figura 12: Conocimiento de las empresas exportadores del mercado nacional e internacional del café y tara, 2016.

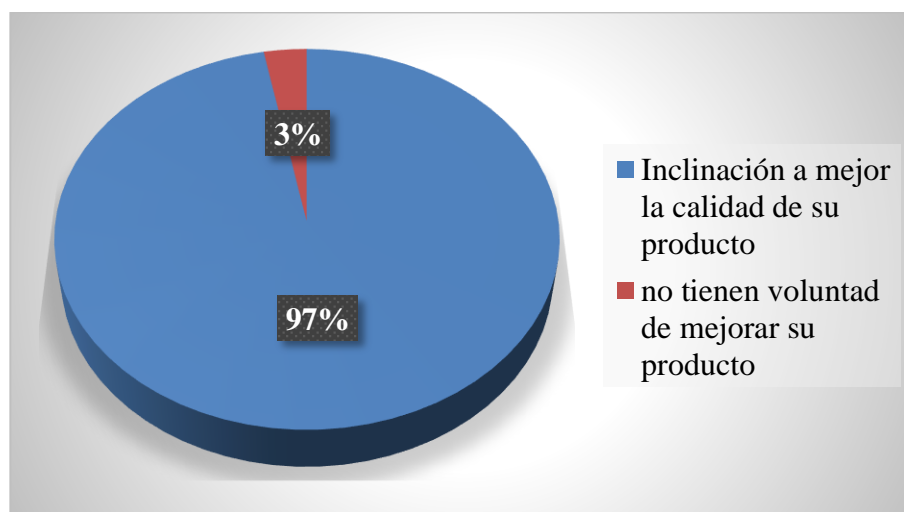


Fuente: Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016

El 97% de la empresa agroexportadora tienen la inclinación a mejorar la calidad de sus productos como es café y tara. Y el 3% no tiene la voluntad de mejorar la calidad sus productos.

La calidad de los productos de café y tara, es de mucha importancia por ese motivo los productores han entendido que si un producto tiene las características que estén estandarizadas, que permitan satisfacer las necesidades de los clientes. Ya que reciben capacitaciones los productores con todas las actualizaciones del día a día de sus productos.

Figura 13: Empresas Exportadoras que tienen la voluntad de mejorar la calidad de café y tara para la exportación, 2016.



Fuente: Encuesta a productores de café y tara /elaboración por la autora, 2016

5.1.2.1. Café

1. Técnicas productiva

- Las provincias con mayor producción de café es: San Ignacio, Jaén, San miguel en la región de Cajamarca. La diversidad de combinaciones de climas, suelos, precipitación y luz solar constituyen un escenario propicio para el cultivo del café. Las provincias de Jaén y San Ignacio, constituyen el 85% de la producción regional pues cultivan variedades como Typica, Bourbon, Caturra, Paches, Catimor, entre otros; que son variedades muy demandadas internacionalmente. Sin embargo, este promedio no refleja las diferencias en los precios regionales y por tipo de café, ya que los cafés especiales, como los orgánicos, de comercio justo tienen un precio mayor de S/9.00 a S/10.00.

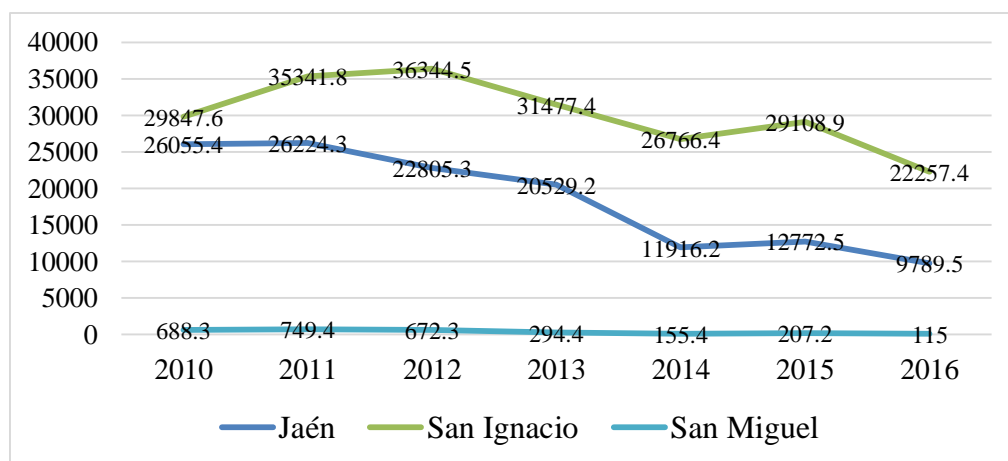
Las unidades productivas son oportunidades para generar un espíritu de emprendedor, mentalidad empresarial, la formación de asociaciones y cooperativas ya que es de suma importancia ante la necesidad de destacar y valorar la producción de café y tara que durante mucho tiempo de han desarrollado con grados superficiales de productividad y competitividad. En la provincia de San Ignacio 130 092.4 hectáreas, Jaén 211 144.00 hectáreas y San Miguel 2 882.00 hectáreas.

Tabla 7: Unidades productivas en hectáreas del café por cada provincia en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016.

Provincia	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jaén	26055.4	26224.3	22805.3	20529.2	11916.2	12772.5	9789.5
San Ignacio	29847.6	35341.8	36344.5	31477.4	26766.4	29108.9	22257.4
San Miguel	688.3	749.4	672.3	294.4	155.4	207.2	115.0
Total	56591.32	62315.48	59822.10	52301.02	38838.06	42088.56	32162.00

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016.

Figura 14: Cantidad de hectáreas en San Ignacio, Jaén y San Miguel en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016.



Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016.

Temporada del café, está determinada por la campaña cafetalera que dura 12 meses y tiene 4 etapas definidas, el comportamiento de la planta en cada etapa es diferente y determina las labores culturales que se realizan.

Cuadro 1: Temporada del café en las provincia de San Ignacio, Jaén y San Miguel en la región de Cajamarca.

Etapas	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Descanso	■											
Floración			■									
Llenado de grano						■						
Cosecha											■	

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016.

- Manejo sanitario

Roya amarilla

Los primeros síntomas de la enfermedad aparecen en el envés o cara inferior de las hojas, donde se observan inicialmente manchitas pálidas que con el tiempo aumentan de tamaño y se unen formando las características manchas o lesiones amarillo-anaranjado, con apariencia de un “polvo” fino. Ahí se producen las esporas o “semillas” del hongo. Con el tiempo las manchas más viejas de roya van adquiriendo un color pardo o necrótico, donde sobrevive el hongo en las hojas para el siguiente ciclo. En la siguiente estación de lluvias se reactiva la esporulación del hongo en las lesiones necrosadas, iniciándose un nuevo ciclo de la enfermedad. La germinación de esporas es favorecida en temperatura de 22°C, condiciones de obscuridad, periodo de mojado mínimo de 6 horas. Luego

de la germinación, el hongo penetra en las hojas a través de las aberturas naturales (estomas) situadas en la cara inferior de las hojas maduras. Entre los factores que influyen en el desarrollo o curva de la enfermedad están: la acumulación de humedad, variaciones de temperatura cercanas a los 22°C, mojado foliar, variaciones bruscas del ambiente, alta carga fructífera, edad de la planta, época de cosecha, fertilización deficiente y el inóculo primario (cuya mayor fuente es el inóculo residual).

Diseminación de la roya amarilla del café

Caldo bordalés.

Material: 1 Kg. de sulfato de cobre, 3 Kg. de cal y 100 litros de agua.

Preparación: Se coloca 3 kg de cal en un recipiente y luego se agrega 90 litros de agua y se disuelve. Posteriormente se coloca 01 Kg. de sulfato de cobre en otro recipiente y se le agregan 10 litros de agua para disolver. Finalmente el recipiente que contiene el sulfato de cobre, se vierte en el recipiente que contiene la cal y no se debe proceder al contrario (Si no se cumple este orden la mezcla produce gases tóxicos). Remover con madera y no utilizar metales. Se debe colar antes de aplicarlo. La aplicación debe realizarse, después de un día de haber realizado el preparado. Dosis: 10 a 20 litros del preparado/mochila de 20 litros.

- Tecnología

Además aplican las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) cuando las labores de producción se realizan en las parcelas (producción primaria), lo cual son promovidas por la Organización Mundial de la Salud; se

busca que los productos para el consumo humano se fabriquen y elaboren en condiciones sanitarias, lo cual se protege la salud de la población mundial. Principalmente en el corredor del norte, como San Ignacio y Jaén en la región de Cajamarca, y en San Miguel, han permitido el crecimiento de la producción, pero sus inversiones se verán en riesgo porque los precios bajos solo les generarán pérdidas. La falta de créditos, pues los agricultores cafetaleros no tienen facilidades para acceder a ellos, lo que, a su vez, les impide seguir recibiendo los Sellos de Certificación Orgánica y Comercio Justo, y con ello, ampliar su producción y generar mayores ingresos para sus familias, cultivando más hectáreas e implementando tecnología.

- **Volumen de producción**

San Ignacio es la principal provincia con mayor producción de café desde el 2010 hasta 2016 con una cantidad de 2 846 629.00 toneladas, luego lo sigue Jaén con 1 951 670.00 toneladas y finalmente San Miguel con 120 236.00 toneladas haciendo un total en las tres provincias 4 918 535.00 toneladas de café en la región de Cajamarca. Además la producción del año 2016 solamente está hasta el mes de julio. La producción por año de las tres provincias es: en el año 2010 con una cantidad de 728 079.00 toneladas, en el 2011 con una cantidad de 754 832.00 toneladas, en el 2012 con una cantidad de 768 819.00 toneladas, en el 2013 con una cantidad de 772 283.00, en el 2014 con una cantidad de 708 253.00, en el 2015 con una cantidad de 743 461.00 toneladas y en el año 2016 hasta el julio 442 808.00 toneladas.

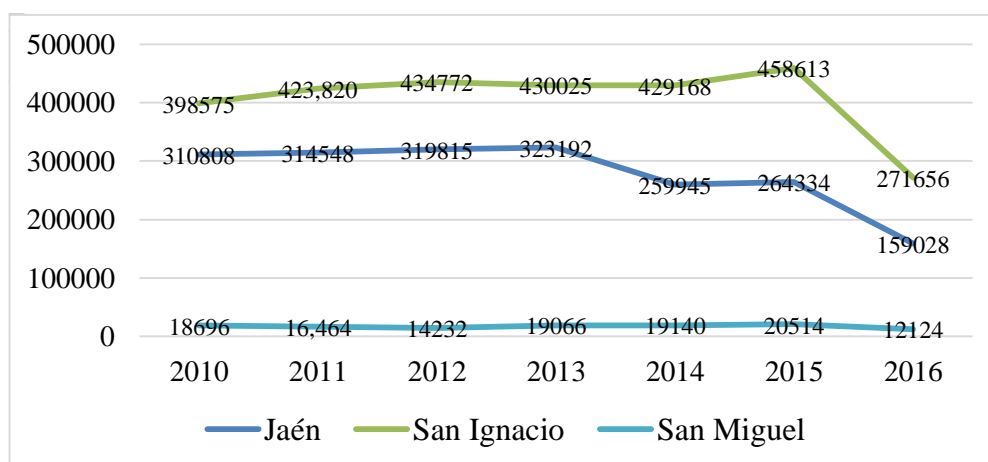
La producción de café es el máximo rendimiento por lo tanto se debe tener adecuadamente una planificación; siendo la clave para conseguir optimizar los recursos de las asociaciones y cooperativas, en la cantidad de café con una demanda real ya que es importante para el cálculo durante el proceso de producción, ya que dependerá de la cantidad del producto que es necesario para ofrecer al mercado. Un buen proceso de producción es como un calendario productivo que nos facilitara el trabajo a corto plazo y medio plazo.

Tabla 8: Provincias de producción de café en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016.

Provincia	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jaén	310808	314548	319815	323192	259945	264334	159028
San Ignacio	398575	423,820	434772	430025	429168	458613	271656
San Miguel	18696	16,464	14232	19066	19140	20514	12124
Total	728079	754832	768819	772283	708253	743461	442808

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016

Figura 15: Provincias de producción de café en toneladas en la región de Cajamarca, periodo 2010-2016



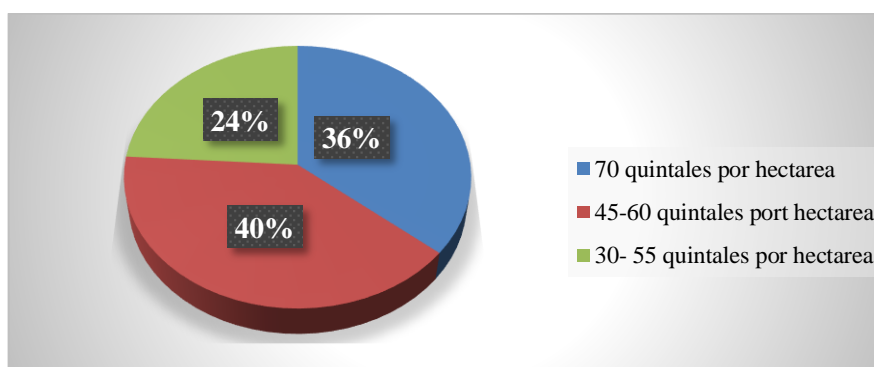
Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016

- **Productividad**

Las técnicas consisten en cortar cada cierto tiempo partes que ya no sirven para que exista un elemento silencioso que hace una gran diferencia para mejorar el grano de café. Se trata de la poda de la planta, la poda cíclica que se realiza cortando el tallo del plantón para que le crezca un nuevo tejido vegetal que reemplace a las ramas que ya cumplieron su función productiva, proceso denominado podas cíclicas por surcos, una técnica ad hoc para plantaciones pequeñas que los científicos peruanos han adaptado de productores colombianos.

La relación entre poda, rehabilitación y productividad es directa. Las podas rehabilitan el tejido vegetal de las plantas de café propiciando la aparición de nuevos brotes que generan mayor producción e incrementan la productividad del grano por cada planta. También ayuda a que el grano sea más uniforme en tamaño y en maduración. El 36% tienen una producción promedio de 70 quintales por hectárea, el 40% de 45 a 60 quintales por hectárea y el 24% de 30 a 55 quintales por hectárea.

Figura 16: Quintales de café por hectárea en las provincias de San Ignacio, Jaén y San Miguel en la región de Cajamarca, 2016.



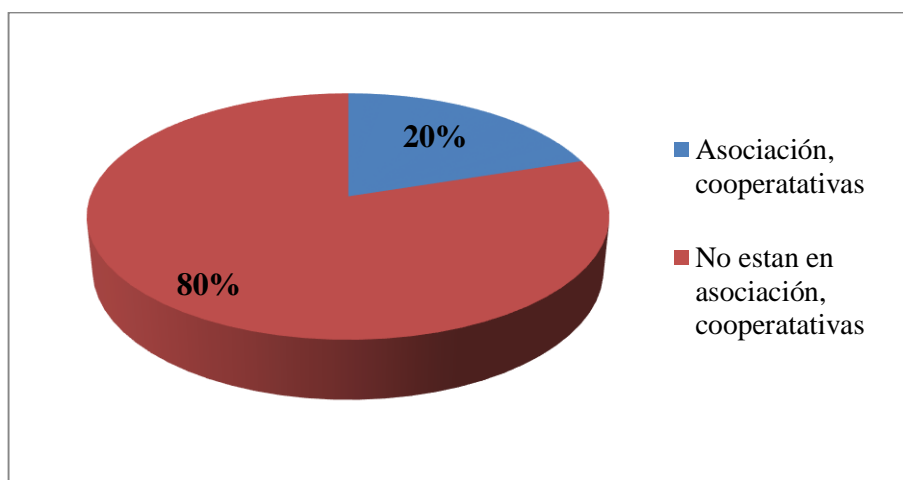
Fuente: Encuesta a productores de café /elaboración por la autora, 2016

2. Gestión empresarial

Seis cooperativas que agrupan a 5,000 agricultores cafetaleros de Jaén y San Ignacio, en Cajamarca, han formado el Complejo Agroindustrial “Alto Marañón”. Las organizaciones que pertenecen a este complejo son: la Central Fronteriza de Cafetaleros (Cenfrocafé), la Asociación Provincial de Cafetaleros Solidarios de San Ignacio (Aprocassi), la Unión de Cafetaleros Ecológicos (Unicafec), así como las cooperativas Prosperidad y Chirinos, Sol y Café, y la cooperativa del Valle del Alto (Coopvama), con respecto a las asociaciones y cooperativas del café en la región de Cajamarca representa el 20%, y el 80% no están organizados y no pertenecen a ninguna asociación y/o cooperativa.

Con respecto a las asociaciones y cooperativas en la producción de café es bajo, las asociaciones son muy positivas los propios asociados sacan provecho de sus acciones, con el cooperativismo apunta que exista principalmente una igualdad de condiciones dentro de trabajo determinado, teniendo acceso no solo a los mismos beneficios económicos, sino que además buscan que todos tengan la misma capacidad y poder de decisión y con una excelente gestión empresarial buscare oportunidades como obtener créditos y garantizar que la oferta cubra la demanda en distintas actividades de la cadena productiva, generando procedimientos que hacen que los costos bajen continuamente y beneficie al consumidor.

Figura 17: Organización de asociaciones y cooperativas de productores de café en la región Cajamarca, 2016.



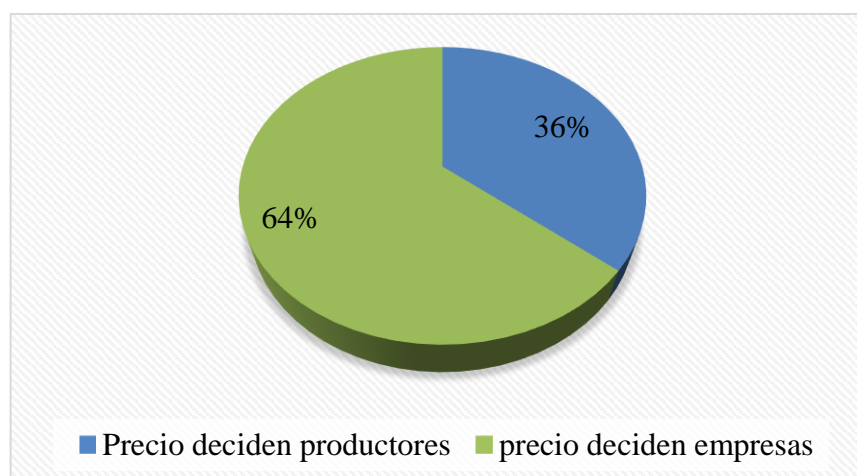
Fuente: Central Fronteriza de Cafetaleros/ Encuesta a productores de Café /elaboración por la autora, 2016.

3. Comercialización

Según la Asociación Provincial de Cafetaleros Solidarios de San Ignacio (APROCASSI), existe una producción anual de 650 mil sacos de café de 55.2 kg. Además, a nivel de la provincia hay 87 500.00 hectáreas cultivadas con dicho producto, desde los 1200 a los 1800 msnm, donde se concentran los mayores Sellos de Certificación Orgánica y Comercio Justo. Sin embargo, solo el 30% de la producción es certificada, y las variedades predominantes son los Typycas, Caturra, Gran Colombia y Catimores. Se estima, de otro lado, que son 35 mil las familias que se dedican a esta producción en la zona. Los productores mencionan que les afecta bastante el precio. El 36% del precio deciden los productores en la venta de su producto, y el 64% las empresas con las que trabajan ponen precios y compran más barato de lo que es. Este año 2016 creció aproximadamente en el 18% en comparación del año 2015; en el año 2016 se ha proyectado 5 000 000.00 (Cinco millones) de quintales, en

comparación que el año pasado se alcanzó 4 000 760.00 (Cuatro millones setecientos sesenta). En el mercado internacional está US\$ 125 el quintal de 46 kg y los precios de acopio local S/ 6.50 a S/.7.00 el kg

Figura 18: Comercialización y poder de decisión en precios de café en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Asociación Provincial de Cafetaleros Solidarios /Encuesta a productores de café /elaboración por la autora, 2016

La exportación de los productos por parte de las empresas exportadoras por distintos motivos muchos emprendedores creen y confían que las empresas están aptas para afrontar este proceso de crecimiento hacia el exterior. Muchas veces se supone que para hacer internacionalizado debe ser una empresa grande, muchas empresas pequeñas evitan ingresar en el comercio internacional. En la región de Cajamarca, se cuenta con diecisiete empresas exportadoras de café, a los diferentes países del mundo, es un grande ejemplo que tiene que existir decisión y liderazgo para posicionarse en los mercados internacionales.

Cuadro 2: Empresas cajamarquinas exportadoras de café, 2016.

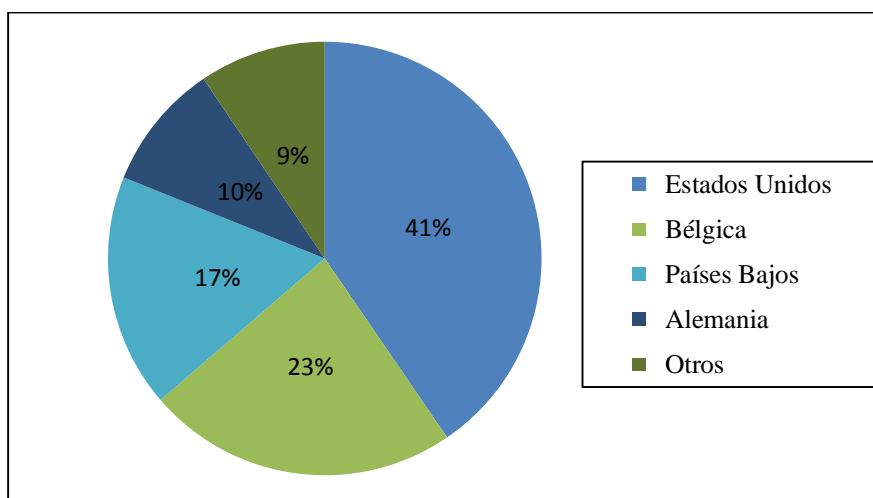
Ruc	Empresa
20479873268	Asociación de Productores Agropecuarios Bosques Verdes Cuenca del Chinchipe.
20480377398	Asociación de Productores Orgánicos del Valle de Tabacones.
20487925889	Asociación de Productores Palto Café Amazonas.
20479583260	Asociación Provincial de Productores Ecológicos de San Ignacio Apesi.
20479755737	Asociación de Productores Cafetalero Selva Andina.
20488018206	Coffee Green S.R.L.
20113940515	Cooperativa Agraria " Frontera San Ignacio " LTDA.
20147123052	Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos.
20479836061	Cooperativa Agraria Cafetalera Aprocanorsi LTDA.
20479595276	Cooperativa Agraria Cafetalera Casil LTD.
20480563183	Cooperativa Agraria Cafetalera Cebicafen LTDA. - C.A.C. Cebicafen LTDA.
20479958921	Cooperativa Agraria Cafetalera el Milagro LTDA.
20480560672	Cooperativa Agraria de Servicios Múltiples Valle del Marañón.
20437547263	Cooperativa de Servicios Múltiples Aprocassi
20438297775	Cooperativa de Servicios Múltiples Cenfrocafe Perú – Cenfrocafe.
20480385579	Cooperativa de servicios Múltiples sol & Café LTDA.
20479548600	Unión de Cafetaleros Ecológicos.

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2016

La Asociación de Productores Orgánicos del Valle de Tabacones, Cajamarca/San Ignacio/Tabacones, el 41 % exportaron a Estados Unidos, el 23% a Bélgica, el 17% a Países Bajos, el 10% Alemania y el 9% a otros países. Distribución del porcentaje de participación de mercados en el 2015.

El café de la región de Cajamarca, es un producto que está elaborado en base a granos provenientes de zonas que cuentan con condiciones propicias para el cultivo de cafés de alta calidad, en terrenos ubicados entre los 1,400 y 1,800 metros sobre el nivel del mar, y este producto está posicionado en los mercados más grandes del mundo. A continuación se presenta las asociaciones de productores que en los gráficos se especifica el porcentaje que se exporta a cada uno de los países del mundo.

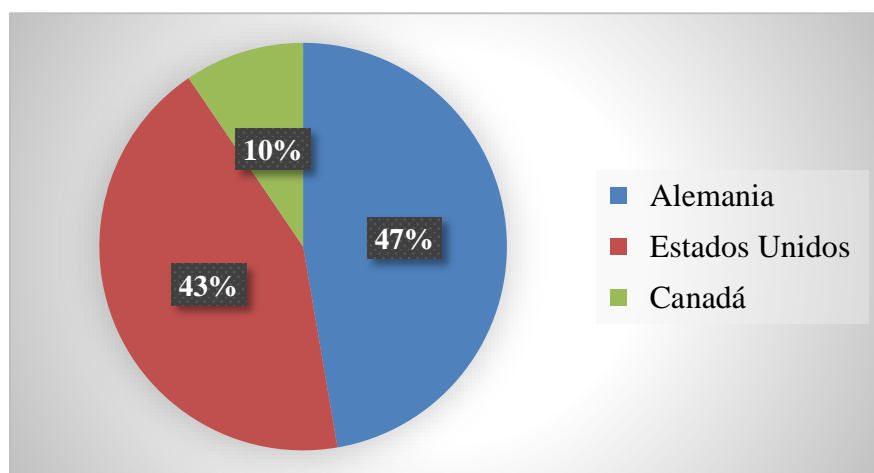
Figura 19: La Asociación de Productores Orgánicos del Valle de Tabacones, Cajamarca/San Ignacio en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria/ elaboración por la autora, 2016

Asociación Provincial de Productores Ecológicos de San Ignacio Apesi, exporta: el 47% Alemania, el 43% Estados Unidos y el 10% a Canadá.

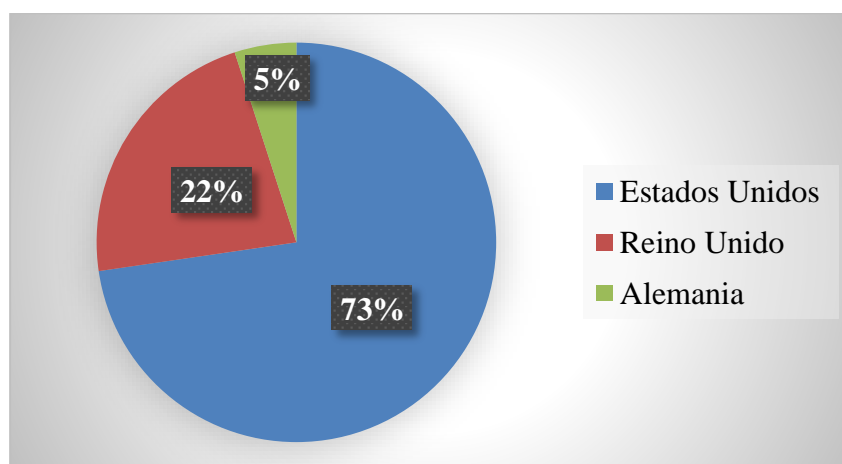
Figura 20: Distribución del porcentaje de participación de la exportación de la Asociación Provincial de Productores Ecológicos de San Ignacio Apesi 2016.



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria/ elaboración por la autora, 2016.

Asociación de Productores Cafetalero Selva Andina, exporta el 73% a Estados Unidos, el 22% Reino Unido, 5% Alemania.

Figura 21: Distribución del porcentaje de participación de la exportación de la Asociación de Productores Cafetalero Selva Andina 2016.



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria/ elaboración por la autora, 2016.

La exportación de café destinado a los distintos países en el año 2015, con Subpartida Nacional: 2101.12.00.00; se exportó a: Bolivia 12,971.04 kg; Ecuador 7,083.00, El Salvador 15,143.00, Chile 1,038.56, Francia 130.86, Canadá 85.072, República Dominicana 140.

Tabla 9: Reporte de exportaciones por sub-partida nacional/país destino 2015

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto(Kilos)	Porcentaje FOB
Bolivia	106,776.73	12,971.04	14,323.86	38.97
Ecuador	100,385.40	7,083.00	9,950.00	36.64
El salvador	57,002.00	15,143.00	15,217.00	20.8
Chile	7,100.42	1,038.56	1,137.86	2.59
Francia	1,530.00	130.861	137.748	0.56
Canadá	612	85.072	89.549	0.22
República Dominicana	582	140	145	0.21
TOTAL	273,988.55	36,591.54	41,001.02	100

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2015

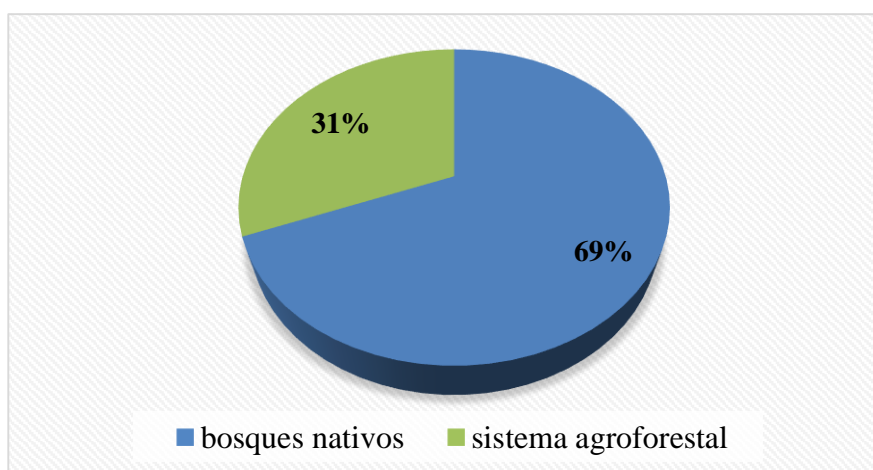
5.1.2.2.Tara

1. Técnicas productivas

1.1. Área cultivada

La tara en la región de Cajamarca el 69% se encuentra en bosques nativos, donde la tara crece de manera natural silvestre y el 31% forma parte del sistema agroforestal; lo cual está en asociación con diversos cultivos. Se debe aplicar mayormente el sistema agroforestal, donde se aplicaría técnicas de preparación de suelos, sistemas de siembra bajo riego y siembra sobre camellones se debe implementar de forma masiva; se debe cambiar nuestro antiguo sistema, se debe sembrar el cultivo de la tara sobre camellones, donde se mejorará los rendimientos y existirá mejor drenaje de lluvias, y se disminuyera el riesgo de exposición a hongos, malezas, se optimizará el uso de fertilizantes.

Figura 22: Distribución de la tara silvestre en la región Cajamarca, 2016.

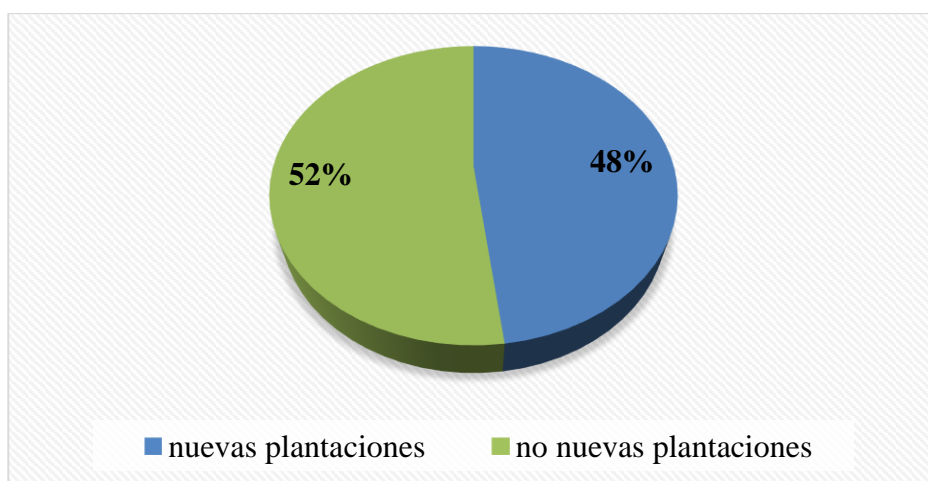


Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016

Al crecer esta especie en forma silvestre, existen dos formas de aprovechamiento. La de los campesinos recolectores, quienes se limitan a

recoger o extraer las vainas, sin practicar ningún manejo y la de los productores emprendedores, que emplean el manejo técnico adecuado. El 48% de los productores respondió que realizó nuevas plantaciones de tara en diferentes sistemas y cantidades, lo que sucedió gracias al apoyo de la Dirección Regional de Agricultura de Cajamarca y otras instituciones impulsoras del cultivo de tara en la región; mientras que 52% no lo realizaron.

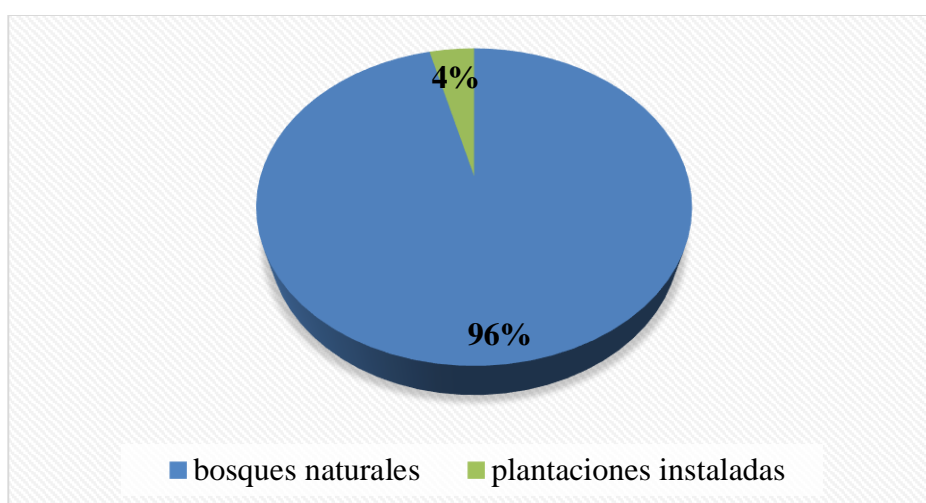
Figura 23: Productores que han establecido nuevas plantaciones de tara en la región de Cajamarca.



Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016

La tara procede de los bosques naturales el 96% y el 4% corresponde a plantaciones instaladas que se ha realizado con la ayuda de instituciones. La producción de tara mayormente viene de bosques naturales, se tiene que instalarse plantaciones nuevas para obtener mejor calidad del producto e incrementar la producción y productividad.

Figura 24: Procedencia de la tara recolectada en la región de Cajamarca, 2016.



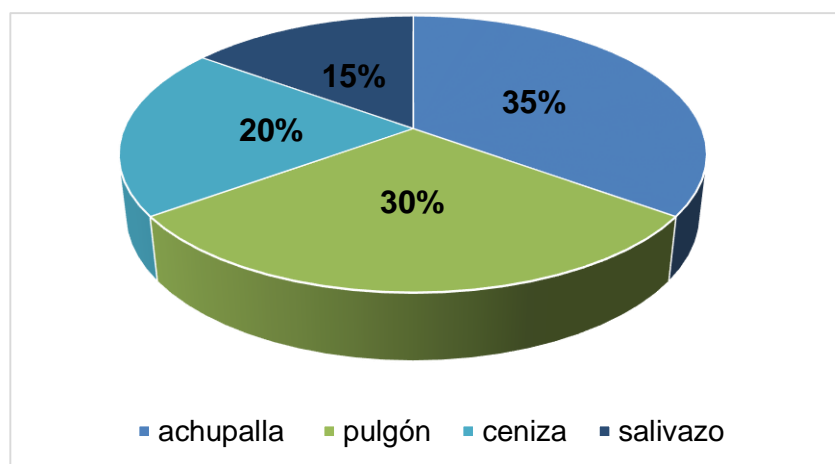
Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016

- Manejo sanitario

Las plagas y las enfermedades de mayor incidencia identificadas por los productores y los técnicos son la achupalla 35%, el pulgón 30%, la ceniza 20%, el salivazo 15%; principales enfermedades. Además, se registran otras plagas y enfermedades, como musgos, líquenes, hongos.

Disminuye la producción y calidad del producto, permitiendo pérdidas para cada uno de productores de tara, se tiene que eliminar las plagas y enfermedades al 100%, lo cual se obtendría mayor productividad.

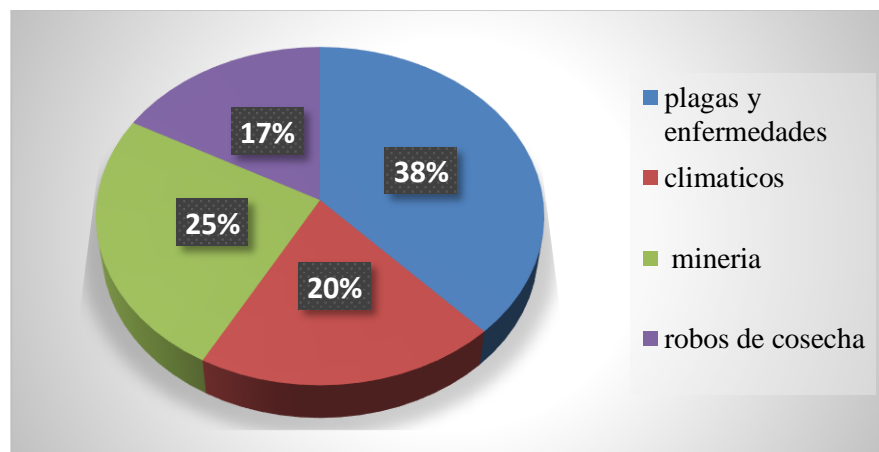
Figuras 25: Plagas y enfermedades más comunes que afectan al cultivo de tara en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

Riesgos que enfrentan los productores de tara en la región Cajamarca. El 38 % plagas y enfermedades, el 20% riesgos climáticos, el 25 % minería, 17 % robos de cosecha. Se tiene que solicitar apoyo de instituciones públicas y privadas, que brinden capacitaciones exclusivamente para la eliminación de plagas y enfermedades y de esa manera obtener una mejor producción.

Figura 26: Riesgos que enfrentan los productores de tara en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

El cultivo de la tara se concentra en el segundo semestre del año. Son actividades de mucha importancia que tiene que realizar cada uno de los productores de tara, en función de ello se obtendrá la producción.

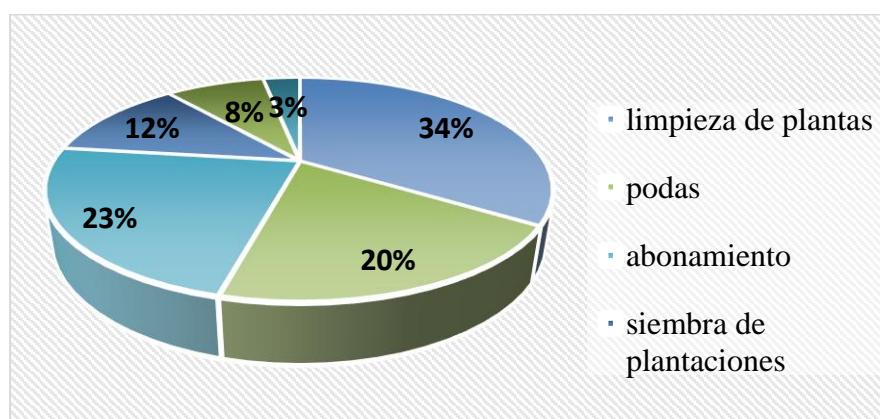
Cuadro 3: Calendario de labores de tara en la región de Cajamarca, 2016.

Calendario de actividades de la producción de tara en la región de Cajamarca												
Actividades / Mes	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Almácigos						x	x					
Repique							x					
Plantación (campo definitivo)	x	x									x	X
Poda								X	x			
Remoción de suelos										X	x	
Abonamiento								X	x			
Limpieza										X	x	
Control fitosanitario									x	X		
Cosecha					x	x	x	X	x	X	x	
Venta						x	x	X	x	X	x	

Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

Las actividades que más realizan los productores son: la limpieza de las plantas 34% para disminuir el ataque de plagas y enfermedades, podas 20% abonamiento 23% y siembra de plantaciones 12%, riego del cultivo 8% y el raleos 3%.

Figura 27: Actividades realizadas en la producción de tara en la región de Cajamarca, 2016.

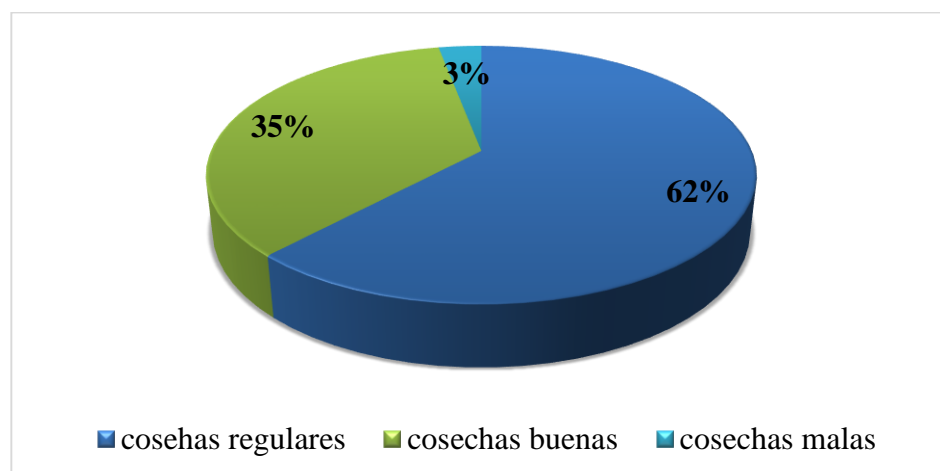


Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

1.2. Volumen de producción

Rendimiento varía de acuerdo con el lugar, el sistema de producción, se puede encontrar tres niveles de producción: mala menor de un quintal por planta, regular de uno a dos quintales por planta, buena mayor de dos quintales por planta. Según la entrevista a los productores también mencionan que en determinadas zonas hay plantas que producen hasta tres quintales a más. Además, informan que anteriormente la producción por planta era mayor que en la actualidad. El 62% de los productores consideran que obtienen cosechas regulares, el 35% buenas y el 3% malas. Los productores informan que en los últimos años el rendimiento de las cosechas está disminuyendo por diversos factores como son: incremento de plagas y enfermedades, clima y tiempo variable que altera el régimen normal de lluvias.

Figura 28: Percepción sobre el rendimiento de las cosechas de tara en la región Cajamarca, 2016.

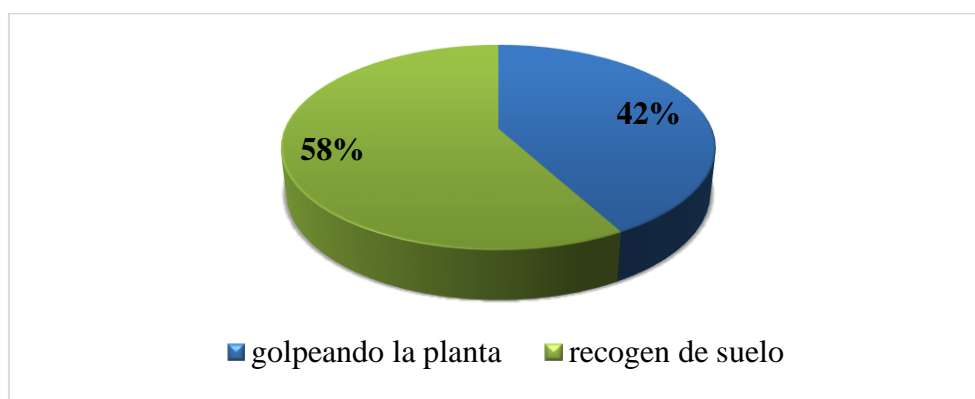


Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

1.3. Cosecha de la tara en la región de Cajamarca

El 42 % de los productores todavía realiza la cosecha golpeando la planta con un palo de madera cuando el fruto todavía no ha madurado bien. Es una forma tradicional que se está tratando de erradicar porque no es la más correcta. El 58% de los productores cosecha las vainas recogéndolas de la planta o del suelo una vez que han madurado.

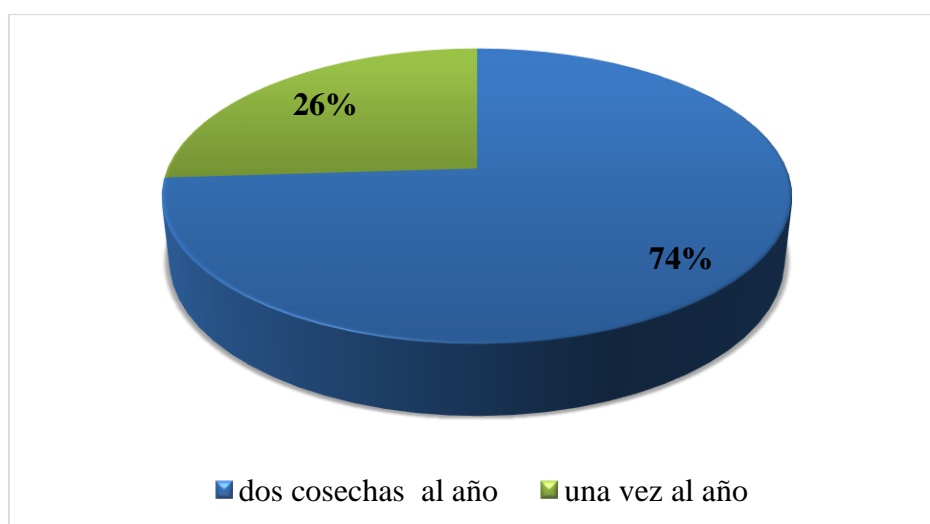
Figura 29: formas de cosechar la tara en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

Según la encuesta, 74% de los productores de la región realiza hasta dos cosechas al año, sobre todo en las provincias de San Marcos y Cajabamba, donde se cultiva en terrenos bajo riego; mientras que 26% cosecha solo una vez al año en la provincia de San Pablo y algunas zonas altas de las provincias de Contumazá y Cajamarca, donde la producción es de secano. Cuando existen dos cosechas, una es la temporada o campaña grande y otra la chica, es decir, en la primera hay mayor producción que en la segunda. En la zona sur de la región Cajamarca la producción de tara se realiza todo el año, observándose mayor oferta durante los meses de mayo a octubre en San Marcos y Cajabamba y en julio y agosto en Cajamarca, San Pablo, San Miguel, Contumazá.

Figura 30: Cosechas al año en las provincias de la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

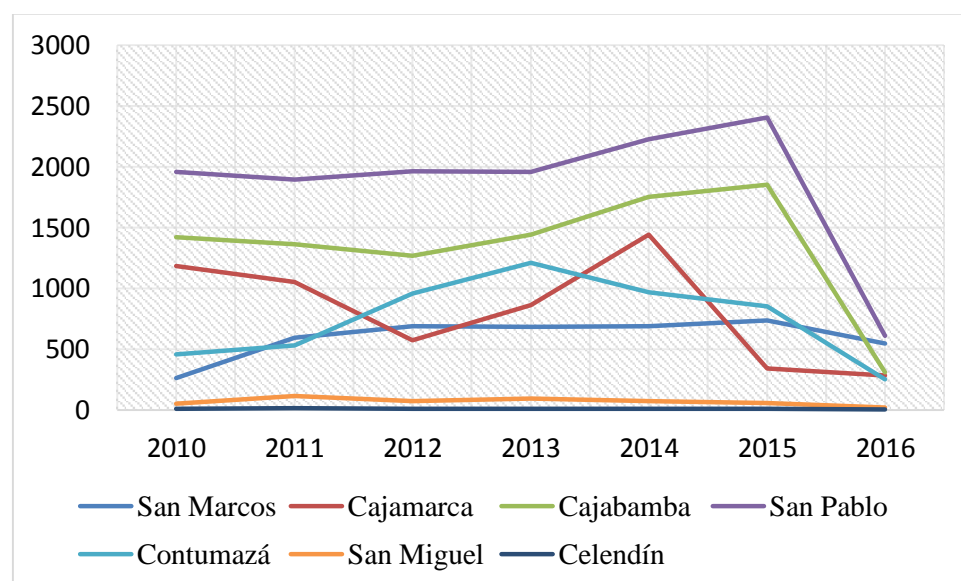
La producción de tara en la región de Cajamarca periodo 2010 hasta julio del 2016, la provincia de san pablo tiene la mayor producción de 13 017.00 toneladas, Cajabamba 9 409.4 toneladas, Cajamarca 5 731.5 toneladas, Contumazá 5 228.00 toneladas, San Marcos 4 203.9, San Miguel 483.00 toneladas, Celendín 65.7 toneladas.

Tabla 10: La producción de tara por provincias en toneladas en la región Cajamarca, periodo 2010-2016.

Provincia	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
San Marcos	259.7	596	690.2	685	688	738	547
Cajamarca	1184.5	1,053	573	860	1440	340	281
Cajabamba	1423	1363	1268.4	1442	1753	1852	308
San Pablo	1960	1893	1965	1960	2225	2405	609
Contumazá	456	532	958	1211	967	851	253
San Miguel	50	115	72	95	73	58	20
Celendín	8	12.8	9	11.8	8.9	10.2	5
Total	5341.2	5564.8	5535.6	6264.8	7154.9	6254.2	2023

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016

Figura 31: Provincias con mayor producción de tara en la región de Cajamarca periodo 2010 hasta julio del 2016.



Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016

Cuadro 4: Productores de tara por provincia en la región de Cajamarca, 2016.

Provincia	Distritos	Productores
San Marcos	Chancay, Eduardo Villanueva, Ichocán, José Manuel Quiroz y Pedro Gálvez	4500
Cajamarca	Chetilla, Cospán, Jesús, San Juan, Asunción y Magdalena	4,450
Cajabamba	Cajabamba, Condebamba, Chuquibamba y Cachachi	2160
San Pablo	San Bernardino, San Luis y San Pablo	900
Contumazá	contumazá, San Benito y Guzmango	800
San Miguel	San Miguel y San Gregorio	130
Celendín	Utco, Huasmín, Celendín y Miguel Iglesias	70
Total		13010

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016.

Producción, costo, ingreso y utilidad por hectárea de tara en la región de Cajamarca.

Tabla 11: Producción promedio de tara en la región de Cajamarca, 2016

Área	Unidad de medida	Cantidad
Por hectárea	Toneladas	22
por planta	Kilogramos	32

Fuente: Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

Tabla 12: Costos de producción en una hectárea de tara

Unidad de medida	Costo total
Por planta	S/. 21.00
Por kilogramo	S/. 0.60
Por hectárea	S/. 21000.00

Fuente: Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

Tabla 13: Precio de venta de la tara

unidad de medida	Precio
Por kilogramo	S/. 3.00
por hectárea	S/. 63,000.00

Fuente: Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

Tabla 14: Utilidad que se obtiene en la tara

unidad de medida	Utilidad
Por kilogramo	S/. 2.40
por hectárea	S/. 42,000.00

Fuente: Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016

- **Usos y derivados más comunes**

Uso, mezclado con otros extractos, la tara en polvo sirve para el curtido de pieles de camello, cabra, reptil y otros animales, permitiendo obtener cueros de tonos claros. Por su alta viscosidad, es usada en la industria alimentaria como espesante y estabilizador en la preparación de sopas, condimentos, mostazas, salsa de tomate, es compatible con otras gomas, las cuales tienen acción sinérgica goma de algarrobo, goma guar, en conjunto, la tara se emplea en: curtido de cueros, fabricación de plásticos y adhesivos, conservación de utensilios por sus propiedades fungicidas y bactericidas, clarificación de vinos, sustitución de la malta para dar cuerpo a la cerveza, protección de metales, industria cosmética, industria fotográfica, perforación petrolífera, elaboración de aceites, elaboración de alimentos como goma para dar consistencia a helados, mayonesas, mostaza, embutidos, sopas, yogures, comida para bebés y mascotas, y otros productos alimenticios, elaboración de polvo proteico para jabones, pinturas, barnices, esmaltes en los tres últimos por su acción anticorrosiva, medicina, por sus efectos astringentes, antiinflamatorios, antisépticos, antimicóticos, antibacterianos y antiescorbúticos, industria del papel, industria farmacéutica, en la elaboración de productos dietéticos y para diabéticos.

Derivados, más de la mitad de la semilla está formada por germen y goma. Las semillas tienen alto contenido de proteínas con gran concentración de metionina y triptófano, grasas y aceites aptos para el consumo humano.

Tabla 15: Composición de semillas de tara

Composición	Porcentaje
Germen	26%
Goma	27%
Cáscara	39,5%
Humedad	7,5 %

Fuente: http://www.peruecologico.com.pe/flo_tara_1.htm.

2. Tecnología

El cultivo de la tara en la región de Cajamarca se caracteriza por su deficiente tecnología productiva basada en el conocimiento tradicional, con muy limitado acceso a técnicas silvoculturales que permitan elevar la producción y la rentabilidad de las plantas. En este sentido, la información tecnológica debe ser sistematizada y socializada para llegar al mayor número de productores de la región. Asimismo, es necesario identificar nuevas técnicas de producción, procesamiento y comercialización de este cultivo, todo lo que concierne a la cadena productiva de tara.

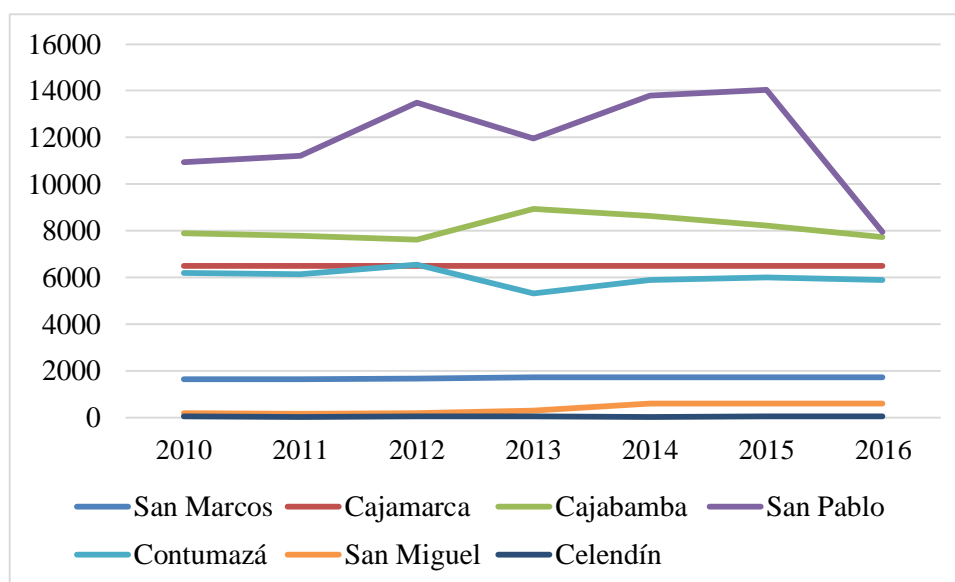
En el año 2010 se ha contado con 33 407.2 hectáreas de cultivo de tara, en el año 2011 con 33 418.4 hectáreas, en el año 2012 36 038.2 hectáreas, en el año 2014 con 37 136.6 hectáreas, en el año 2015 se ha contado con 37 086.6 hectáreas y en año 2016 se cuenta con 30 405.6 hectáreas. Siendo la provincia con mayor cantidad de unidades productivas San Pablo.

Tabla 16: Unidades productivas por cada provincia

Provincia	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
San Marcos	1644	1644	1662	1716	1716	1716	1716
Cajamarca	6486	6,486	6486	6486	6486	6486	6486
Cajabamba	7892	7785	7628	8933	8638	8225	7734
San Pablo	10948	11202	13488	11964	13788	14028	7958
Contumazá	6202	6124	6538	5322	5895	5998	5879
San Miguel	195.2	146.4	195.2	292.8	585.6	585.6	585.6
Celendín	40	31	41	37	28	48	47
Total	33407.2	33418.4	36038.2	34750.8	37136.6	37086.6	30405.6

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016.

Figura 32: Cantidad de hectáreas por Provincias de tara en la región de Cajamarca.



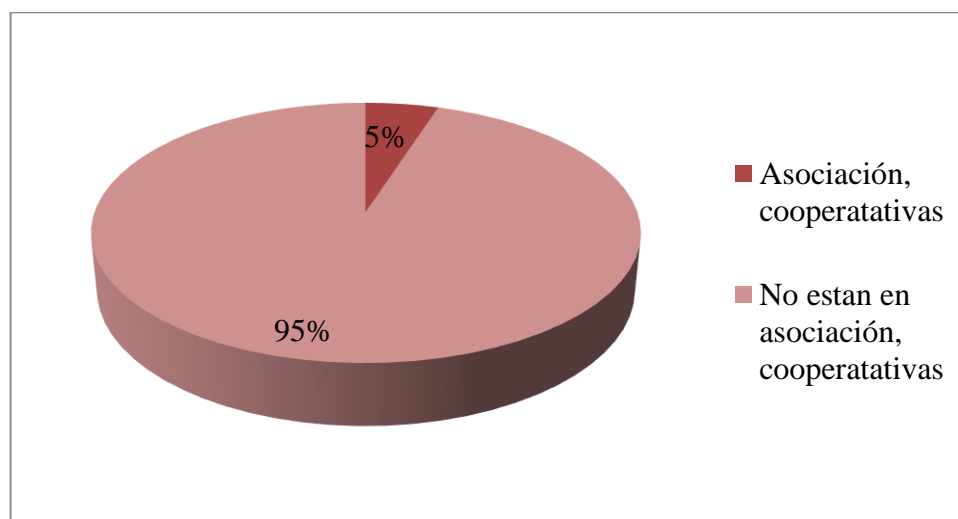
Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016.

4. Gestión empresarial

La Asociación de Productores de Tara de San Marcos, ahora organizados en una cooperativa con más de 90 socios, ha logrado obtener incluso la certificación orgánica de su producto. Con ello, pueden exportar finalmente su producto y obtener mejores ingresos económicos. El 5% están organizados en una asociación y cooperativas, y el 95% no

pertenecen a ninguna asociación y/o cooperativas los productores de tara en la región de Cajamarca.

Figura 33: Organización de asociaciones y cooperativas de productores de tara en la región Cajamarca, 2016.

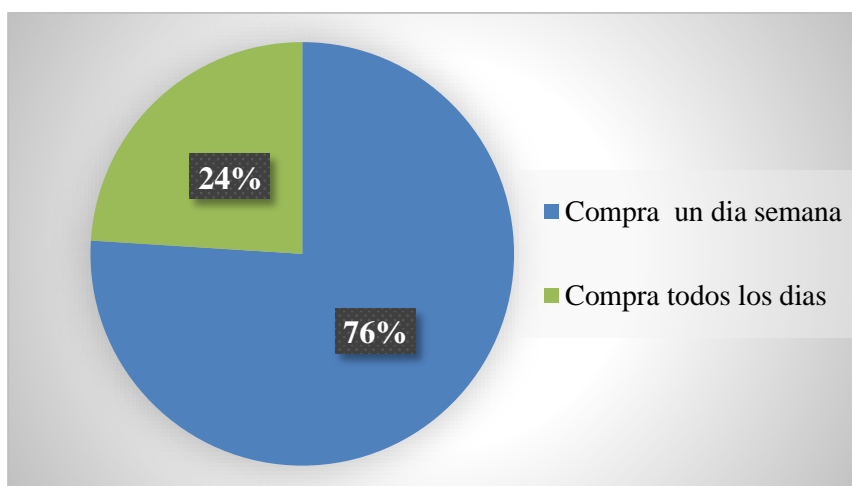


Fuente: Dirección Regional de Cajamarca/ Encuesta a productores de tara /elaboración por la autora, 2016.

5. Comercialización

Existen acopiadores, los cuales piden apoyo de otras personas, a quienes entregan una comisión por su ayuda para adquirir el producto, y también contratan estibadores que se ocupan de seleccionar, taquear, ensacar, verificar la calidad y transportar el producto hacia un camión. Según la información recopilada los acopiadores tienen una ganancia promedio de S/.15.00 por quintal. Para asegurar la compra realizan adelantos a los acopiadores y productores locales. Los acopiadores realizan el mayor número de compras de tara un día a la semana 76%; en menor porcentaje, 24% compran todos los días.

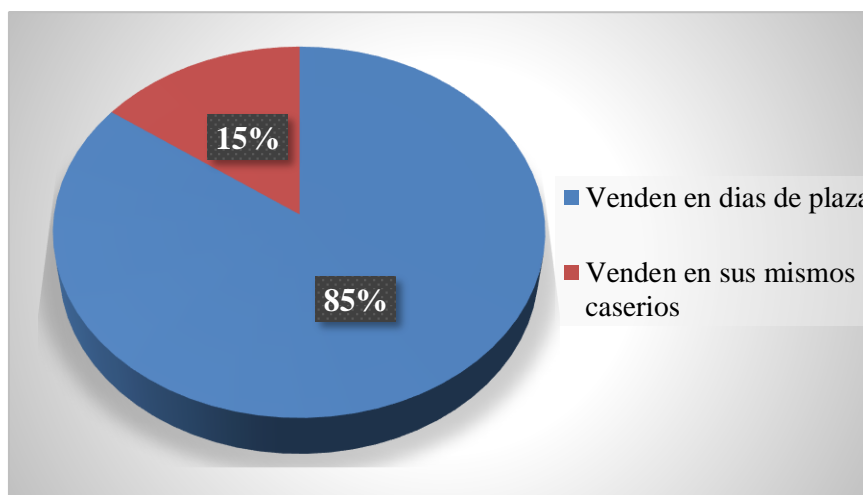
Figura 34: Compra de tara en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016

El 85% de los productores de tara venden días de plaza, viernes, sábado, domingos en los centros de acopio y el 15% lo hacen en sus mismos caseríos.

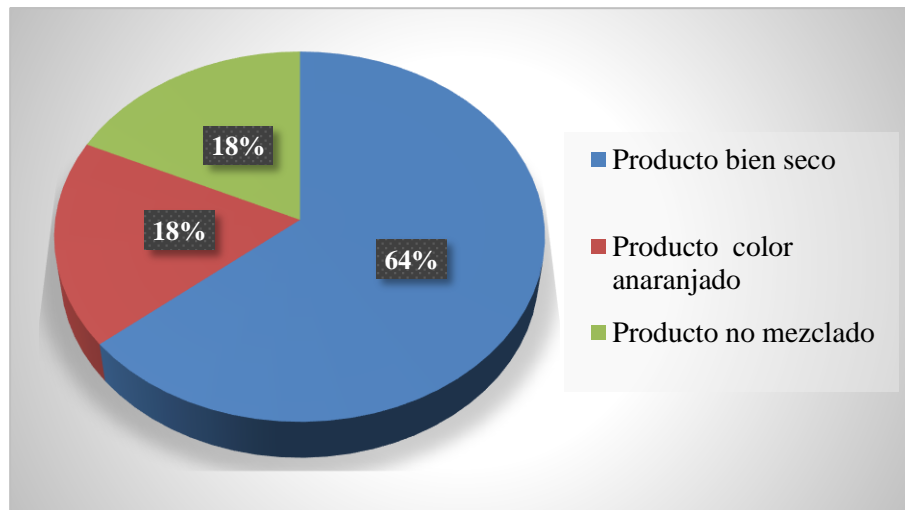
Figura 35: Venta de Tara en días de plaza en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016

Los criterios establecidos por los acopiadores para adquirir el producto destacan que la vaina esté bien seca 64%, que tenga color rojo-anaranjado 18% y que el producto no esté mezclado 18%; pero muchas veces los acopiadores se ven obligados a adquirir el producto sin cumplir estos criterios para conseguir completar el pedido hecho por los transformadores.

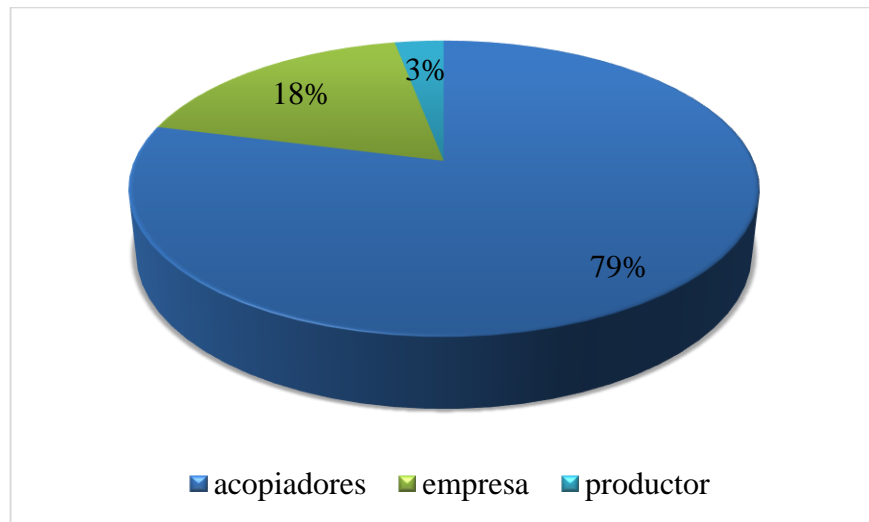
Figura 36: Criterios para la compra del producto de tara en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016

Los productores perciben que los precios de la tara en el mercado son fijados por los acopiadores 79% y las empresas 18% y el 3% fija el precio el productor. Los acopiadores deben tener una excelente comunicación con los productores de tara para que lleguen a un acuerdo y firmar contrato sobre precio del producto.

Figura 37: Fijación de precios de tara en la región de Cajamarca, 2016.



Fuente: Dirección Regional de Agricultura Cajamarca/elaboración por la autora, 2016.

6. Principales empresas exportadoras de tara en el Perú.

Son las empresas dedicadas a la venta de derivados de tara en los mercados del exterior y se caracterizan por tener contacto directo con las empresas extranjeras, a las que abastecen con derivados de la tara y por mantenerse informados sobre los cambios que ocurren en su comercio. Coordinan estrechamente con los transformadores y poseen grandes almacenes de tara en Lima. El transporte hacia el extranjero se realiza con contenedor.

Tabla 17: Empresas exportadoras de Tara en el Perú, 2015.

EMPRESA	% Var. 2015	%Part. 2015
EXANDAL S.A.	8%	34%
MOLINOS ASOCIADOS SOCIEDAD ANONIMA	38%	20%
SILVATEAM PERU S.A.C.	-34%	20%
EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	4%	10%
SOCIEDAD MERCANTIL (EXPORTACION) SA	132%	7%
TECNACORP S.A.C	-32%	4%
G & A AGROPRODUCTOS S.A.C.	-75%	2%
AGROMAX INTERNATIONAL S.A.C.	--	2%
SILVATEAM PERU COMERCIAL S.A.C.	--	1%
Otras Empresas (3)	--	1%

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria 2015.

Tabla 18: Principales Mercados de la tara en el Perú, 2015.

Mercado	%Var.2015	%Part.2015	FOB-2015 (miles US\$)
China	-22%	34%	10,755.55
Italia	33%	14%	4,543.17
Brasil	12%	14%	4,330.09
Argentina	-4%	9%	2,911.60
México	14%	6%	1,995.92
Alemania	85%	5%	1,622.03
Bélgica	7%	4%	1,343.78
Uruguay	-13%	2%	623.29
Francia	-28%	2%	567.9
Otros Países (18)	--	9%	2,870.65

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2015.

La exportación de tara a los diferentes países, 6 941 130.00 kg se exporta a China, 3 006 000.00 kg Italia, 2 889 000.00 Kg Brasil, 1 832 000.00 Kg Argentina, 1 277 100.00 Kg México y otros países. Con Subpartida Nacional: 1404.90.20.00, Tara en polvo (Caesalpineae spinosa). Perú es el principal productor de tara en el mundo con el 80% del mercado mundial, la región Cajamarca concentra el 40% de la producción a nivel nacional.

Tabla 19: Reporte de exportaciones por Subpartida nacional/país destino 2015

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto(Kilos)	Porcentaje FOB
China	9,773,305.85	6,941,130.00	7,081,573.00	32.4
Italia	4,483,422.91	3,006,000.00	3,076,463.65	14.86
Brasil	4,332,287.44	2,889,000.00	2,954,917.50	14.36
Argentina	2,766,000.00	1,832,000.00	1,867,055.00	9.17
México	1,966,720.90	1,277,100.00	1,306,690.30	6.52
Alemania	1,526,028.00	987,000.00	1,007,661.36	5.06
Bélgica	1,343,784.00	872,000.00	892,700.00	4.45
Uruguay	607,793.32	381,055.00	389,600.00	2.01
Francia	567,900.00	370,000.00	377,720.00	1.88
España	416,479.00	280,000.00	285,740.00	1.38
Estados Unidos	403,760.00	274,000.00	277,575.00	1.34
Pakistán	326,088.00	230,000.00	234,717.00	1.08
Reino Unido	308,552.00	204,000.00	209,210.00	1.02
Turquía	302,490.00	183,000.00	186,775.00	1
India	284,409.00	188,000.00	191,071.00	0.94
Corea	217,800.00	126,000.00	129,340.00	0.72
Portugal	151,178.00	100,000.00	101,740.00	0.5
Japón	85,575.16	60,000.00	61,470.00	0.28
Austria	85,320.00	54,000.00	55,280.00	0.28
Países Bajos	70,080.00	48,000.00	49,450.00	0.23
Árabes unidos	32,000.00	20,000.00	20,560.00	0.11
Sudáfrica	29,000.00	20,000.00	20,480.00	0.1
Singapur	28,000.00	20,000.00	20,370.00	0.09
Eslovenia	25,617.60	18,000.00	18,340.00	0.08
Chile	15,400.00	10,000.00	10,160.00	0.05
Hong Kong	10,200.00	6,000.00	6,150.00	0.03
Costa rica	7,200.00	1,000.00	1,030.00	0.02
TOTAL	30,166,391.18	20,397,285.00	20,833,838.80	100

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2015.

5.1.2. Potencialidades y limitantes de los principales productos café y tara de agroexportación de la región de Cajamarca.

5.1.2.1 Potencialidades

- Adecuadas técnicas productivas y productividad

Los factores que favorecen el potencial agroexportador de los productos café y tara, son la disponibilidad de tierras cultivables y la variedad de climas que permite una fácil adaptación de productos en la región de Cajamarca. La relación entre poda, rehabilitación y productividad es directa. Las podas rehabilitan el tejido vegetal de las plantas de café propiciando la aparición de nuevos brotes que generan mayor producción e incrementan la productividad del grano por cada planta. También ayuda a que el grano sea más uniforme en tamaño y en maduración. El 36% tienen una producción de 70 quintales por hectárea, el 40% de 45 a 60 quintales por hectárea y el 24% de 30 a 55 quintales por hectárea.

San Ignacio es la principal provincia con mayor producción de café desde el 2010 hasta 2015 con una cantidad de 2 846 629.00 toneladas, lo sigue Jaén con 1 951 670.00 toneladas y finalmente San Miguel con 120 236.00 toneladas haciendo un total en las tres provincias 4 918 535.00. El 85% de la producción regional pues cultivan variedades de café como: Typica, Bourbon, Caturra, Paches, Catimor, que son variedades muy demandadas internacional. El rendimiento en la cosecha de la tara el 74 % realiza dos cosechas al año en las provincias de San Marcos y Cajabamba, donde se cultiva en terrenos bajo riego. La producción de

tara en la región de Cajamarca periodo 2010 hasta julio del 2016, la provincia de san pablo tiene una producción 13 017.00 toneladas, Cajabamba 9 409.4 toneladas, Cajamarca 5 731.5 toneladas, Contumazá 5 228.00 toneladas, San Marcos 4 203.9, San Miguel 483.00 toneladas, Celendín 65.7 toneladas. Y se cuenta con 13 010 productores de tara.

- **Eficiente gestión Empresarial**

Con respecto a las asociaciones y cooperativas del café en la región de Cajamarca representa el 20% y cuentan con certificación orgánica. La Asociación de Productores de tara de San Marcos, ahora organizados en una cooperativa con más de 90 socios, ha logrado obtener incluso la certificación orgánica de su producto. Con ello, pueden exportar finalmente su producto y obtener mejores ingresos económicos. El 5% están organizados en una asociación y cooperativas. Se realizado el análisis de las funciones de gestión empresarial.

Planeación. En la producción de café y tara, establecen principios que orientan la secuencia de operaciones para la realización y determinación de tiempo y recursos necesarios, para propiciar su desarrollo como asociaciones y empresas agroexportadoras en establecer métodos de utilización racional de los recursos. Asimismo preparan a los productores de café y tara y empresas agroexportadoras hacer frente a las contingencias que se presenten con las mayores garantías de éxito, manteniendo una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y una aspiración de lograr y mejoras en sus productos.

Organización. Las Asociaciones y cooperativas tienen bien definida su estructura orgánica, los cargos y funciones administrativas, máquinas y equipos, la infraestructura de talleres y oficinas, recurso humano apropiado de esa manera poder trabajar eficientemente. Además se organizan el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, entre los trabajadores de las empresas de agroexportación, de tal manera pueda alcanzar las metas propuestas.

Dirección. Cuentan con el personal idóneo, y realizan las tareas necesaria para lograr los objetivos de las empresas agroexportadoras. Además se cuenta con excelente motivación, liderazgo, comunicación y comportamiento individual del equipo.

Evaluación y control. Algunas cooperativas y asociaciones anualmente se programan encuestas a sus miembros para evaluar los beneficios de las alianzas establecidas y del trabajo conjunto con la institución de investigación y desarrollo. Asimismo, miden el desarrollo de los procesos de gestión del conocimiento y gestión empresarial. Las empresas agroexportadoras, incluyen en sus estrategias a aquellas que estén dispuestas a cultivar nuevos productos o a modificar sus procesos productivos para obtener un producto de mejor calidad. También se apuntan a mejorar las competencias emprendedoras de los productores, para que ellos, a su vez, se constituyan en empresarios éxitos agroexportadores.

- **Dinámico proceso de comercialización**

Las empresas exportadoras de tara en el Perú, Exandal S.A., Molinos Asociados Sociedad Anónima, Silvateam Perú S.A.C., Exportadora el Sol S.A.C., Sociedad Mercantil exportación S.A., Tecnacorp S.A.C. G & A Agroproducts S.A.C., Agromax International S.A.C., Silvateam Perú Comercial S.A.C. y Otras Empresas, se tiene los principales mercados de la tara como son: China, Italia, Brasil, Argentina, México, Alemania, Bélgica, Uruguay, Francia, Otros Países. Y el café se exporta a los siguientes países Bolivia, Ecuador, El salvador, Chile, Francia, Canadá, República Dominicana.

Tratado de Libre Comercio (TLC), es una grande oportunidad que se tiene para la exportación de los diferentes productos que cumplan con los estándares de calidad establecidos para las exportación. Acuerdos comerciales que mantiene vigentes el Perú son: acuerdos regionales Comunidad Andina (CAN) acuerdos relacionados con la desgravación arancelaria al comercio de bienes, la liberalización subregional de mercados de servicios. Mercosur-Perú Con este acuerdo se busca formar un área de libre comercio entre el Perú y los cuatro países integrantes del Mercosur (Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay), mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de restricciones arancelarias y no arancelarias que afectan el intercambio recíproco de bienes y servicios.

5.1.2.2 Limitantes

- Deficiente manejo sanitario

El 69 % de las plantaciones de tara se encuentra en bosques nativos donde la crece de manera natural silvestre.

En la sierra rural vive el 36.7% de los pobres peruanos y el 59.8% de los pobres extremos. A grandes rasgos, un agricultor promedio vive en la sierra, es pobre, no tiene educación primaria completa (aunque los hijos duplican el número de años de escolaridad de los padres), viven con limitado acceso a la red pública de agua, desagüe y electricidad, y tienen limitados activos productivos (hogares precarios y pequeñas extensiones de tierra distribuidas en parcelas dispersas de poco tamaño). La propiedad de la tierra corresponde principalmente a los pequeños agricultores, de los cuales aproximadamente 77% tiene títulos de propiedad adecuadamente registrados. (Diagnóstico de la Agricultura en el Perú, 2011).

Deficiente tecnología productiva basada en el conocimiento tradicional, con muy limitado acceso a técnicas silvoculturales que permitan elevar la producción y la rentabilidad de las plantas.

En el café se presenta una enfermedad llamada roya amarilla, aparece en la cara inferior de las hojas, donde se observan inicialmente manchas pálidas que con el tiempo aumentan de tamaño y se unen formando las características manchas o lesiones amarillo – anaranjado. Y en la

producción de tara las plagas y enfermedades de mayor incidencia identificadas por los productores y los técnicos son la achupalla 35%, el pulgón 30%, la ceniza 20%, el salivazo 15%; principales enfermedades. Además, se registran otras plagas y enfermedades, como musgos, líquenes, hongos.

- **Escasez de créditos para productores**

El 80% no están organizados y no pertenecen a ninguna asociación y/o cooperativa en la producción de café. Además concerniente al precio el 64 % deciden las empresas que compran el café. Concerniente a la tara el 95% no pertenecen a ninguna asociación y/o cooperativas los productores de tara en la región de Cajamarca.

Acceso a créditos financieros a los agricultores, por parte de los agricultores, les impide seguir recibiendo los Sellos de Certificación Orgánica y Comercio Justo, y con ello, ampliar su producción y generar mayores ingresos para sus familias, cultivando más hectáreas e implementando tecnología.

- **Bajo nivel de desarrollo de tecnología**

Limitante estándares de calidad del café y tara en la región de Cajamarca, no se tiene implementado el ISO 9000 y 14000. Aun cuando no es un estándar obligatorio para los productores de ingredientes alimenticios. Los estándares ISO 9000 brindan un marco para estandarizar los procedimientos en toda una organización, que comprende temas como

calidad, sanidad, seguridad y medio ambiente. Asimismo, el sistema ambiental mejor conocido es el ISO 14000, dentro del cual el ISO 14001 está dirigido específicamente a minimizar los impactos ambientales de una compañía.

Limitante implementación de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y las Buenas Prácticas Agrícolas y de Recolección (BPAR) que establecen los requisitos mínimos de calidad e higiene. Estos estándares son obligatorios para los Estados Miembros de las Naciones Unidas y deben ser incorporados en la legislación peruana.

Limitante implementación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC) se centra en procedimientos sanitarios en los procesos de producción de los alimentos a lo largo de la cadena de producción y transporte. Por medio del monitoreo del proceso, se establece el sistema para asegurar la inocuidad del producto. El sistema APPCC se aplicaría a las empresas de café que procesan, tratan, empaacan, transportan, distribuyen o comercializan.

Para la comercialización del café y tara los productores no realizan una buena selección, el mercado de la oferta de tara y café y su comercialización al exterior es la fluctuación de precios del producto. Esto se debe a la informalidad de este mercado.

Las empresas de agroexportadores de café y tara, deben orientarse al posicionamiento en los mercados internacionales, y ser competitivos en la creación, articulación, gestión y operan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad entre ellas. El productor y agroexportador de café y tara con otros agroexportadores no han conllevado a la conformación de un grupo cohesionado que permita la generación de estrategias para colocar este producto con mayores ventajas en el exterior. La mayoría de empresas exportadoras están ubicadas en Lima, lo que les permite acopiar el producto de todo el país y estar en contacto con las entidades que apoyan o promueven las exportaciones

5.2. Análisis, interpretación y discusión de los resultados.

5.2.1. Discusión

Teniendo en cuenta la producción de café en el Perú, el 75% de los cafetaleros están sobre los 1000 m.s.n.m y las variedades que se cultivan son: Typica 70%, Caturra 20% y otras 10%; el 90% del café peruano crece bajo sombra, principalmente de leguminosas, a una densidad promedio de 2,000 plantas por hectárea; algunos grupos de agricultores peruanos se han especializado y trabajan en orgánico y otros cafés especiales, reconocidos por su perfil y características peculiares como su calidad de taza, acidez y sabor balanceado que se ajusta muy bien a los microclimas, la temperatura y la estricta altura (1400 - 1800 msnm). El Perú es el segundo productor de café orgánico a nivel mundial; además abastece a EE.UU. de café especial bajo el sello de FairTrade (Comercio Justo), abarcando el 25% de este nicho de mercado. La producción

de café en la región de Cajamarca, se da en la provincia de San Ignacio, llegando a obtenerse 1 un millón de quintales, el cual es comercializado por asociaciones y cooperativas conformadas por pequeños productores; las producciones de café están certificadas por reconocidos sellos tales como el Orgánico y Comercio Justo, lo cual es una ventaja competitiva para ingresar a diferentes mercados internacionales. Entre San Ignacio y Jaén se produce el 23% de la producción nacional de café. Está determinada por la campaña cafetalera que dura 12 meses y tiene 4 etapas definidas; el comportamiento de la planta en cada etapa es diferente y determina las labores culturales que se realizan. Descanso: (julio y agosto), floración: (setiembre, octubre, noviembre), llenado de grano: (diciembre, enero, febrero, marzo), cosecha: (abril, mayo, junio). Las provincias de producción de café en la región de Cajamarca son: San Ignacio, constituyéndose como la principal provincia con mayor producción de café desde el 2010 hasta 2015 con una cantidad de 2 846 629.00 toneladas, luego sigue Jaén, con una producción de 1 951 670.00 toneladas y finalmente San Miguel con una producción de 120 236.00 toneladas, haciendo un total de producción en las tres provincias de 4 918 535.00 toneladas de café en la región de Cajamarca. Referente a las unidades productivas del café en el año 2010 se ha contado con una cantidad de 56 591.32 hectáreas, en el 2011 se contado con 62 315.48 hectáreas, en el 2012 59 822.10 hectáreas, en el 2013 52 301.02 hectáreas, en el 2014 38 838.06 hectáreas, en el 2015 42 088.56 hectáreas y en el año 2016 se ha contado con 32 162.00 hectáreas. Además aplican las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), permitiendo el crecimiento de la producción. La enfermedad más común en el café en las provincias de San Ignacio, Jaén y San Miguel es la roya amarilla. Además la producción del año 2016 solamente está

hasta el mes de julio. El 36% tienen una producción de 70 quintales por hectárea, el 40% de 45 a 60 quintales por hectárea y el 24% de 30 a 55 quintales por hectárea.

El Perú es el primer productor de tara a nivel mundial y se exporta en presentaciones de polvo y goma. En lo cual la región de Cajamarca representa el 45% en la producción nacional; las provincias con mayor producción de tara son Cajabamba y San Pablo; teniendo en cuenta las diversos departamentos del Perú, La Libertad representa el 18% de producción, Ayacucho el 14%, Ancash 8% y Piura 1%; teniendo en cuenta ello, se logra exportar 5 mil toneladas, siendo la demanda mundial, 100 mil toneladas; dentro de los principales mercados exportables tenemos a EE.UU, Alemania, Suiza, España e Italia. Es considerado el producto más rentable dentro de las agroexportación peruana.

La producción de tara procede de los bosques naturales el 96% y el 4% corresponde a plantaciones instaladas que se ha realizado con la ayuda de instituciones. Las plagas y las enfermedades de mayor incidencia identificadas por los productores y los técnicos son la achupalla 35%, el pulgón 30%, la ceniza 20%, el salivazo 15%, todas ellas son consideradas como las principales enfermedades; además, se registran otras plagas y enfermedades como musgos, líquenes y hongos. En el año 2010 se ha contado con 33 407.2 hectáreas de cultivo de tara, en el año 2011 con 33 418.4 hectáreas, en el año 2012 36 038.2 hectáreas, en el año 2014 con 37 136.6 hectáreas, en el año 2015 se ha contado con 37 086.6 hectáreas y en año 2016 se ha contado con 30 405.6 hectáreas. Siendo la provincia con mayor cantidad de unidades productivas San Pablo.

Dentro de la producción de tara en la región de Cajamarca periodo 2010 hasta julio del 2016, la provincia de san pablo ha logrado una producción 13 017.00 toneladas, Cajabamba 9 409.4 toneladas, Cajamarca 5 731.5 toneladas, Contumazá 5 228.00 toneladas, San Marcos 4 203.9, San Miguel 483.00 toneladas, Celendín 65.7 toneladas.

El comercio internacional nace de la necesidad de hacer un intercambio de productos de agroexportacion entre países ya que ningún país puede considerarse autosuficiente, por este motivo se hacen negociaciones y acuerdos mundiales. Los avances tecnológicos en el sector de agroexportacion han ido a escalas cada vez mayores; según la teoría de ventaja comparativa, el trabajador es el único factor de producción, quien llega a exportar aquellos productos en los que tienen mayor productividad.

La gestión empresarial para contribuir al desarrollo del sector agroexportador, lo logrará a través de una excelente planeación, organización, dirección y control; ello implicará una mejora en la productividad y competitividad de las asociaciones, cooperativas y empresas agroexportadoras, y mucho dependerá de cuan preparados puedan estar los actores directos e indirectos involucrados, ya sea mediante capacitaciones o especializaciones; finalmente se obtendrá una gestión optima y por ende con muy buenos resultados. Para la implementación de esta estrategia, se ha propuesto aplicarla teniendo en cuenta productos potenciales de la región Cajamarca, como son: café y tara; esta experiencia permitirá en un futuro servir de ejemplo y replicarse posteriormente con otros cultivos. En el caso de las empresas agroexportadoras, se encontró un número

reducido que demostraba interés por los cultivos innovadores de café y tara; este resultado puede deberse a una política conservadora y no innovadora de las empresas. Existe desconfianza entre los productores y la empresa agroexportadora. Por otro lado, existen experiencias exitosas en productos como café y tara. Por ello, es necesaria la importancia de fortalecer la relación entre ambos actores, como un paso previo a la implementación de la estrategia en gestión empresarial. Asimismo, se debe proponer una estrategia para originar una cultura de calidad, demostrándose en las asociaciones, cooperativas y empresas agroexportadora un conjunto de valores y hábitos, permitiendo colaborar con su organización para afrontar los retos que se le presenten en el cumplimiento de la misión de la organización, lo cual servirá como un medio para generar productividad y ventajas competitivas que contribuyan al desarrollo del sector agroexportador, dentro de la región y a nivel nacional.

CAPITULO VI: PROPUESTA

6.1. Formulación de estrategias para incrementar la capacidad de producción y agroexportación.

Para formular las estrategias de técnicas productivas, gestión empresarial y comercialización para el desarrollo de los productos: café y tara, se tomó como base la administración de recursos productivos, donde se definen los objetivos y el alcance de dicha propuesta. El estudio se realizó en la región de Cajamarca, donde se estudió potencialidades y limitantes de la agroexportación de café y tara. Además se evaluaron las técnicas productivas, los procesos de gestión empresarial, comercialización.

- Estrategias para técnicas productivas

Se debe fomentar la producción de café y tara en áreas donde exista acceso al agua, recurso que genera un aumento de la producción y productividad de los cultivos.

Desarrollar una estrategia productiva a ser aplicada por todas las asociaciones productoras y cooperativas, con la finalidad de mejorar el cultivo y manejo de la producción del café y tara y desarrollar mercados para la comercialización.

Para los estándares de calidad del café y tara en la región de Cajamarca, se debe implementar el ISO 9000 y 14000. Aun cuando no es un estándar obligatorio para los productores de ingredientes alimenticios, el ISO 9000 está creciendo fuertemente en importancia en Europa. Las

compañías pueden obtener un certificado que es válido por tres años. Los estándares ISO 9000 brindan un marco para estandarizar los procedimientos en toda una organización, que comprende temas como calidad, sanidad, seguridad y medio ambiente. Asimismo, el sistema ambiental mejor conocido es el ISO 14000, dentro del cual el ISO 14001 está dirigido específicamente a minimizar los impactos ambientales de una compañía.

Se debe implementar las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y las Buenas Prácticas Agrícolas y de Recolección (BPAR) que establecen los requisitos mínimos de calidad e higiene. Estos estándares son obligatorios para los Estados Miembros de las Naciones Unidas y deben ser incorporados en la legislación peruana.

Implementación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC) se centra en procedimientos sanitarios en los procesos de producción de los alimentos a lo largo de la cadena de producción y transporte. Por medio del monitoreo del proceso, se establece el sistema para asegurar la inocuidad del producto. El sistema APPCC se aplicaría a las empresas de café que procesan, tratan, empaacan, transportan, distribuyen o comercializan.

- **Estrategias de Gestión empresarial**

Las asociaciones, cooperativas y empresas de agro exportación siempre van a depender de un liderazgo de sus integrantes. De esa manera se

tendrá un líder que se encargará de la dirección eficiente y trabajo en equipo durante toda la cadena productiva.

Las entidades financieras, si bien no es común la entrega de créditos directos para el productor, existen modalidades de créditos para cadenas productivas por medio de articuladores y con líneas de créditos otorgadas por la Corporación Financiera del Desarrollo COFIDE, a las entidades financieras para canalizar el financiamiento, con garantía de FOGAPI, todos los productores de café y tara deben pertenecer o formar parte de asociaciones y cooperativas.

Formar alianzas y aprovechar la buena imagen que tienen ciertos, productores, asociaciones, cooperativas, empresas de agro exportación y las instituciones de las distintas provincias, de la región de Cajamarca.

Implementar un desarrollo organizacional, de tecnología, gestión, capacitación, maquinarias, financiamiento y de información, son ámbitos en que las asociaciones, cooperativas y empresas de agro exportación, pueden dar un excelente solución asociativa, a unidades de producción que tienen posibilidad de desarrollarse y consolidarse empresarialmente. La articulación entre distintas organizaciones económicas a través de contratos o convenios, las diversas empresas que cooperan tienen que contraer relaciones y obligaciones mayores que las que establecen los convenios o contratos; los cuales pueden constituir de una manera bastante rápida y efectiva para complementar los servicios a los socios e

incrementar el volumen de operaciones de la organización y, por lo tanto, mejorar la eficacia de la empresas de agro exportación.

- **Estrategias de Comercialización**

Para el posicionamiento del café y la tara como productos de exportación de la región de Cajamarca en el mercado internacional, es un trabajo que le compete, principalmente, a las empresas de agro exportadoras. Para ello será necesario que se agrupen como gremio empresarial y en conjunto diseñar estrategias de producto país que posicionen al café y la tara y sus derivados como un insumo de alta calidad.

Crear una marca para los productos de café y tara, ya que es un signo distintivo que identificará a ciertos productos como aquellos producidos por una persona o empresa específica. Por medio de una marca, el titular es protegido al poseer el derecho exclusivo para hacer uso de la marca con el fin de identificar los productos. Las marcas, pueden ser una o la combinación de palabras, dibujo, símbolo, o un signo sonoro. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es una agencia de las Naciones Unidas, creada para desarrollar un sistema internacional de propiedad intelectual (PI).

6.1.1. Alcance

Las estrategias propuestas están dirigidas a los productores, asociaciones, cooperativas y empresas agroexportadoras, a las entidades públicas y privadas generadoras de innovación y tecnología.

6.1.2. Objetivos

Objetivo General

Mejorar e incrementar la producción del café y la tara y promover la formación de alianzas estratégicas entre las asociaciones, cooperativas de productores y empresas agroexportadoras, obteniendo un nivel tecnológico, organizacional y desarrollando una cultura de calidad.

Objetivos estratégicos

- Desarrollo de la innovación y la transferencia tecnológica a través de las instituciones de investigación y desarrollo, incorporando al Estado como el órgano promotor de medios de difusión y extensión del conocimiento.
- Se fomentará el desarrollo de una cultura de calidad basada en el aprovechamiento del conocimiento como fuente de ventajas competitivas para el sector agroexportador.
- Gestionar e impulsar la organización de los productores, con conocimiento en gestión empresarial.
- Promover a las organizaciones productoras de productos potenciales café, tara de la región y su articulación comercial al mercado local, nacional e internacional
- Desarrollar investigaciones para mejorar la calidad de los productos café y tara, acorde con las demandas de los consumidores.

6.1.3. Estrategias y propuestas

Sobre la base de los objetivos planteados, se propone: Aplicar el enfoque conceptual de técnicas productivas, gestión empresarial y comercialización con énfasis en la generación de innovaciones como fuente de ventaja competitiva y utilizando como un medio la asociatividad y cooperación, para crear una cultura orientada a optimizar la calidad de los productos y mejorar continuamente los procesos, entre los productores y empresas agroexportadoras. Las innovaciones organizativas, donde se pondrá en práctica de nuevos métodos de organización.

6.1.3.1.Estrategia para el sector agroexportador.

Las asociaciones, cooperativas de productores y empresas agroexportadoras deberán trabajar conjuntamente con los otros agentes (producción, transformación y comercialización) de la cadena productiva en la aplicación de una cultura de calidad para la elaboración de los productos de agroexportación. La institución de investigación y desarrollo se encargará de generar las innovaciones y competitividad empresarial en productos, procesos y tecnología. Asimismo, deberá capacitar a investigadores en instituciones internacionales, así como formar alianzas y redes con otras instituciones a nivel nacional e internacional.

6.1.4. Implementación de la estrategias

De esta manera se logrará desarrollar innovación y competitividad empresarial que permitan ingresar nuevos productos al mercado nacional e internacional, y contribuir al crecimiento del sector agroexportador. Las estrategias planteadas están dirigidas a los productores y a los empresarios agroexportadores. En un primer paso se plantea una alianza entre la asociación, cooperativas de agricultores e instituciones de investigación y desarrollo, que será replicada posteriormente por las asociaciones de empresas agroexportadoras.

Por esta razón, y de acuerdo de los resultados obtenidos en la presente investigación de los productos potenciales café y tara, se plantea la aplicación práctica de la presente propuesta a las cadenas productivas de los cultivos innovadores como es café, tara, en la región de Cajamarca ya que tienen un gran potencial de exportación. La aplicación exitosa de esta estrategia basada en la gestión empresarial en el cultivo de café, tara, se podrá replicar posteriormente en otros cultivos. Para implementar las estrategias, se sugiere que las instituciones relacionadas con la agroexportación, destinen fondos a la capacitación de investigadores en países que tengan un mayor desarrollo en calidad de cultivos en innovación o nuevas tecnologías. Esto permitirá posteriormente adaptar los cultivos y tecnologías a la realidad del país.

6.2. Beneficios que aportará la propuesta

- Se considera importante comunicar adecuadamente la estrategia a todos los actores involucrados, a fin de permitir una mayor identificación con la propuesta. Si bien en la estrategia se incluye a los actores principales como: productores, asociaciones, cooperativas y empresas agroexportadoras en cada proceso de la cadena, estos no son excluyentes y su función puede ser realizada también simultáneamente por otros actores.
- Permite la administración integral de la cadena productiva, trabajar desde la producción, transformación y comercialización, pasando por la logística o la promoción. Esto nos permitirá delegar acciones con toda la confianza posible.
- Hace más eficiente cada eslabón de la cadena productiva, los sistemas de gestión empresarial trabajan en puntos concretos del modelo empresarial para hacerlos mucho más efectivos.
- Involucra a todos los trabajadores, porque ayuda a redefinir sus acciones y a orientarlos a los diferentes objetivos, por lo que aumenta en gran medida la productividad.
- Se trata de un software especializado, que incluye mejoras constantes y que se trabaja y diseña en función de las necesidades de cada eslabón de la cadena productiva. Es por eso que la herramienta elegida se va a adaptar

exactamente al ritmo de trabajo y producción de las empresas de agroexportación.

- Permite el análisis de información en tiempo real, el sector de la inteligencia de negocio permite que las empresas de agro exportación desarrollen sus habilidades y mejoren su toma de decisiones en función del análisis de diferentes datos, que también se encuentran integrados en estas plataformas. Además, esta información es almacenada y está accesible para todos los trabajadores de las empresas de agro exportación.
- Mejora la comunicación interna, porque administra los datos relativos a varios departamentos en una plataforma central a la que tienen acceso todos los empleados de los eslabones de la cadena productiva.
- Automatización de las acciones, al contrario que en una versión manual, los sistemas de gestión empresarial permiten la automatización de tareas como las órdenes de stock al almacén o a logística, de forma que el funcionamiento de la compañía se hace mucho más fluido.
- Los sistemas de gestión empresarial permiten la administración de la cadena productiva desde puntos de vista muy diferentes. De esta forma, muchos departamentos pueden beneficiarse de un software personalizado que les permita delegar acciones y centrar actuaciones hacia el éxito. De hecho, su trabajo se basa no solo en la administración, sino también en la recogida de una serie de datos muy útiles para la toma de decisiones, dentro del sector de la inteligencia empresarial. Contar con los mejores sistemas de gestión

empresarial permitirá a las empresas de exportación crecer pero también redefinir su actividad para sacar la máxima rentabilidad de cada proceso.

6.3. Costos de Implementación

Tabla 20. Costos de Implementación de la Estrategia

Inversión inicial	Cantidad	Mensual	Anual
Computadoras	2		S/. 4,000.00
Impresoras	1		S/. 1,000.00
Internet	12		S/. 600.00
Mobiliario			S/. 6,000.00
Total de la Inversión Inicial			S/. 11,600.00
Costo Operativos			
Administrador	1	6000	S/. 72,000.00
Especialista en agroexportacion	1	5000	S/. 60,000.00
Técnico Calificado	4	3000	S/. 144,000.00
Capacitaciones	4	2000	S/. 8,000.00
Publicaciones escritas y boletines	500		S/. 5,000.00
Plan línea plus telefónico	12	50	S/. 600.00
Gastos administrativo			S/. 10,000.00
Total de gastos operativo			S/. 299,600.00
Gasto Total			S/. 311,200.00

Fuente: Elaborado por la autora, 2016.

CONCLUSIONES

Las provincias con mayor producción en la región de Cajamarca de café son: San Ignacio, Jaén y San Miguel, siendo las dos primeras, las cuales ofrecen el 85% de la producción regional y la última el 15%, cultivándose variedades tales como la Typica, Bourbon, Caturra, Paches, Catimor, por la misma demandada internacional que existe. San Ignacio es la principal provincia con mayor producción de café desde el año 2010 hasta el 2015 con una cantidad de 2 846 629.00 toneladas, luego sigue Jaén con 1 951 670.00 toneladas y finalmente San Miguel con 120 236.00 toneladas, haciendo un total de producción, teniendo en cuenta las tres provincias, de 4 918 535.00 toneladas de café en la región de Cajamarca. El 36% tienen una producción de 70 quintales por hectárea, el 40% de 45 a 60 quintales por hectárea y el 24% de 30 a 55 quintales por hectárea de café.

Las unidades productivas de café en el año 2010 hasta el 2016, fueron 344 110.44 hectáreas. Además los productores de café aplicaron las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), las cuales contribuyeron al crecimiento de la producción; la enfermedad más común del café, que fue detectada en las provincias de San Ignacio, Jaén y San Miguel es la roya amarilla.

El 96% de tara procede de bosques naturales y el 4% corresponde a plantaciones instaladas, que se han realizado con la ayuda de instituciones; las plagas y enfermedades de mayor incidencia identificadas por los productores y técnicos son: la achupalla 35%, el pulgón 30%, la ceniza 20%, el salivazo 15%; además,

se registraron otras plagas y enfermedades como musgos, líquenes y hongos; referente a la producción de tara en la región de Cajamarca periodo 2010 hasta julio del 2016, la provincia de San Pablo ha tenido una producción de 13 017.00 toneladas, Cajabamba 9 409.4 toneladas, Cajamarca 5 731.5 toneladas, Contumazá 5 228.00 toneladas, San Marcos 4 203.9, San Miguel 483.00 toneladas y Celendín 65.7 toneladas y se ha contado con 207 492.60 hectáreas de cultivo de tara; siendo San Pablo, la provincia con mayor cantidad de unidades productivas.

Las potencialidades son los factores que favorecen el potencial agroexportador del café y tara, dentro de los cuales tenemos: adecuadas técnicas productivas y productividad, eficiente gestión empresarial, dinámico proceso de comercialización, disponibilidad de tierras cultivables y variedad de climas que permiten una fácil adaptación de productos en la región de Cajamarca; el 20% de producción del café se encuentra representado por asociaciones y cooperativas de café en la región de Cajamarca, las mismas que cuentan con certificación orgánica y aplican Buenas Prácticas Agrícolas. La Asociación de Productores de tara de la provincia de San Marcos, ahora organizados en una cooperativa con más de 90 socios, ha logrado obtener la certificación orgánica de su producto, abriéndoles paso para exportar su producto y obtener mejores ingresos económicos; el 5% están organizados en asociaciones y cooperativas.

Las limitantes son: deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores y bajo nivel desarrollo de tecnología; el café presenta una enfermedad llamada roya amarilla; en la producción de tara las plagas y

enfermedades de mayor incidencia identificadas por los productores y los técnicos son la achupalla 35%, el pulgón 30%, la ceniza 20%, el salivazo 15%. Además, se registran otras plagas y enfermedades, como musgos, líquenes y hongos; el no acceso a créditos financieros para los productores de café y tara, les impide seguir recibiendo los Sellos de Certificación Orgánica y Comercio Justo, lo cual limita ampliar la producción con innovación tecnológica y mejoramiento de calidad de vida económica.

RECOMENDACIONES

Los productores de café y tara deberán mejorar su eficiencia productiva y uniformización, especialización de la mano de obra, para facilitar la comercialización de los productos, acceso a avances tecnológicos, acceso a datos técnicos de los productos para facilitar su selección, conocer los requisitos cuyo cumplimiento se debe evaluar en un producto o servicio dado, contribuyendo al ordenamiento de las actividades económicas y mejorando la relación entre la oferta y la demanda.

Los productores de café y tara, así como las empresas agroexportadoras, deben conocer ampliamente sobre reglas técnicas y controles de exportación, para lograr ser competitivos en un mundo de globalización e integración económica que trae consigo acceso a mercados más amplios con productos de mayor calidad y al menor precio, contacto con avances tecnológicos y científicos, empleos decentes y remuneraciones dignas.

Las instituciones públicas tales como: Municipalidades, Gobierno Regional de Cajamarca, Dirección Regional de Agricultura de Cajamarca, Sierra Exportadora, deben fomentar los mecanismos de concertación y articulación entre los productores, asociaciones, cooperativas, empresas agroexportadoras, instituciones de investigación-desarrollo y el gobierno, con la finalidad de asegurar la productividad, calidad y rentabilidad de los productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asociación de Exportadores. 2015. La agroexportacion y el principal destino de frutas peruanas con valor agregado. Disponible en: <http://peru21.pe/economia/adex-agroexportación-crecio-145-durante-primer-bimestre-2015-2217799>

Asociación de Gremios Agroexportadores del Perú. 2014. Resumen exportación de principales sectores en la agroexportacion. Perú. Disponible en: www.gapperu.org.

Comercio. 2014. Situación y perspectivas de la economía mundial 2015. Nueva York. Disponible en: http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_archive/2015wesp-es-es.pdf.

Consorcio de Investigación Económica y Social .2010. La Agroexportación, Empleo y Género en el Perú. En: <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/04779.pdf>

Diagnóstico de la Agricultura en el Perú. 2011. Limitaciones de la Sierra Exportadora. En: <http://actualidadnegocios.blogspot.pe/2014/06/potencialidadagroexportador-de-la.html>

Ederly Muños, David. 2011. Programa de exportación de productos. Disponible en:<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/ProgramadePromoci%C3%B3ndeExportaci%C3%B3ndeServicios.pdf>

Gobierno Regional de Cajamarca. 2008. Productos con potencial exportable región de Cajamarca. Disponible en:
<http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/370bdcac852edacad217c434146de9bf.pdf>

Info región. 2012. Cafetaleros de Jaén y San Ignacio constituyen complejo agroindustrial. En: <http://www.inforegion.pe/127476/5000-cafetaleros-de-jaen-y-san-ignacio-constituyen-complejo-agroindustrial/>

León Castilla, Janina .2010. Agroexportacion, empleo y género en el Perú. Un estudio de casos, Consorcio de Investigación Economía y Social. Disponible en:
<http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/04779.pdf>

Ministerio de Agricultura. 2010. Plan estratégico sectorial multianual actualizado del ministerio de agricultura 2007-2011. Disponible en:
http://www.ana.gob.pe/media/1097174/pesem_20072011_actualizado_06oct.pdf

Ministerio de Agricultura y Riego. 2013. Problema de la Agricultura peruana. Lima. Disponible en: <http://gestionamundo.blogspot.com/2014/06/potencial-agroexportador-de-la-sierra.html>.

Ministerio de Agricultura. 2012. La agroexportación en el Perú, perspectivas y medidas de promoción. Disponible en:

<http://antioquia.gov.co/PDF2/8%20Agroexportación.pdf>.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. 2015. Plan estratégico nacional exportador 2025. Hacia la Internacionalización de la Empresa Peruana.

Disponible:

En: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/RM_051_2015_PLAN.pdf.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura .2014.

Plan Nacional de Diversificación Productiva 2014. En:

<http://faolex.fao.org/docs/pdf/per142235anx.pdf>

Ministerio de Agricultura y Riego. 2016. Perú es el segundo productor y exportador mundial de café orgánico. Disponible en:

<http://gestion.pe/economia/minagri-peru-segundo-productor-y-exportador-mundial-cafe-organico-2129235>.

Organización Mundial del Comercio. 2014. Informe sobre el comercio mundial.

Disponible en: https://www.wto.org/spanish/res_s/reser_s/wtr14_brochure_s.pdf.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. 2002. Agricultura Mundial: hacia los años 2015-2030. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-y3557s.pdf>.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. 2014. Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe. Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/019/i3702s/i3702s.pdf>.

Salazar, y Van Der D. 2010. Guía metodológica para análisis de cadenas productivas con equidad para la promoción del desarrollo local. Perú.

Sánchez, Lizbeth. 2011. Informe económico del departamento de Cajamarca para la zonificación ecológica y económica. Disponible en: <http://zeeot.regioncajamarca.gob.pe/sites/default/files/MemSocioeconomica.pdf>.

Smith, Adam. 1790. Investigación Sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones. Editorial Fondo de Cultura Económica. Octava Reimpresión. México. 1994.

La Republica. (2010). La agroexportacion. En: <http://larepublica.pe/columnistas/actualidad-economica-pedro-francke/agroexportación-puede-ser-mejor-07-11-2010>

Pontificia Universidad Católica del Perú. 2009. La gestión del conocimiento en la agroexportación peruana. Disponible en: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/ccii/2009/12/10/la-gestion-del-conocimiento-en-la-agroexportación-peruana>.

Peña Luis y Cholán Wilfredo (2016) Café, un producto representativo de San Ignacio. En: <http://www.noticiasser.pe/13/04/2016/informe/cafe-un-producto-representativo-de-san-ignacio>.

LIBROS

Cornejo, Enrique. 2010. Comercio internacional, hacia una gestión Competitiva. Editorial San Marcos. Lugar de publicación lima. Perú.

Cuenca, E., Navarro, M., Fuentes, F., Sánchez, S., Martín, J., Rastrollo, A. Téllez, C. 2012. Manuel del comercio internacional. Isla de la Cartuja. Extenda Agencia Andaluza de Promoción Exterior, S.A .En http://www.extenda.es/catedras/descargas_generales/estudios/ext/manual_comercio_internacional_final.pdf.

Díaz, Marcelo. (2013). Tratados de libre comercio que tiene firmados el Perú. En <http://culturacienciaysaber.blogspot.com/2013/02/que-tratados-de-libre-comercio-tiene.html>.

Hernández Mangones, Gustavo H. 2006. Diccionario de Economía, EDUCC.

Mendoza, S., Hernández, J., Pérez, J. (2015). Importancia del comercio Internacional en Latinoamérica. En: <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2015/15148.pdf>.

Mill. 1870. Teoría del Equilibrio y el Comercio Internacional. Disponible en: www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf.

Torres Gaytan, Ricardo. 1972. Teoría del comercio internacional. Edit. Siglo XXI, México. Disponible en: <file:///C:/Users/Megasystem/Desktop/CAFE/258.pdf>.

Página Web

Zonas de producción de café. Disponible en: [/http://expocafeperu.com/cafepuano.aspx](http://expocafeperu.com/cafepuano.aspx).

Tara (*Caesalpinia Spinosa*). Disponible en: <http://minagri.gob.pe/portal/notas-de-prensa/2015/2900-peru-produce-el-80-de-la-tara-a-nivel-mundial>).

Principales productores del café en el mundo. Disponible en: <http://www.infocafe.es/cafe/principales-exportadores-cafe.php>.

Mercados de exportación Piura Disponible en: <http://www.regionpiura.gob.pe/index.php?pag=17&id=1542&per=2015>

ANEXOS

1. Cuestionario de encuestas para productores de café y tara



Universidad Nacional de Cajamarca
Escuela de Post Grado



Doctorado en Ciencias Económicas

ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE PRODUCTOS DE AGROEXPORTACIÓN
COMO ES: CAFÉ, TARA EN LA REGIÓN DE CAJAMARCA

1. Nombre.....
2. Años de experiencia en la agricultura.....
3. ¿Su terreno es propio o alquilado?
 - a. Terreno propio () Número de hectáreas ()
 - b. Terreno alquilado () Número de hectáreas ()
4. ¿Cuántas hectáreas tiene la propiedad donde trabaja?

5. Edad
 - a. Menor de 26 años ()
 - b. De 26 a 35 años ()
 - c. De 36 a 45 años ()
 - d. De 46 a 55 años ()
 - e. Más de 55 años ()
6. Educación
Completa () Incompleta ()
(Marque con una "X" al costado de su opción)
 - a. Primaria ()
 - b. Secundaria ()
 - c. Técnica ()
 - d. Superior ()
 - e. Autodidacta ()
7. ¿Durante sus estudios ha recibido alguna capacitación relacionada con agricultura?
Sí () No (). ¿Si es «SÍ», en qué específicamente?

8. ¿Pertenece a alguna asociación agricultores?

Sí () No ()

¿Si es «SÍ», en qué asociación y por cuánto tiempo? ¿Ocupas algún cargo?...

9. ¿Tienes tus propias máquinas / equipos o las alquilas?

- a. Máquinas / equipos propios ()
- b. Máquinas / equipos alquilados ()
- c. No utilizo máquinas ()

10. ¿Qué productos cultivas?

.....

11. ¿Dónde vendes tus productos?

- a. Localidades cercanas ()
- b. Trujillo ()
- c. Lima ()
- d. Otras provincias ()
- e. Otros países ()

12. ¿Vendes directamente tus productos?

Sí () No ()

¿Si es «NO», a través de quién(es) los vendes?

.....

13. ¿Qué cantidad vende de su producto?

.....

14. ¿Su producto lo vende directo o un intermediario?

.....

GRACIAS POR SU COLOBORACIÓN



**Universidad Nacional de Cajamarca
Escuela de Post Grado**



Doctorado en Ciencias Económicas

**ENCUESTA DE POTENCIALIDADES Y LIMITANTES, APLICADA A LOS
PRODUCTORES DE PRODUCTOS DE AGROEXPORTACIÓN COMO ES: CAFÉ, TARA,
EN LA REGIÓN DE CAJAMARCA**

1. Técnicas productivas y productividad

- Área cultivada.....
- Manejo sanitario y fitosanitario.....
- Tecnología.....
- Volumen de producción.....
- Productividad.....
- Volumen de exportación.....
- Número de unidades productivas por cada provincia.....

2. Gestión empresarial.....

3. Comercialización.....

4. Manejo sanitario.....

5. Créditos para productores

6. Nivel desarrollo de tecnología.....

GRACIAS POR SU COLOBORACIÓN