



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**Importancia del punto de equilibrio en la  
sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano  
orgánico de la Región Norte del Perú**

Trabajo de Investigación para optar el Grado de  
Bachiller en Administración de Empresas

**Pamela Sue Atoche Cabrera  
Diana de los Ángeles Cherre Jiménez**

**Asesor(es):  
Dra. Jessika Vásquez Neyra**

Lima, noviembre de 2020



## Resumen

La presente investigación titulada: Importancia del Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la Región Norte del Perú se realizó con el objetivo general de analizar la importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico. Así mismo hace énfasis en la necesidad de identificar esta variable como medio para que las cooperativas puedan cumplir con su rol fundamental, el cual es generar impactos sociales y económicos en su comunidad. La investigación se desarrolló con una metodología de diseño no experimental, de tipo aplicada y nivel descriptivo – correlacional. Para la obtención de los resultados se tomó una muestra de 256 productores de banano orgánico de las cooperativas CEPROBAN y San Lorenzo ubicadas en la provincia de Sullana, Piura. Se diseñaron afirmaciones de escala ordinal basados en la escala de Likert. Su distribución se realizó sobre la base de las dimensiones de las dos variables. En relación a la variable causa, la dimensión es el método de contribución, ecuación y gráfica (5 afirmaciones) y en la variable problema son la dimensión económica (6 afirmaciones) y social (9 afirmaciones). Por último, en la investigación se concluyó que existe evidencia para comprender que las cooperativas se ven impactadas por la determinación de un punto de equilibrio, debido a que el 26% de la variabilidad observada en la sostenibilidad puede ser explicado significativamente por la determinación de punto de equilibrio.





## Tabla de Contenido

Introducción	13
I. Generalidades	15
1.1. Área de especialización	15
1.2. Línea de investigación	15
1.3. Tema	15
1.4. Título	15
1.5. Docente	15
II. Planteamiento del Problema	17
2.1. Descripción de la realidad problemática	17
2.2. Identificación y formulación del problema	20
2.2.1. Problema general	20
2.2.2. Problema específico	20
2.3. Objetivos de la investigación	21
2.3.1. Objetivo general	21
2.3.2. Objetivos específicos	21
2.4. Justificación y viabilidad de la investigación	21
2.4.1. Justificación	21
2.4.2. Viabilidad	22
2.5. Delimitación de la investigación	22
2.5.1. Geográfica	22
2.5.2. Sector	23
2.6. Limitaciones de la investigación	23
2.6.1. Limitaciones metodológicas	23
2.6.2. Limitaciones del investigador	23
III. Marco Teórico	25
3.1. Antecedentes de la investigación	25
3.2. Bases teóricas	32
3.2.1. La cooperativa	32
3.2.2. Punto de equilibrio	35
3.2.3. Comercio Justo	43
3.2.4. Sostenibilidad	47
3.3. Definición de términos básicos	65
3.4. Operacionalización de variables e indicadores	67
3.5. Formulación de hipótesis	68
3.5.1. Hipótesis general	68
3.5.2. Hipótesis específica	68
3.6. Modelo de estudio propuesto	69
IV. Metodología	71
4.1. Diseño metodológico	71

4.1.1.	Tipos de investigación	71
4.1.2.	Diseño de la investigación	71
4.2.	Diseño muestral	72
4.2.1.	Población de la investigación	72
4.2.2.	Muestra de la investigación	74
4.3.	Diseño del instrumento	74
4.3.1.	Diseño del cuestionario	74
4.4.	Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos	77
4.4.1.	Validez del contenido	77
4.4.2.	Aplicación del instrumento	79
4.5.	Procesamiento y análisis de datos	79
4.6.	Matriz de consistencia	80
V.	Resultados y Discusión	81
5.1.	Prueba Piloto	81
5.1.1.	Objetivo	81
5.1.2.	Descripción de los participantes	81
5.1.3.	Correlación preguntas	82
5.1.4.	Correlación dimensión	88
VI.	Análisis de resultados	89
6.1.	Descripción de los participantes	89
6.2.	Distribución de frecuencias	90
6.2.1.	Punto de Equilibrio	90
6.2.2.	Sostenibilidad	91
6.3.	Medidas de tendencia central y variabilidad	94
6.3.1.	Método de ecuación gráfica y contribución	94
6.3.2.	Dimensión económica	95
6.3.3.	Dimensión social	97
6.4.	Tablas cruzadas	98
6.4.1.	Método de ecuación gráfica y contribución	98
6.4.2.	Dimensión económica	100
6.4.3.	Dimensión social	102
6.5.	Correlación	104
6.5.1.	Punto de equilibrio	104
6.5.2.	Sostenibilidad	105
6.6.	Contrastación de hipótesis	107
6.6.1.	Prueba Chi <sup>2</sup>	107
6.6.2.	Correlación	110
6.6.3.	Regresión	110
	Conclusiones	111
	Recomendaciones	113
	Metodológicas	113
	Aplicadas a la gerencia.	113
	Aporte de la investigación	114

Referencias bibliográficas	117
Anexos	121
Anexo I: Cronograma	121
Anexo II: Formato de validación de contenido por juicio de expertos	122
Anexo III: Instrumento – preguntas filtro – encuesta	128
Anexo IV: Socios CEPROBAN	133
Anexo V: Validación de encuesta por parte de las cooperativas	141





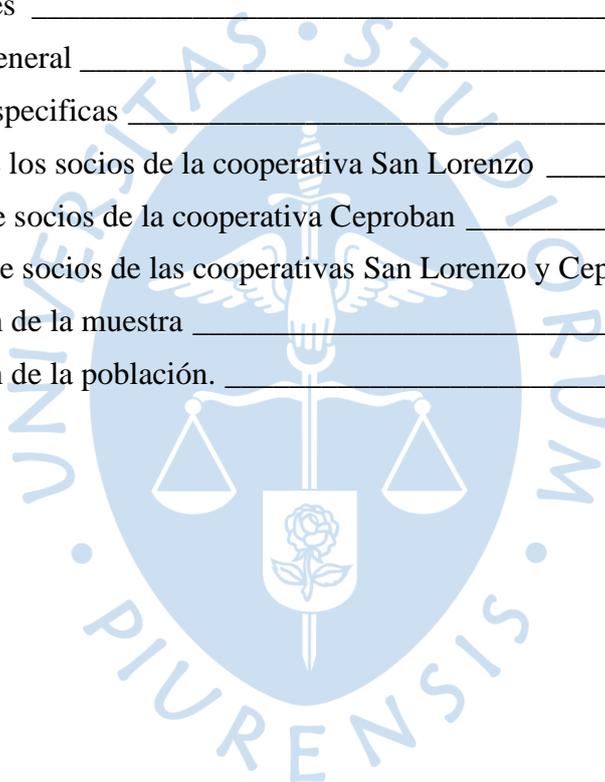
## Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalización	67
Tabla 2. Cantidad de Afirmaciones para las Variables de Estudio	76
Tabla 3. Cantidad de preguntas filtro y datos	76
Tabla 4. Experto para la Validez de Contenido	77
Tabla 5. Experto para la Validez de Contenido	78
Tabla 6. Alfa de Cronbach	78
Tabla 7. Matriz de consistencia	80
Tabla 8. Correlación de las preguntas punto de equilibrio	83
Tabla 9. Correlación de preguntas de sostenibilidad	85
Tabla 10: Correlación de la dimensión sostenibilidad	88
Tabla 11. Distribución de frecuencias de punto de equilibrio.	90
Tabla 12. Distribución de frecuencias de dimensión económica.	91
Tabla 13. Distribución de frecuencias de dimensión económica	92
Tabla 14. Medidas de tendencia de método de ecuación gráfica y contribución.	94
Tabla 15. Medidas de tendencia dimensión económica.	95
Tabla 16. Medidas de tendencia dimensión social.	97
Tabla 17. Tablas cruzadas método de ecuación gráfica y contribución.	98
Tabla 18. Tablas cruzadas método de ecuación gráfica y contribución.	99
Tabla 19. Tablas cruzadas dimensión económica.	100
Tabla 20: Tablas cruzadas dimensión económica.	101
Tabla 21. Tablas cruzadas dimensión económica.	102
Tabla 22. Tablas cruzadas dimensión económica.	103
Tabla 23. Correlación de la población del punto de equilibrio.	104
Tabla 24. Correlación de la población de sostenibilidad.	105
Tabla 25. Contrastación de hipótesis general.	107
Tabla 26. Contrastación de hipótesis específica.	107
Tabla 27. Contrastación de hipótesis específica.	108
Tabla 28. Contrastación de hipótesis específica.	108
Tabla 29. Contrastación de hipótesis específica.	109
Tabla 30. Contrastación de hipótesis.	109
Tabla 31. Correlación de Pearson.	110
Tabla 32. Regresión.	110



## Lista de Figuras

Figura 1: Tipos de cooperativas _____	33
Figura 2: Actividades de las cooperativas _____	34
Figura 3: Método gráfico _____	39
Figura 4: Punto de equilibrio _____	42
Figura 5: Comercio Justo _____	44
Figura 6: Principios de comercio justo _____	45
Figura 7: Dimensión social _____	59
Figura 8: Dimensión responsabilidad, democracia, participación y transparencia _____	62
Figura 9: Dimensión medioambiental _____	64
Figura 10: Dimensiones _____	65
Figura 11: Hipótesis general _____	69
Figura 12: Hipótesis específicas _____	69
Figura 13: Relación de los socios de la cooperativa San Lorenzo _____	73
Figura 14: Resumen de socios de la cooperativa Ceproban _____	73
Figura 15: Resumen de socios de las cooperativas San Lorenzo y Ceproban _____	74
Figura 16: Descripción de la muestra _____	81
Figura 17: Descripción de la población. _____	89





## Introducción

El Perú, a nivel mundial es reconocido como uno de los principales exportadores de banano orgánico, siendo uno de sus principales destinos Europa (Gestión, 2019). Está posicionado como uno de los principales proveedores de este producto orgánico a nivel mundial, pues posee 15,000 hectáreas destinadas al cultivo, de las cuales, 12,800 se encuentran ubicadas en la Provincia de Sullana, Región Piura (Andina, 2019).

La producción de banano orgánico está en manos de pequeños productores, sin embargo, el negocio está cada más competitivo por la aparición de nuevos jugadores, los cuales están mejor organizados y realizando gestiones más eficientes (Redagrícola Perú, n.d.). La mayoría de los pequeños productores, se han organizado en cooperativas con el objetivo de encontrar un mercado potencial.

Sin embargo, las cooperativas son un modelo organizacional que ha fracasado en el Perú debido a que son económicamente ineficientes. Si bien existen cooperativas que han demostrado ser sostenibles, existen cooperativas que no logran ser sostenibles por motivos como la falta de actitud cooperativista en los socios, el desinterés en el desarrollo de la sociedad, búsqueda del propio beneficio, deficiente profesionalización en los puestos directivos y gestiones ineficientes. Por tanto, es necesario establecer una relación entre la existencia de una cooperativa con una gestión adecuada y el desarrollo social que se genera junto con ganancias e impactos socioeconómicos y sociales.

Ante ello se ejecutó la presente investigación, la cual pretende demostrar que el primer paso para que se logre la sostenibilidad en el tiempo, es identificar el punto de equilibrio en la exportación, pues ello implica tener una base sobre la cual crear un plan de gestión y estrategia que genere ganancias

En el presente trabajo de investigación, mediante la realización de entrevistas a productores bananeros, se recopiló información relacionada a los impactos sociales y económicos que realizan las cooperativas, teniendo en cuenta los conceptos básicos de punto de equilibrio y sostenibilidad. Posterior a la realización de las entrevistas se buscó analizar la importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

Los resultados de la presente investigación servirán para los productores bananeros como para los gerentes de las cooperativas como apoyo a la toma de decisiones.



## I. Generalidades

### 1.1. Área de especialización

Contabilidad de Costos

### 1.2. Línea de investigación

Sostenibilidad de Empresas

### 1.3. Tema

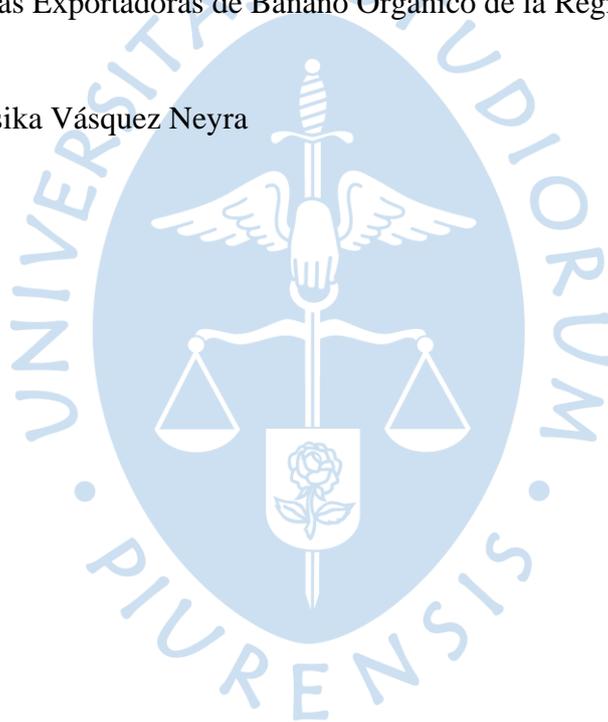
Rentabilidad/ Responsabilidad Social

### 1.4. Título

Importancia del Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad de las Cooperativas Exportadoras de Banano Orgánico de la Región Norte del Perú

### 1.5. Docente

Jessika Vásquez Neyra





## II. Planteamiento del Problema

### 2.1. Descripción de la realidad problemática

En los últimos años el sector del banano orgánico ha mostrado un gran potencial en el mercado mundial, pues las exportaciones se han incrementado de manera sostenida. Dicho fruto es un producto de primera calidad, sin problema de plagas, y se cultiva en algunas zonas de la Costa Norte del Perú. Actualmente somos el país número uno en exportación del fruto a nivel mundial, siendo los principales destinos Europa, que concentra hasta el 70% de los envíos, seguido de Estados Unidos y Corea del Sur (Gestión, 2019).

Según la FAO, entre 2010 – 2015, la producción en Perú aumentó un 94%. El banano es una fruta tropical y de las más consumidas en el mundo; es fuente de fibra, carbohidratos, nutrientes, proteínas, potasio, vitaminas y otros componentes que justifican su gran demanda (Super foods Perú, 2018).

Es reconocido por su sabor dulce que atrae a consumidores del exterior y, además, forma parte de la alimentación de la población mundial. Por ejemplo, solo con Estados Unidos hemos superados los US\$46 millones y con Europa unos US\$ 100 millones en exportación de este producto (Gestión, 2019). Durante el año 2019, el país exportó banano orgánico por el monto de 151,793,206 millones de dólares principalmente a los mercados de Europa y Estados Unidos (AgrodataPerú, 2020).

El Perú está posicionado como uno de los principales proveedores de este producto orgánico a nivel mundial, pues posee 15,000 hectáreas destinadas al cultivo de banano orgánico, de las cuales, 12,800 se encuentran ubicadas en la Región Piura, la mayoría, en la provincia de Sullana. Debido a la importancia de este fruto en dicha región, el total de productores ascendía los 8411 en el 2019 (Andina, 2019). Cabe recordar que la región Piura exporta más de 230 contenedores por semana (un contenedor de banano almacena 1,080 cajas. Cada caja es de 18.14 kg) (Agraria, 2019).

A lo largo de la historia, la producción del banano orgánico ha sido liderada por pequeños productores. Muchos de ellos, en la región Piura, se han organizado en cooperativas con el objetivo de encontrar un mercado potencial demandante de este fruto en el exterior. Otra de las funciones más destacables de las cooperativas es organizar y velar por una producción de calidad en coordinación con los productores (Redagrícola, 2018).

La existencia de las cooperativas radica en tres aspectos: i) en la gestión de la producción del banano orgánico para ser exportado, puesto que esta difícilmente puede ser ejercida por el mismo productor y ii) en la obtención de las certificaciones necesarias por parte de los productores para la exportación del banano orgánico y iii) encontrar un determinado mercado potencial, los cuales son analizados para garantizar la viabilidad de la exportación del fruto en dicho mercado (Ministro de la Producción, 2014). Una de las certificaciones más importante y beneficiosa para los productores y, en sí, para la comunidad es la Fairtrade, cuyo rol es garantizar un precio justo del banano orgánico. Por otro lado, las cooperativas actúan como una red de seguridad para los productores cuando la situación es inestable en el mercado, por ejemplo, si los precios son inferiores a un nivel sostenible las cooperativas buscan acuerdos con agentes del exterior. Por último, pero no menos importante, estas permiten determinar una suma de dinero adicional, llamada Prima de Comercio Justo FairTrade. Este es un fondo comunal para los trabajadores y los productores para generar impacto positivo en cuanto al bienestar socioeconómico y condiciones medioambientales óptimas de la comunidad (Comercio Justo, 2015).

Hasta aquí, la existencia de estas cooperativas se limita a la gestión de la producción y el fin exportador. No obstante, es importante precisar que el rol de estas se fundamenta, también, en generar impactos sociales y económicos en una determinada comunidad con el apoyo del Comercio Justo. Por un lado, sobre el aspecto económico, la existencia de las cooperativas permite la creación de oportunidades para pequeños productores mediante la generación de empleos decentes, de calidad y con un ambiente con condiciones seguras. A través de esto, por supuesto, se incentiva el trabajo formal, se genera el comercio, se incrementan los ingresos por familia y se realizan prácticas comerciales justas (Comercio Justo, 2015).

Las cooperativas deben cumplir sus compromisos de forma responsable y profesional, manteniendo una relación con el productor a largo plazo sobre la base de la confianza. Esto contribuiría al crecimiento, a la promoción del comercio justo y al pago de un precio justo coordinado con las partes involucradas (productores). Se invierte en maquinarias y activos que permitan mejorar la producción del banano orgánico. Adicionalmente, con el cumplimiento por parte de las cooperativas, los productores tienen mayores facilidades de acceder a créditos bancarios (Ministro de la Producción, 2014).

Por otro lado, sobre el impacto social, las cooperativas garantizan la eliminación de trabajo forzoso en la producción del banano orgánico, promueven la igualdad de condiciones laborales para la mujer; se garantiza, además, que tanto hombres como mujeres puedan acceder a los recursos necesarios para ser productivos y se promueve el desarrollo de las habilidades de los productores y la de sus familiares (Diario del Exportador, 2017).

Las cooperativas, con el apoyo de la Prima Fairtrade, capacitan y ayudan a los productores a mejorar las habilidades de gestión, producción y acceso a mercados internacionales. Velan por la salud y alimentación adecuada de sus productores y la comunidad; cuidan y proponen iniciativas para el cuidado del medio ambiente; colaboran con colegios, instituciones y campañas realizadas; y garantizan, en cierta medida, el acceso al agua potable, puesto que son zonas con intensivo uso agrícola que contiene pozos. Así pues, queda claro que las cooperativas velan en pro de los productores y su comunidad (Comercio Justo, 2015).

Los expertos consideran que las cooperativas son un modelo de organización empresarial que puede funcionar en otros países, pero en el Perú han fracasado. Cuando se menciona del “fracaso de las cooperativas” se hace referencia, específicamente, a las cooperativas agrarias de trabajadores, pues, la mayoría de cooperativas agrarias nacieron de reformas, es decir, no se constituyeron por la libre iniciativa y voluntad de los trabajadores, violando de esta manera el primer principio cooperativo: la libre adhesión y retiro voluntario (Ministro de la Producción, 2014).

El reproche, en su mayoría, contra las cooperativas es que son organizaciones económicamente ineficientes. Muchas cooperativas han demostrado ser entidades sostenibles, con tasas de crecimiento, inversiones en tecnología, cuidados en el medio ambiente, creaciones de empleo, entre otros, que finalmente, generan confianza por el servicio que realizan en la sociedad. Raquel Puentes en su tesis *Las cooperativas de segundo grado como forma de integración: Especial referencia al efecto impositivo*, cita a Montero García, quien señala que: “Los problemas de las cooperativas los podemos refundir en tres grupos: de carácter empresarial, sociales y políticos” (2004:69).

A partir de esto, identificamos que muchas cooperativas exportadoras de banano orgánico de Sullana, en la región Piura, no logran ser sostenibles en el tiempo por diversos motivos, como la falta de actitud cooperativista en los socios, el desinterés en el desarrollo de la sociedad, búsqueda del propio beneficio, deficiente profesionalización en los puestos

directivos y gestiones ineficientes. Como consecuencia, no se generan todos los impactos que las cooperativas traen consigo. Al respecto, se establece una relación causal entre la existencia de una cooperativa con una gestión adecuada y el desarrollo social que se genera junto con ganancias e impactos socioeconómicos y sociales, que benefician a los productores y a las comunidades de estos.

En ese sentido, pretendemos demostrar que el primer paso para que se garantice o, en su defecto, se logre la sostenibilidad en el tiempo y se generan los impactos antes descritos, las cooperativas necesitan saber cuánto deben exportar e identificar el punto de equilibrio en la exportación del fruto, pues ello implica tener una base sobre la cual crear un plan de gestión y estrategia que genere ganancias. Siguiendo esa misma línea, pretendemos demostrar que la exportación del banano orgánico por encima del punto de equilibrio-concepto que será desarrollado ampliamente en esta investigación-permitirá que las cooperativas cubran sus costos de exportación, transacción, otros costos y se generen ganancias.

Otro punto que pretendemos abordar es que la exportación del banano permitiría que las cooperativas cuenten con una base sobre la cual planificar las exportaciones y ganancias que se necesitan obtener. Ahora bien, un incremento de la exportación implicaría que la Prima Fairtrade sea mayor y, por lo tanto, sea de gran utilidad para generar emprendimientos, mayor fortalecimiento de la cadena de producción del banano orgánico, investigaciones para encontrar oportunidades de mercado y alternativas tecnológicas para la transformación agroindustrial del fruto.

## **2.2. Identificación y formulación del problema**

### **2.2.1. Problema general**

¿Cuál es la importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?

### **2.2.2. Problema específico**

- a) ¿Cuáles son los elementos característicos que influyen en el punto de equilibrio de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?
- b) ¿Cuáles son las dimensiones características de la sostenibilidad que influyen en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?
- c) ¿De qué manera el punto de equilibrio se relaciona con la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?

## **2.3. Objetivos de la investigación**

### **2.3.1. Objetivo general**

Analizar la importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

### **2.3.2. Objetivos específicos**

- a) Establecer los elementos característicos que influyen en el punto de equilibrio en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.
- b) Establecer las dimensiones características de la sostenibilidad que influyen en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.
- c) Demostrar la relación del punto de equilibrio y la sostenibilidad en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

## **2.4. Justificación y viabilidad de la investigación**

### **2.4.1. Justificación**

#### **2.4.1.1. Justificación práctica.**

##### **❖ Justificación Económica**

El resultado del estudio buscará comprender la importancia que tiene el punto de equilibrio en la escala de ventas de las cooperativas y en las ganancias que puedan generar para ser sostenibles de manera que se evite su extinción. Además, comprender la importancia de esta variable servirá para que las cooperativas puedan planificar sus ventas, gestionar correctamente sus futuras acciones con respecto a las exportaciones y, sobre todo, creen valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo al bienestar social.

##### **❖ Justificación Social**

Este estudio busca incidir de manera positiva en el desarrollo social de las comunidades involucradas o vinculadas a la producción del banano orgánico. Además, que influya en la mejora de la calidad de vida, las condiciones laborales e ingresos de las familias cuyos miembros desarrollan esta actividad.

##### **❖ Justificación Técnica**

La investigación consiste en incentivar a las cooperativas a identificar el punto de equilibrio, a fin de que estas cooperativas puedan lograr incremento considerable de la productividad de ellas mismas. Además, pretendemos que este estudio coopere con la

identificación del nivel de exportación necesario para la obtención de ganancias y se tomen mejores decisiones.

#### **2.4.1.2. Justificación teórica**

En la presente tesis se pretende comprobar qué tipo de relación existe entre la variable punto de equilibrio y la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

La investigación tiene una utilidad metodológica en cuanto a la particularidad del instrumento de recolección, ya que fue diseñada considerando las características de la población y del lugar de estudios.

#### **2.4.2. Viabilidad**

En lo que respecta a la viabilidad, se cuenta con los recursos necesarios como dinero, el tiempo, el acceso a su personal y a los recursos materiales. Pues, tener un contacto directo de las cooperativas, nos permite llegar de manera más eficiente, considerando la predisposición del personal por facilitarnos el acceso al área de finanzas, presupuestos o el que fuese necesario para obtener información financiera esencial y de costos. Esto vuelve más factible la recopilación de datos y, por tanto, la realización del estudio. Se ha entablado un diálogo horizontal entre los colaboradores de las cooperativas y las investigadoras del presente estudio, a fin de tener acceso y autorización para la aplicación de alguna encuesta, entrevista u otra herramienta.

Al disponer de estas facilidades se ha optado por realizar la presente investigación, mediante la cual se pretende demostrar que una de las maneras para garantizar un crecimiento sostenible de las cooperativas es a partir de la identificación de su punto de equilibrio, pues, la mayoría de cooperativas no perduran en el tiempo y, por lo general, se extinguen en un corto plazo. En razón a ello, la investigación influirá en una mejor toma de decisiones en las cooperativas.

### **2.5. Delimitación de la investigación**

#### **2.5.1. Geográfica**

La presente investigación se llevará a cabo en la región norte del Perú, centrándose principalmente en las cooperativas exportadoras de San Lorenzo y CEPROBAN, ambas ubicadas en la provincia de Sullana, departamento de Piura.

### **2.5.2. Sector**

Se analizará el sector de exportación de banano orgánico, al que pertenecen los socios de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

## **2.6. Limitaciones de la investigación**

### **2.6.1. Limitaciones metodológicas**

#### **2.6.1.1. Datos auto informados.**

Esta limitación puede darse cuando se apliquen instrumentos de la investigación, como las entrevistas, es posible que se genere un sesgo por parte de los participantes, dado que podrían ser selectivos y acordarse y describir alguna experiencia que hayan atravesado en la cooperativa. Otro efecto que podría evidenciarse es el telescopio, el cual hace referencia a confusiones, a las que podrían incurrir los participantes, sobre las fechas de ciertos hechos. Un ejemplo claro es si se le consultara a un colaborador acerca de la última capacitación ofrecida por la cooperativa, y este indica una fecha diferente a la que se llevó a cabo.

#### **2.6.1.2. Falta de estudios previos.**

En el desarrollo de la investigación, hemos evidenciado la falta de estudios orientados al sector materia de investigación, es decir, respecto a una supuesta relación entre el punto de equilibrio y la sostenibilidad. Por tal razón, hemos optado por probar la relación de ambas variables, a partir de otros estudios y, de esta manera, sea viable la aplicación en el sector del banano orgánico.

### **2.6.2. Limitaciones del investigador**

#### **2.6.2.1. Acceso.**

Dadas las circunstancias y limitaciones que presenciamos frente a la expansión del Covid-19, hemos tomado otras medidas y herramientas de tecnología para mantener el diálogo e interacción con quienes iban a brindarnos la información requerida, miembros de las cooperativas.



### III. Marco Teórico

#### 3.1. Antecedentes de la investigación

Luego de haber realizado una amplia búsqueda de investigaciones preexistentes a esta, con relación al tema de la presente investigación; se ha determinado que no existen investigaciones que hayan abordado la problemática o importancia del Punto de Equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú. No obstante, existen estudios que se aproximan a rescatar lo principal de las variables del presente estudio, los cuales serán expuestos según cronología a continuación:

Entre los diversos estudios, resaltamos el de Lanfranco & Helguera (2006), pues realiza un *análisis del punto de equilibrio empresarial* -una investigación de tipo aplicada- mediante el cual se establece al punto de equilibrio como una herramienta para un mejor desarrollo y análisis en las empresas agropecuarias. Esta herramienta tiene como finalidad influir en una mejor toma de decisiones productivas y económico- financieras.

El autor destaca que establecer el punto de equilibrio es de gran utilidad para la medición del crecimiento en la producción, para la evaluación de los efectos que implican la tecnología y para una mejor toma de decisiones. Cabe resaltar que, el punto de equilibrio puede ser determinado para la totalidad de la empresa, para un solo producto o para una combinación de varios productos. También menciona acerca de que el punto de equilibrio se debe calcular de manera separada en el caso de que haya diferentes líneas de producción en la empresa. Esto tiene como finalidad determinar aquellas líneas que están generando pérdidas, sin embargo, que en un análisis general no se pudo haber notado, dado que las otras pueden haber estado encubriendo esa pérdida, es decir, que mientras en una línea de un producto determinado generaba pérdida, había otras que generaban las suficientes ganancias para poder disimular lo que estaba pasando, llegando a obtener finalmente un resultado positivo. En síntesis, se tiene que el conocimiento de los puntos de equilibrio de cada producto, permite contribuir en la toma de decisiones sobre aumentos o desestimulo en la producción en algunas líneas, en determinar el número de unidades a vender para lograr la utilidad deseada y, por último, en determinar los costos. Por otro lado Puentes Poyatos & Velasco Gámez (2009) presentan su investigación *Importancia de las sociedades cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medio ambiental, de forma sostenible y responsable*, en el año 2009. En el referido estudio, nos explican cómo, con el transcurso de

los años, se ha transformado la sociedad, como resultado de los cambios socio-económicos. Se han generado nuevas actividades económicas, también conocidas como yacimientos de empleo. Al respecto, los autores recalcan que, como consecuencia del crecimiento económico, surge un cambio social y con él, nuevas exigencias sociales, donde los principios, valores de la ética y responsabilidad son fundamentales para un desarrollo sostenible en las empresas.

El objetivo general de dicho estudio es recalcar la importancia de las cooperativas como medio para contribuir a un desarrollo sostenible, fundamentado en la utilización de sus recursos endógenos. La finalidad es que estos recursos sean desarrollados para potenciar las capacidades internas de una región y, en consecuencia, las cooperativas se conviertan en generadoras de nuevos empleos y se desarrollen de manera socialmente responsable, conforme a valores y principios cooperativos.

En primer lugar, se analizaron las particularidades de las sociedades cooperativas. Respecto a estas, se pone en evidencia la relevancia que cobran como agentes de desarrollo económico y social. En segundo lugar, se estudia el concepto de nuevos yacimientos de empleo como generadores de trabajo para el crecimiento económico y el bienestar social. Por último, se estudia la responsabilidad social como medio de desarrollo y la relación que tiene con las sociedades cooperativas. Enfatizan, además, en que el modelo de gestión empresarial tiene que tomar en cuenta no solo el aspecto económico, que es la maximización de beneficios para el accionista, sino, además, a los stakeholders, a través de un modelo tipo socioeconómico, en el cual se manifieste la importancia de la responsabilidad social corporativa. Pues bien, dicho modelo creará valor para la sociedad, así como también, permitirá consolidar la posición de la empresa en el mercado y generará mayores beneficios.

Se concluye que las nuevas necesidades, individuales o colectivas, han contribuido en la aparición de novedosas actividades económico-sociales, siendo estas un motor para el desarrollo local sostenible fundamentado en la utilización de sus recursos endógenos, para perseguir objetivos económicos y sociales, ya sea para sus accionistas o grupos de interés. Se pone en relevancia, además, la importancia que tienen las sociedades cooperativas, como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de manera sostenible y responsable.

Por otro lado Osorio Atondo (2011) realizó un estudio acerca de la *Identificación de la estrategia para la optimización del punto de equilibrio*, enfocándose en un mundo global. La

metodología empleada fue de tipo exploratorio, puesto que se determinó la eficacia de un nuevo sistema de optimización. El referido estudio, tuvo como objetivo principal mostrar que las empresas, una vez que hayan determinado su punto de equilibrio, el objeto y sus variables que intervienen, se podrán establecer estrategias para su optimización.

Osorio define como las variables más influyentes el precio, sus costos fijos y variables, tomando en cuenta que este último está en función de las unidades producidas. Así mismo, el estudio evidencia la necesidad de la asignación de una ponderación a las organizaciones, en cuanto a la relevancia que tenga en el proceso con la finalidad de que se puedan reasignar los recursos y minimizar en los desembolsos.

Como síntesis del estudio, el autor menciona que esta herramienta permitirá a las empresas saber cuánto necesitan producir y vender para poder cubrir sus costos, y así generar una mayor productividad y competitividad empresarial, además proporcionará un soporte a la dirección de las empresas en cuanto a la mejor toma de decisiones.

Garzón & Ibarra (2014) desarrollaron un estudio sobre la *sostenibilidad empresarial*. La investigación inició desde una revisión de los antecedentes de la sostenibilidad para, posteriormente, abordar el tema de la Inversión Socialmente Responsable. Se desarrolla el enfoque de la economía verde, la cual es considerada como una consecuencia de la incorporación de pautas de gestión verde en las organizaciones, es decir, como una gestión que conduce a planteamientos de negocio respetuoso con la sostenibilidad. A partir de este estudio, se identifica que la economía verde es consustancial a la sostenibilidad, y por tanto, a la búsqueda de la armonía entre el crecimiento económico, social y medio ambiental.

Además, también se señala que en las empresas hay un incentivo por la gestión verde, sin embargo, existen dificultades para que las empresas que desarrollan dicho tipo de gestión puedan alcanzar una ventaja competitiva duradera, debido a que debe ser transparente y con el objetivo de que los consumidores conozcan la actuación de la empresa.

El estudio, explica que al hablarse de gestión verde es importante tener en cuenta la idea de aprendizaje continuo, de manera que este tipo de gestión inicia como una fuerza conductora de la innovación y el comportamiento emprendedor. Además, este tipo de gestión al caracterizarse por ser transparente permite a otras organizaciones apreciar los efectos positivos de estas prácticas y estrategias, lo que los motiva a tomar estos caminos. Adicionalmente, se establecieron variables que intervienen en la sostenibilidad de la organización como la

estrategia sobre clima, la responsabilidad social empresarial (RSE), gobierno corporativo, código de ética, grupos de interés, reputación, responsabilidad ambiental y sistema de gestión. En conclusión, mencionan que con la aparición de la preocupación de la sostenibilidad se han desarrollado índices que permiten su medición y se basan en tres dimensiones, la económica, social y medio ambiental.

Otro estudio destacable es el de Puebla (2015), quien analiza si es compatible el *Punto de Equilibrio Económico de la Empresa con el Equilibrio del Mercado*, como herramienta para determinar el nivel de producción óptimo bajo el escenario de un mercado de libre competencia. El autor emplea el método descriptivo, dado que explica de forma detallada la relación existente entre los costos variables unitarios y la demanda potencial.

El objetivo central del estudio es determinar qué acciones debería emplear la administración para lograr mejores beneficios, tomando en cuenta sus costos y el precio para vender. Se recalcan los límites que tiene el modelo, por ejemplo, que no se consideran las variaciones ni los tipos de mercado, puesto que estos muchas veces pueden estar sujetos a cambios. En otras palabras, no se toman en cuenta las diferentes estructuras que tiene el mercado ni la forma en que compiten las organizaciones, ya sea en un oligopolio o mercados de libre competencia.

Como conclusión al respecto, se destaca que una vez hallado el punto muerto, se puede determinar cuántas unidades se deben producir y vender a un precio y tiempo determinado. Sobre el particular, se podría elaborar una mejor planeación financiera y operativa, ya sea para empresas industriales o comerciales, además permitirá a las empresas tener una estrategia mejor orientadas a alcanzar y superar su punto de equilibrio.

Se debe destacar, además, el trabajo de Salazar Yepes et al. (2017), entorno a la *Estructura de Mercado en Competencia Monopolística y Determinación del Punto de Equilibrio*. Esta investigación tuvo como objetivo exponer cómo la empresa Feeld Very Nice logró sobrepasar su punto de equilibrio, atendiendo a las necesidades del mercado con una alta rentabilidad. Para lograr su propósito abordaron conceptos como estructura de mercado, oferta, demanda, competencia perfecta, competencia imperfecta, clasificación de costos y punto de equilibrio.

El estudio presenta un método deductivo con un enfoque cualitativo y su unidad de análisis es la empresa Feels Very Nice. Esta empresa brindó la información necesaria, mediante

la realización de entrevistas, en las cuales se indaga sobre los aspectos económicos y contables con los que la empresa cuenta para la determinación del punto de equilibrio.

En este caso, el estudio evidenció que la empresa inició con una investigación de mercado, para que de esta manera pueda organizar su producción y planificar su estrategia de mercado. Como resultado de estudio, se obtuvo un punto de equilibrio que permitirá una producción eficaz pues de esta manera se tiene un control detallado y equilibrado de lo que se debe ofrecer al mercado. El autor llega a la conclusión de que el estudiar el mercado permite a las empresas controlar su producción, y de esa manera ser lo suficientemente eficaz para abastecer a su nicho de mercado sin tener exceso de producción e incurrir en pérdida. Las conclusiones del estudio son importantes porque nos permite entender que para que las cooperativas puedan llegar a ser sostenibles es esencial que se estudie el mercado exterior y de esta manera se forme un plan de ventas así se puedan generar exportaciones por encima del punto de equilibrio.

La investigación realizada por Mendoza et al. (2017) *Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las cooperativas agrarias cafetaleras y el impacto en su gestión empresarial sostenible*, desarrollada en el distrito de Perené, provincia de Chanchamayo, tuvo como objetivo central identificar aquellos factores que dificultan la asociatividad entre las cooperativas agrarias cafetaleras (CAC) del distrito y el impacto que genera en su gestión, en función a la importancia social, cultural, ambiental y económica, el comercio justo, así como también la acción colectiva, la asociatividad y el modelo de gestión cooperativo.

La metodología aplicada en la investigación es de tipo exploratoria, ya que busca identificar y evaluar la asociatividad en las cooperativas, presentando el diseño, los procedimientos, la selección de la categoría y los segmentos elegidos. Para dicho fin, se trabajó sobre la base de entrevistas semi estructuradas a los socios y gerentes de las cooperativas, a las autoridades del Estado y expertos del sector para después ser procesada y analizada con los datos y resultados obtenidos de la información recopilada. Con respecto a las entrevistas realizadas, se concluyó que los socios tienen un conocimiento limitado sobre las gestiones que deberían realizarse para ser productivos, es por esto que se les dificulta que el modelo de negocios cooperativo se desarrolle de la mejor manera y genere los impactos sociales, económicos y medioambientales que deberían generar.

Mazón Arévalo et al. (2017), con su estudio de la importancia del *Análisis del punto de equilibrio en la toma de decisiones de diferentes tipos de empresa*. Para resaltar la importancia de este análisis, se trabajó con la empresa Grand Bazar Riobamba. Los autores sostienen que el progreso de cualquier sociedad depende, en gran medida, de la eficiencia con la que se utilizan los recursos que posee. En ese sentido, las empresas se enfrentan a nuevos retos, razón por la cual necesitan herramientas que le permitan y faciliten generar valor y utilidad. Esta última es indispensable para la supervivencia de la empresa.

El estudio concluye que una de las principales razones del fracaso de las empresas es el desconocimiento de herramientas contables que le permitan identificar la realidad con la operan en sus empresas. Además, el mismo proporciona información útil, de la cual se sirven los administradores para tomar decisiones importantes en sus negocios y reducir el riesgo, puesto que se puede establecer el nivel mínimo requerido para evitar pérdidas.

Otro estudio destacable es el de Bedoya (2018), quien desarrolló una investigación enfocado en demostrar si *el punto de equilibrio induce en la toma de decisiones financieras de las compañías editoras en Lima*. El método de investigación es de tipo básica, el nivel de dicha investigación es de cualidad descriptiva, el diseño de la investigación es no experimental y la muestra estuvo determinada por 32 gerentes de pequeñas y medianas empresas dedicadas al sector. Para esto, se aplicaron cuestionarios de tipo encuestas, a fin de validar la hipótesis del autor.

Fernández Bedoya concluye que existe una relación entre la variable del punto de equilibrio y la toma de decisiones, es decir, que la primera influye positivamente sobre la segunda. De la misma manera, se concluye que con la determinación del punto de equilibrio se podrán establecer mejores procesos, soluciones y una eficaz gestión que le permitirá alcanzar el éxito empresarial. Por otro lado, el estudio demuestra que la toma de decisiones con mayor seguridad y considerando el punto de equilibrio, incrementará la supervivencia de las empresas.

En *Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones basados en los principios de un desarrollo sostenible y teorías éticas de la responsabilidad social en el nivel empresarial*, Plasencia Soler et al. (2018) identifican las principales características y modificaciones de cada modelo desde su surgimiento, para, posteriormente, clasificarlas e identificar sus ventajas y desventajas. El objetivo central del estudio es realizar una revisión de

los principales modelos existentes para el desarrollo sostenible permitiendo identificar sus aportes y limitaciones.

Mediante aquella, se identificó una gran variedad de modelos para evaluar el desarrollo sostenible de las organizaciones, debido al propio carácter multidimensional, multifactorial, abarcador e integrador del concepto. En este sentido, se identificaron características distintivas en cada modelo, así como las variaciones que los modelos han tenido desde su creación hasta la actualidad.

Como parte de las conclusiones, sostuvieron una nueva clasificación para mejorar la capacidad de entendimiento teniendo en cuenta sus similitudes. Dicha clasificación se subdivide en **modelos desarrollados sobre la base de dimensiones de la sostenibilidad**, los cuales permiten medir aspectos económicos, aunque existe dificultad para medir aspectos sociales y ambientales; **modelos desarrollados sobre la base de la relación causa - efecto de los factores de la sostenibilidad**, los cuales permiten identificar el origen de los problemas; sin embargo, existe complejidad para implementar estos modelos, y por último **los modelos desarrollados sobre la base de niveles de evolución de la sostenibilidad**, estos modelos permiten la comparación entre organizaciones, pero su tiempo de implementación es largo. Cabe resaltar, pues, que este estudio deja abierta las puertas para nuevas investigaciones que permitan evaluar la sostenibilidad en las organizaciones.

De acuerdo a Bellassen et al. (2019) con su investigación de *Métodos comunes e Indicadores de sostenibilidad en el año 2019*, describen los indicadores utilizados en el proyecto Horizon Strength2Food, con la finalidad de medir el nivel de sostenibilidad que tienen los productos alimenticios. Para dicho fin, se seleccionaron algunos indicadores del método SAFA, el cual presenta una lista de 116 subdimensiones, de las cuales han sido agrupadas de acuerdo a la contribución que realiza cada uno, ya sea en aspectos ambientales, sociales, económicos o gubernamentales. Sin embargo, el autor nos muestra también que dicho método no llega a ser completo.

La metodología de estudios fue la descripción de 27 estudios de caso de proyecto Strength2Food, por lo que para la obtención de datos sólo pudieron recolectarse a través de encuestas, clasificándolas en los indicadores correspondientes. En conclusión, el autor nos explica cómo es que adaptó el modelo safa en los 27 casos de 44 productos utilizando 23

indicadores, los cuales hacen referencia a cómo medir las dimensiones ambientales, económicas, sociales y gubernamentales.

### **3.2. Bases teóricas**

Para la presente investigación es necesario hacer referencia a los términos más importantes, empezando con la definición cooperativa y, en seguida, la definición de las dos variables-punto de equilibrio y sostenibilidad- que se estudian en la investigación.

#### **3.2.1. La cooperativa**

International Co-operative Alliance (2018) define a las cooperativas como empresas centradas, controladas y dirigidas por y para que sus miembros puedan satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes. Las cooperativas unen a las personas de manera democrática e igualitaria.

Las cooperativas son organizaciones impulsadas no sólo por beneficios, sino también por los valores, actúan con la finalidad de construir un mejor mundo a través de la cooperación. Ubicando a la equidad, la igualdad y la justicia social en el centro de la empresa, para trabajar con las personas y crear empresas sostenibles que generen empleos y prosperidad a largo plazo.

El Ministro de la Producción (2014), en adelante Produce, resume las características de las cooperativas como:

- Asociación libre y voluntaria de consumidores o trabajadores.
- Autoayuda, entendida como un mecanismo para resolver sus propios problemas.
- Autogestión, entendida como un mecanismo que permite a los propios socios conducir sus propias empresas.
- Actuaciones dirigidas a obtener un beneficio para los socios, siendo la cooperativa una herramienta para alcanzar estos beneficios.

Según el referido órgano, la actividad económica se desarrolla los siguientes tipos de cooperativas:



Figura 1: Tipos de cooperativas

Fuente: Elaboración Propia, Ministerio de la Producción

Este estudio está enfocado en las cooperativas exportadores de banano orgánico, las cuales pertenecen al tipo de cooperativa agraria.

### 3.2.1.1. Las cooperativas agrarias.

Produce señala que los pequeños agricultores individuales se han visto enfrentados contra una débil posición de negociación frente a los grandes comerciantes. Esto dio lugar a que los agricultores se organicen y actúen de manera colectiva, estableciéndose su organización en cooperativas. Los productores se organizan con la finalidad de cumplir con sus necesidades económicas, sociales y culturales comunes. Al actuar de manera colectiva, se identifica un significativo aumento en la productividad, la sostenibilidad y el poder de negociación de los agricultores.

Las cooperativas agrarias se constituyen con el objeto de promover los intereses de sus socios - agricultores, sin embargo, por tratarse de un tipo de organización que actúa en un ambiente competitivo, deben satisfacer a los clientes, a quienes se les provee los productos o servicios.

No basta con precisar que las cooperativas buscan satisfacer las necesidades y aspiraciones en común, sino, además son empresas con valores y principios distintivos, que

toman en cuenta los intereses personales y los de la comunidad. Por lo tanto, una cooperativa no es solo una asociación de agricultores, sino también es una empresa.

En el artículo “Aspectos básicos de las cooperativas agrícolas” del 2013, Produce precisa los principios cooperativos:

- Membresía abierta y voluntaria
- Control democrático de los miembros
- Participación económica de los miembros
- Autonomía e independencia
- Educación, formación e información
- Cooperación entre cooperativas
- Compromiso con la comunidad

Por otro lado, en el artículo señalado, el órgano señala los motivos de la asociación de los agricultores en cooperativas.

Razones de los agricultores	Actividades de las cooperativas
Menores precios de los insumos	Negociación como grupo
Fácil acceso a los insumos	Disponibilidad de los insumos a una escasa distancia de la explotación agraria
Mejor calidad de insumos	Control de calidad Producción propia de insumos
Mayores precios por la producción	Negociación como grupo
Mercados con mayor transparencia	Reunir y distribuir información de mercado Organizar el mercado
Acceso a mercados seguros	Establecer relaciones a largo plazo con compradores
Acceso a educación y formación	Proporcionar educación, formación e información a los socios
Acceso a créditos	Proporcionar crédito directo
Aumentar el valor de los productos agrícolas	Clasificación, tipificación, almacenamiento y empaquetado de los productos agrícolas realizada en conjunto
Procesamiento en conjunto de productos agrícolas	Realizar ventas de producto agrícolas en conjunto

Figura 2: Actividades de las cooperativas

Fuente: Elaboración Propia, Ministerio de Producción

### **3.2.2. Punto de equilibrio**

#### **3.2.2.1. Análisis del Modelo Costo – Volumen – Utilidad.**

Horngren, Ch., Datar, S. & Ranjan (2012) menciona el análisis del modelo costo - volumen - utilidad estudia el comportamiento y la relación entre estos elementos, a medida que ocurren cambios en las unidades vendidas, el precio de venta, el costo variable por unidad o los costos fijos de un producto.

Este modelo es importante, principalmente porque trata básicamente de lograr la óptima (rentable) estructura de costos variables y fijos. En general, determina el volumen necesario para lograr la utilidad deseada o fijada como meta por parte de los socios de la empresa. La herramienta utilizada para realizar el análisis es el cálculo del punto de equilibrio. Los elementos que participan en el modelo son, el precio de venta, volumen de ventas, costos variables, costos fijos y utilidad de operación.

#### **3.2.2.2. Elementos del punto de equilibrio.**

Según Garcia Colin (2020), cuando existen cambios en las variables: precio de venta, costos variables y costos fijos, es cuando se generan cambios en el punto de equilibrio y se utiliza cualquiera de las variables antes mencionadas para poder determinarlo. Por lo tanto, estas variables permiten identificar los cambios en el comportamiento del punto de equilibrio.

##### » Precio de venta

El precio de venta hace referencia al valor en términos monetarios de un producto o servicio. El precio de un producto se ve relacionado con el tiempo que el consumidor demora en adquirirlo, hasta el servicio/ producto que recibe. Por lo tanto, el precio de venta, es el dinero que el consumidor paga para comprar un producto.

##### » Volumen de ventas

El volumen de ventas hace referencia a la cantidad total de bienes vendidos dentro de un periodo de tiempo. Dicha cantidad suele ser expresada en total de unidades de inventario o productos vendidos.

##### » Costos Fijos

Son aquellos costos que no presentan modificaciones ante un cambio en el nivel dentro de un rango relevante de actividad, es decir, mientras no sobrepase el límite de capacidad instalada. Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes

en su magnitud, independientemente de los cambios en el nivel de actividad. A diferencia de los costos variables, los costos fijos no son afectados por los cambios en la actividad de período a período. Los costos fijos pueden clasificarse en comprometidos y discrecionales. Los primeros son aquellos relacionados con la inversión, los contratos, los salarios del personal, los cuales pueden eliminarse sin comprometer una gran cantidad de recursos. Los últimos costos son aquellos que surgen de las decisiones que toma la administración de la organización cada año para que se invierta en un concepto determinado. Algunos ejemplos de este tipo de costos fijo son la publicidad, la capacitación, estos costos no tienen relación con la producción o ventas de la empresa.

» Costos Variables

Se denomina costo variable al monto total del producto que varía según los cambios en cada nivel de actividad. Un ejemplo de este tipo de costo son los materiales directos. El costo de material directo usado en un periodo cambiará, en total, en proporción directa al número de unidades producidas. Cuando se incrementan los costos variables por unidad, se necesitan más unidades para lograr el punto de equilibrio, por el contrario, si este disminuye se necesitarán menos unidades. Por lo tanto, el punto de equilibrio cambia en la misma dirección en que varíe el costo variable por unidad.

**3.2.2.3. Margen de Contribución.**

El margen de contribución es equivalente a la diferencia entre los ingresos por las ventas y todos los costos variables de producción y operación. En ese sentido, permite la cobertura de los costos fijos para, posteriormente, generar utilidad.

Según Gayle (1999), identificar el margen de contribución es importante, porque permite entender acerca del potencial de utilidades de la empresa. El margen de contribución es el exceso de ventas expresada en unidades monetarias, sobre todo los costos variables de producción, mercadotecnia y administración.

Matemáticamente el margen de contribución se expresa:

<i>Margen de Contribución</i>
Ingresos Totales por ventas (I)
- Costos Variables por ventas (CV)
= Margen de Contribución (MC)

El margen de contribución también puede calcularse en unitario, que se obtiene con la diferencia entre el precio de venta y los costos variables por unidad. Se expresa de la siguiente manera:

<i>Margen de Contribución unitario</i>
Precio de venta (Pv)
- Costos Variables por unidad (CVme)
= Margen de Contribución unitario (MCme)

#### 3.2.2.4. Formas de expresar el análisis del Modelo Costos - Volumen – Utilidad.

Según Horngren et al. (2012) Existen tres formas relacionadas, llamados métodos que se deben considerar la construir el modelo costos - volumen - utilidad y hallar el punto de equilibrio.

##### 3.2.2.4.1. Método de la ecuación.

La diferencia entre los ingresos (precios de venta por cantidad vendida) y los costos variables (costo variable unitario por cantidad vendida) y los costos fijos es igual a la utilidad antes de impuestos.

De lo expresado se deduce la siguiente ecuación:

$$I - CV - CF = UAI$$

Donde:

I = Ingresos Totales por ventas

CV = Costos variables totales

CF = Costos fijos totales

UAI = Utilidad antes de impuestos

También se expresa así:

$$(PV * QX) - CVme * QX - CF = UAI$$

Donde:

PV = Precio de venta

QX = Cantidad vendida

CVme = Costo variable por unidad

CF = Costos fijos totales

UAI = Utilidad antes de impuestos

#### 3.2.2.4.2. Método del margen de contribución.

Se obtiene del producto del margen de contribución unitario por la cantidad vendida, menos los costos fijos totales, dando como resultado la utilidad de la operación.

Matemáticamente se expresa así:

$$MCme * QX - CF = UAI$$

Donde:

Mcme = Margen de Contribución unitario

QX = Cantidad vendida

CF = Costos fijos totales

UAI = Utilidad antes de impuestos

#### 3.2.2.4.3. Método Gráfico.

Este método representa a los costos totales y los ingresos totales de una manera gráfica. Cada uno de ellos se muestra como una línea sobre una gráfica. Por un lado, la línea de costos totales conformada por la suma de los costos fijos y los costos variables. Por el otro lado la línea de los ingresos totales. Un punto de partida conveniente es en (0) ingresos a (0) unidades vendidas. La ganancia o la pérdida a cualquier nivel de ventas se determinan con la distancia vertical que hay entre las dos líneas a ese nivel.

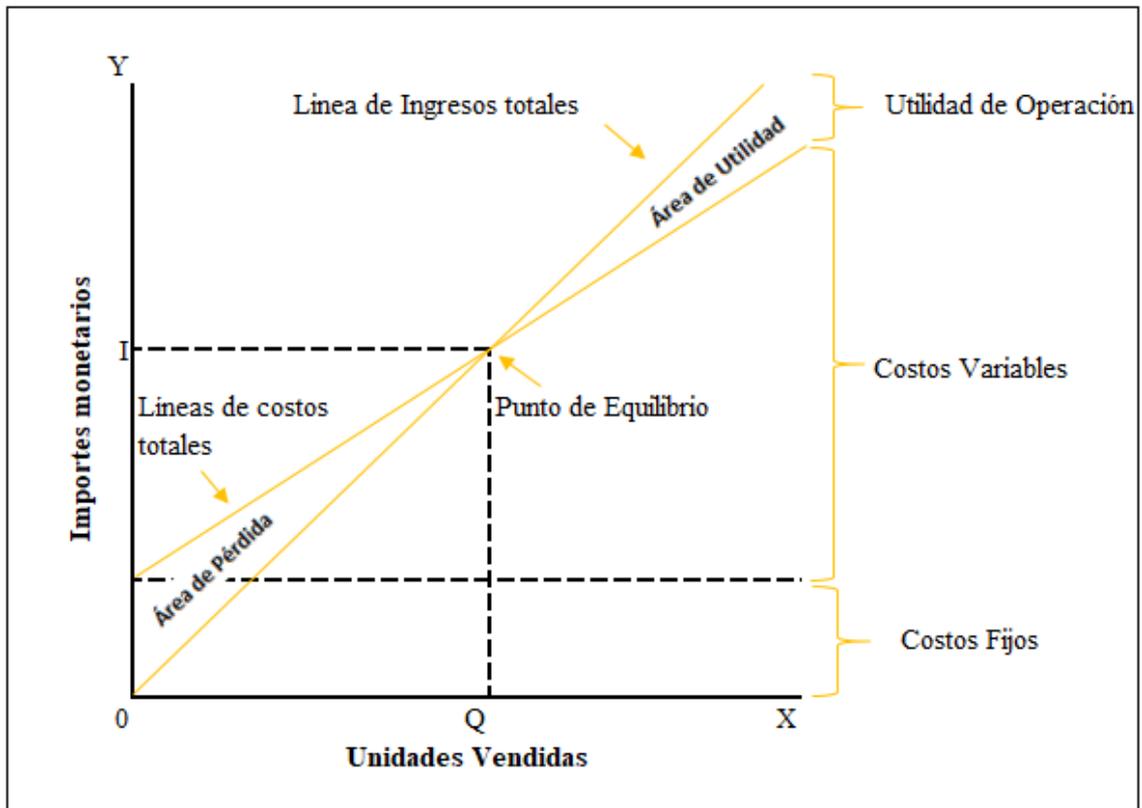


Figura 3: Método gráfico

Fuente: Elaboración Propia, Horngren et al. (2012)

### 3.2.2.5. Punto de Equilibrio.

López García (2016) en su artículo “Maximización de beneficios como medida de supervivencia de las microempresas de Tijuana, México”, cita a Varian, quien indica que “(...) el objetivo primordial para las empresas de subsistencia debe ser el equilibrio a corto plazo asegurando con ellos la supervivencia en largo plazo...” Así mismo, los autores señalan que las microempresas que enfrentan el panorama, de no lograr la supervivencia en el mercado, deben de cuidar este punto de equilibrio para tomar las mejores decisiones

Según Uribe Marín (2019), en su libro *Costos para la toma de decisiones* menciona que el análisis del punto de equilibrio es esencial para la toma de decisiones gerenciales. Durante la planificación de toda empresa, esta debe estar alerta al comportamiento de sus costos, de sus gastos y de sus volúmenes de venta.

A inicios de la década de los años noventa en algunos países latinoamericanos los precios de los productos comenzaron a ser fijados por el mercado, lo cual ocasionó que estos costos se convirtieran en una variable no controlable por las empresas. Esto condujo a

desarrollar una estructura de costos y gastos que permita garantizar niveles sostenibles en el tiempo. De esta manera, se puedan generar los ingresos que permitan obtener las utilidades deseadas. Así mismo, agrega que “(...) el análisis de costo -volumen-utilidad permite a la empresa identificar el impacto que tiene un aumento o disminución de la estructura de costos y gastos, y/o un aumentos o disminución de los volúmenes de venta, sobre un aumento o disminución de sus utilidades, es decir, se pueden analizar distintos escenarios para poder apreciar el impacto que tiene sobre las utilidades un cambio en las variables”. El análisis costo - volumen - utilidad permite hallar el punto de equilibrio de la empresa. Este se define como el número de unidades que deben ser vendidas para que los ingresos sean iguales a sus egresos, es decir, sus utilidades igual a cero.

Suárez et al. (2019) realizaron una investigación orientada al análisis económico - financiero para determinar la viabilidad de la producción y comercialización de frutas oriundas de la Amazonía conservadas en almíbar en la ciudad el Puyo. En este estudio definieron al punto de equilibrio como un indicador que permite identificar el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables, permite identificar el punto mínimo de producción al que debe operar sin incurrir en pérdidas y generar ganancias.

Finalmente, Garcia Colin (2020) en su libro *Contabilidad de costos, un enfoque en dirección* comenta que, una de las maneras más frecuentes de medir el éxito de una empresa es mediante la identificación de la utilidad neta, la cual depende de la relación entre las ventas y los costos. La primera sufre transformaciones por cambios en el precio unitario, el volumen, los costos variables por unidad y los costos fijos totales. Ninguno de estos factores es independiente de los demás, por lo tanto, el análisis de punto de equilibrio se constituye como una herramienta útil para la planificación, el control y la toma de decisiones, ya que proporciona información útil para evaluar.

Para una toma adecuada de decisiones por parte de ejecutivos, se debe considerar la relación que existe entre los precios de venta, el volumen de ventas y los costos. Pues, esta consideración que parte del análisis costo - volumen - utilidad es útil para fijar los precios del producto, así como también, para aceptar o rechazar órdenes de compra y promocionar líneas de productos más rentables.

El punto de equilibrio, además, te permite determinar el volumen de ventas necesario para lograr la utilidad deseada que se ha planteado como objetivo. Así pues, el autor define el punto de equilibrio como el punto en el que los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir el volumen de ventas donde los ingresos se igualan a los costos, y por lo tanto, la empresa no reporta utilidad, pero tampoco pérdida (2020:272).

Para calcular el punto de equilibrio se utiliza los mismos métodos para construir el modelo costo - volumen - utilidad, es decir, el método de la ecuación, margen de contribución y gráfico; pero se considera una utilidad de operación cero. Esta variable se puede expresar en unidades como en importes monetarios.

### 3.2.2.5.1. Punto de equilibrio en unidades vendidas.

Para calcular el punto de equilibrio se da forma a la expresión del método de margen de contribución. Horngren et al. (2012)

$(PV * CVme) * QX - CF = UAI$	
$(PV * CVme) * QX - CF = 0$	
$(PV * CVme) * QX = CF$	
$QX = P.E$	CF
<i>unidades</i>	(PV - CVme)
<i>vendidas</i>	

Donde:

PV = Precio de venta
CVme = Costo variable por unidad
CF = Costos fijos totales
QX = Cantidad vendida
UAI = Utilidad antes de impuestos
P.E = Punto de Equilibrio

### 3.2.2.5.2. Punto de equilibrio en importes monetarios.

Para calcular el punto de equilibrio en importes monetario se debe multiplicar el punto de equilibrio en unidades por el precio de venta.

$$P.E \text{ unidades vendidas} * PV = P.E \text{ importes monetarios}$$

También, se utiliza la siguiente ecuación. Horngren et al. (2012)

$$QX = \frac{PE \text{ importe monetarios} * CF}{(1 - Cvme/PV)}$$

Donde:

PV = Precio de venta
Cvme = Costo variable por unidad
CF = Costos fijos totales
QX = Cantidad vendida
P.E = Punto de Equilibrio

### 3.2.2.5.3. Expresión gráfica del punto de equilibrio.

Gráficamente el punto de equilibrio es el momento en el que la línea de los ingresos totales y la línea de los costos totales se intersectan.

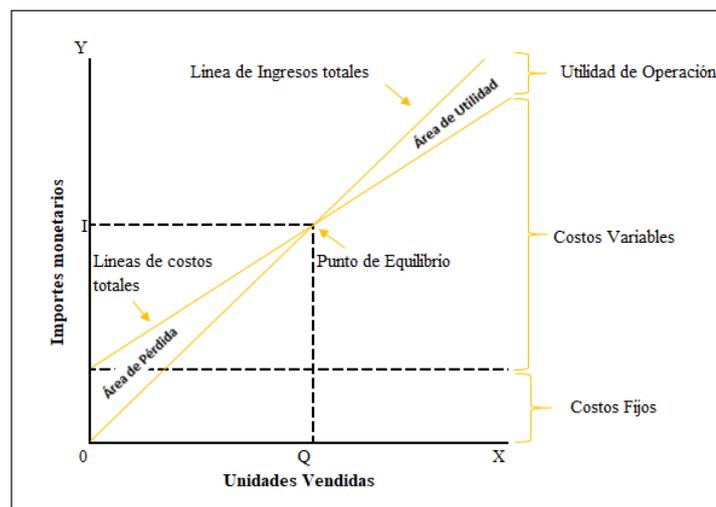


Figura 4: Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración Propia, Horngren et al. (2012)

### 3.2.2.6. Margen de Seguridad.

El margen de seguridad es el exceso de ventas por encima del punto de equilibrio; es decir, las ventas de una empresa superiores al punto de equilibrio. Se define de esta manera, puesto que mientras más distantes se encuentren las ventas respecto al punto de equilibrio, se genera mayor seguridad de que la empresa no incurra en pérdidas. Por lo tanto, es una medida útil para la planeación de utilidades, ya que viene a ser el porcentaje máximo en que las ventas esperadas pueden llegar a disminuir y aun así generar utilidad.

$$\text{Margen de Seguridad} = \frac{\text{Ventas totales} - \text{Ventas en el Punto de Equilibrio}}{\text{Ventas totales}}$$

### 3.2.3. Comercio Justo

El Comercio Justo es un movimiento de comercio que surgió en los años 90, se integra en una sola organización llamada FairTrade International, la cual ha desarrollado una serie de mecanismos que promueve el desarrollo sostenible mediante un comercio más equitativo. Este movimiento representa la equidad entre el comercio internacional; busca una relación más directa y solidaria entre el consumidor y pequeño productor; propone apoyar a los pequeños productores y trabajadores, y promueve mejores condiciones comerciales a las existentes (FairTrade, 2019)

Según la Coordinadora de pequeños productores del Perú, el Comercio Justo llega en los años 90 tratando de beneficiar a organizaciones de productores de café. Es recién en el 2020 cuando se certificó la primera organización de banano en Piura.

El FairTrade es una estrategia para la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible. Su propósito es crear oportunidades para los productores que han sido marginados o colocados en una situación económica desventajosa por el sistema comercial convencional. Muchas veces el sistema convencional no valora el trabajo de los pequeños agricultores, es más, son los intermediarios y propios comerciantes que se llevan las ganancias manteniendo a miles de familias en la pobreza. El comercio justo impulsa otro tipo de tipo de comercio, basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad, logrando que, el productor pueda obtener un ingreso digno que refleje el valor de su trabajo y pueda impulsar sus propios medios de desarrollo social y comercial. La visión del Comercio Justo es un mundo en el que todos los productores puedan disfrutar de medios de vida seguros y sostenibles (FairTrade, 2019).

El Comercio Justo ha identificado tres metas a largo plazo:

- Hacer comercio Justo
- Empoderar a los pequeños productores y trabajadores
- Fomentar medios de vida sostenibles

Para alcanzar estas metas, se proponen realizar cambios en cuatro esferas:



Figura 5: Comercio Justo

Fuente: Elaboración Propia, FairTrade International, 2019

Los principios fundamentales del Comercio Justo son los siguientes:

- Creación de oportunidades para productores.
- Transparencia y Responsabilidad.
- Prácticas comerciales Justas.
- Pago de un precio Justo.
- Asegurar la ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.

- Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).
- Asegurar condiciones de trabajo.
- Facilitar el desarrollo de capacidades.
- Promoción del Comercio Justo.
- Cuidado de medio ambiente.

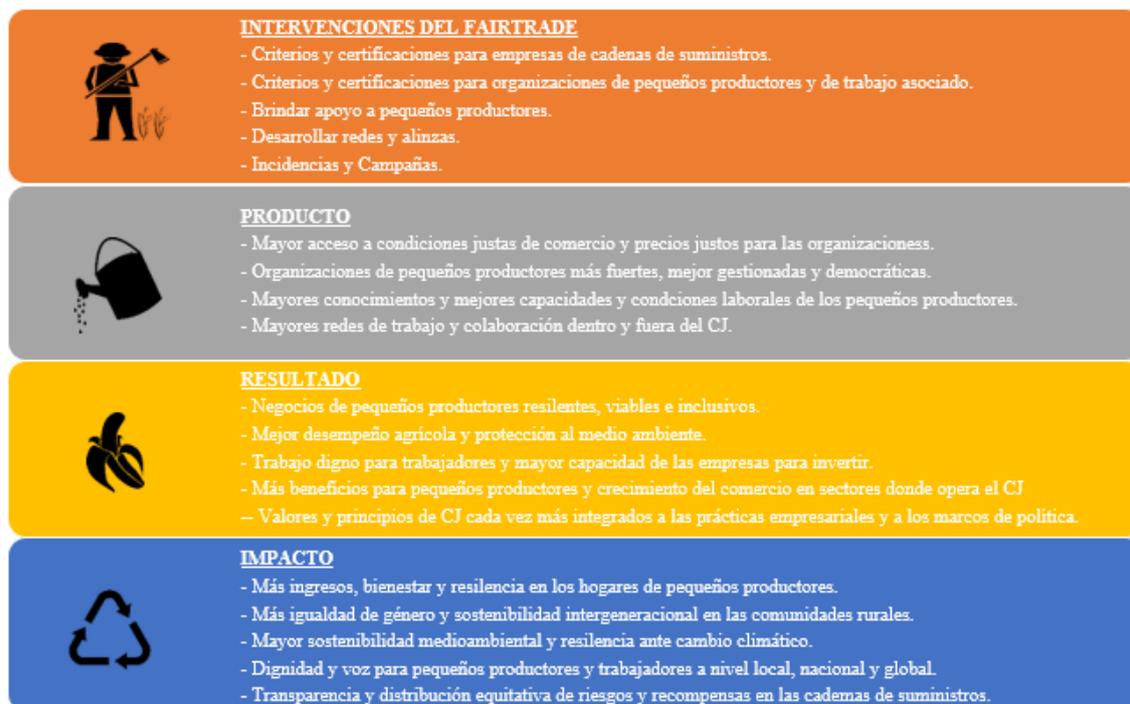


Figura 6: Principios de comercio justo

Fuente: FairTrade International, 2019

Elaboración Propia

### **3.2.3.1. Certificaciones.**

#### **3.2.3.1.1. FLO – Cert.**

Es el certificador global del Fairtrade. Esta certificación ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y realizar planes a futuro. Cuando un producto lleva el Sello de Recibir una Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE significa que los productores y comerciantes han cumplido con los criterios de Fairtrade.

Los criterios del Fairtrade tratan de reparar el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias en el comercio convencional. Existen dos criterios, el primer criterio está destinada a los pequeños productores afiliados a cooperativas, el segundo, por otra parte, se aplica a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios decentes, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, al cumplimiento de correctas condiciones de trabajo y normas de salud y proporcionan una vivienda adecuada cuando proceda.

Estos criterios también comprenden condiciones comerciales. Los productos tienen establecidos precios justos, además, los productores reciben una cantidad de dinero adicional, la Prima Comercio Justo Fairtrade, la cual tiene como fin ser invertida para el desarrollo de sus comunidades.

#### Beneficios de FairTrade

- Precios Estables
- Una Prima FairTrade
- Asociación
- Otorgamiento de poderes a productores y trabajadores
- Establecer criterios básicos y de desarrollo para garantizar que las condiciones de producción y de comercio sean social, económicamente y ambientalmente responsables.

### **3.2.3.1.2. SPP.**

Es una iniciativa lanzada por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo con el apoyo del Comercio Justo y Economía solidaria que tiene como fin garantizar el reconocimiento de los consumidores a los productos en el mercado. Representa la alta calidad de los productos los pequeños productores organizados en su trabajo en favor de una vida digna en las comunidades, economías locales y de la salud y el medio ambiente de productos y consumidores.

Se basa en la democracia, transparencia y el respeto al medio ambiente. Se deben cubrir los costos de la producción sostenible y reconocer el trabajo de los productores. Las empresas que la integran están comprometidas seriamente y de manera transparente, con las organizaciones de pequeños productores, al igual que con los principios y valores del Símbolo de pequeños productores.

### **3.2.4. Sostenibilidad**

La importancia de la sostenibilidad en el ámbito de las cooperativas exportadoras ha sido bastante investigada en diferentes sectores, sin embargo, aún no ha sido desarrollada en nuestra población de estudio. Por tal motivo consideramos importante la realización de este estudio, ya que la variable contribuye no solo al desarrollo de las cooperativas, sino también al de la sociedad, al darse una cohesión económica y social.

Puentes Poyatos & Velasco Gámez (2009) sostienen que para tener un desarrollo sostenible se requiere de la utilización eficaz y eficiente de los recursos económicos, sociales y medioambientales, sin comprometer los recursos futuros. El autor también recalca que, debido a las nuevas necesidades, el desarrollo sostenible ha contribuido a la aparición de nuevos yacimientos de empleo, y con ello a la importancia de generar una responsabilidad social económica para que haya un desarrollo sostenible y responsable.

Según Patón García (2014) se ha llegado a relacionar la sostenibilidad con las prácticas de responsabilidad social y económica para ayudar al objetivo de maximizar los recursos. Esto significa que la responsabilidad social es un factor importante para que se genere una sostenibilidad. Por ello, es que se debe potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible para garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales.

Por último la FAO (2014), define al desarrollo sostenible como el manejo y conservación de la base de los recursos naturales y la orientación del cambio tecnológico e institucional de tal manera que se asegure la continua satisfacción de las necesidades humanas para las generaciones presentes y futuras. Este desarrollo sostenible conserva la tierra, el agua y los recursos genéticos vegetales y animales, no degrada el medio ambiente y es técnicamente apropiado, económicamente viable y socialmente aceptable.

En este punto la FAO ofrece una herramienta de Evaluación de la Sostenibilidad para la agricultura y la alimentación (SAFA) para de hacer una evaluación de manera holística a la sostenibilidad a través de la cadena de valor de los alimentos y promover las buenas prácticas. Por lo que su uso mayormente es para la autoevaluación y la comunicación interna de objetivos de sostenibilidad y rendimiento, además que puede ser empleada en las diversas partes del mundo.

#### **3.2.4.1. Dimensión Económica.**

Según la FAO (2013) esta dimensión está relacionada con el desarrollo económico y el ámbito tecnológico. En esta, se determina si las circunstancias en las que se realiza la producción son viables y si están llegando a generar la sostenibilidad adecuadas. La cual se podrá medir de la siguiente manera:

##### **3.2.4.1.1. Rentabilidad.**

Según Aulová et al. (2019) la evaluación de la eficiencia y rentabilidad de una empresa, se basa en el buen manejo de la gestión operativa y estratégica. La rentabilidad que se genera no solo es indicador de su importancia para la administración, sino también, lo es para los inversionistas actuales o futuros, es decir, que tanto los usuarios internos como externos les será de mucha importancia el evaluar los indicadores de rentabilidad, liquidez entre otros.

La rentabilidad puede ser medida a través de los ratios financieros, que de acuerdo con Sánchez Segura (2017), estos instrumentos son utilizados para describir y analizar la capacidad de generación de resultados, comparando una medida, como el resultado contable, cash flow u otro indicador, con otra dimensión como activos totales, recursos propios u otros.

### 3.2.4.1.1.1. Ratio de rentabilidad

- **Margen de utilidad bruta**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2010), mide el margen que representa descontar a las ventas netas, su costo de ventas (utilidad bruta), así como la proporción del ingreso que permitirá cubrir todos los gastos en los que se han incurrido diferentes al costo de ventas. Su definición operativa es:

<i>Margen Bruto</i>
$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$

Esta ratio nos ayuda a establecer una referencia para medir la eficacia operativa de la empresa.

- **Margen operativo**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2010), mide si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus costos de financiamiento. Su definición operativa es:

<i>Margen Operativo</i>
$\frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Ventas Netas}}$

- **Margen Neto**

Este indicador refleja la productividad de las ventas para generar beneficios. Cuanto mayor sea este valor, se garantiza que la empresa tendrá una mayor rentabilidad (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010). Su definición operativa es:

<i>Margen Neto</i>
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$

- **Rentabilidad económica**

Según Mayoral & Segura (2011) es también conocido como ROI (Return on investment), el cual mide la eficacia que ha tenido la empresa al generar rentabilidad con los activos disponibles.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2010), por otra parte, lo define como un indicador que nos permitirá evaluar la eficiencia en la gestión, pues al no considerar cómo han sido financiados los activos, nos permite determinar si la empresa no es rentable por problemas financieros o por problemas en el desarrollo de su actividad. Su definición operativa es:

<i>ROI</i>
Utilidad Neta
Activos Totales

Al medir la productividad del capital total empleado, sin tomar en cuenta su fuente de financiamiento, nos proporciona el retorno que tiene el negocio independientemente de cómo es que se haya financiado. La rentabilidad económica es, pues, considerado como la capacidad de los activos de una empresa para generar valor.

- **Rentabilidad financiera**

También conocido como ROE {return on equity}, mide el beneficio neto generado en relación con la inversión que han efectuado los propietarios de la empresa (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010).

Su definición operativa es:

<i>ROE</i>
Resultado del ejercicio
Total de Patrimonio

Jara et al. (2018), este ratio nos indica la rentabilidad que se obtiene a partir de la inversión realizada con recursos propios de las instituciones, es decir, con inversiones del patrimonio de las cooperativas; su cálculo relaciona las utilidades o pérdidas generadas sobre el patrimonio de las mismas.

El ROE a diferencia del ROI, este mide el retorno de los accionistas después del pago de la deuda.

#### 3.2.4.1.2. *Inversión.*

Para que las cooperativas puedan ser sostenibles en el tiempo, tendrán que destinar recursos como lo es el tiempo, personal o inversiones económicas, esto con la finalidad de poder generar un impacto positivo tanto como para su parte interna, que son sus colaboradores, como para lo externo, que es su comunidad.

##### 3.2.4.1.2.1. **Inversión interna**

Son aquellos esfuerzos que hacen las empresas de manera interna para que se genere un mejor desarrollo. Según la FAO (2013) es necesario un compromiso integral entre la empresa y los colaboradores involucrados para un óptimo desarrollo, por ende, es que se tiene que elaborar una adecuada asignación a las inversiones, así como a la supervisión de estas, pues, de lo contrario, no se asegura un progreso significativo.

Implementar un sistema para monitorear su propio desempeño para identificar qué áreas son las que requieren mayor atención es fundamental para que las cosas marchen mejor. Esto nos ayudaría a identificar y medir en qué actividades y proyectos es que ha invertido la empresa en los últimos años para mejorar y monitorear las capacidades de su personal (FAO, 2013).

Se puede medir a través de:

- Revisar los registros de la empresa para verificar si se ha realizado inversiones como:
  - Capacitaciones.
  - Mejoras en los salarios.
  - Tecnología.
  - Beneficios.
  - Incentivos por eficiencias.
  - Inversiones en fertilizantes.

Si la empresa cumple con todo lo mencionado y pudiese generar un impacto en sus colaboradores, se podrá afirmar que se han empleado de manera correcta los recursos de la empresa y que estos han sido valorados y eficientes.

### 3.2.4.1.2.2. **Inversión externa**

En este indicador hace referencia a aquellos recursos que la empresa asigna para la comunidad a la que forma parte, esto con la finalidad de contribuir y resolver algunas de las necesidades que tienen en común. El que se desarrollen proyectos para mejorar el desarrollo de la comunidad puede generar una relación funcional entre la empresa y el desarrollo sostenible de la comunidad. Para ello es necesario que la empresa revise cómo es que sus actividades están afectando a la comunidad, ya que sus operaciones de una manera directa o indirecta tienen un impacto en la sociedad. En síntesis se podría decir que este indicador mide hasta qué punto las inversiones han contribuido al desarrollo de necesidades, sin comprometer el uso eficiente de los recursos, el bienestar o las relaciones justas con la comunidad (FAO, 2013).

Se puede medir a través de:

- El personal, la gerencia o propietarios tienen que ser capaces de describir qué proyectos piensan llevar a cabo y cómo se van a financiar e implementar.
- Verificar que la empresa desarrolle actividades y prácticas que son beneficiosas para la sociedad, como:
  - Capacitaciones a los agricultores o familiares, para un mejor desarrollo.
  - Proyectos para mejorar la calidad de vida para la comunidad como escuelas o postas.
  - Salarios justos.

Si la empresa logra implementar proyectos de interés común en la sociedad, se estaría generando un impacto positivo tanto a favor de la empresa como de los demás, permitiéndole permanecer el tiempo.

### 3.2.4.1.3. **Precio Justo - Precio FairTrade.**

El precio FairTrade es el precio mínimo que reciben los productores, establecido por los criterios FairTrade. Los productos certificados por Fairtrade tienen un precio mínimo determinado. Este último pretende garantizar que los productores cubran todos los costos medios de producción sostenible. Este precio actúa como una red de seguridad para los productores en los momentos en los que los precios en el mercado mundial sean inferiores al nivel sostenible. Si el precio en el mercado es superior, se debe pagar el precio acordado en el

contrato; no obstante, este mecanismo también permite que los productores y los comerciantes también puedan negociar precios más altos sobre la base de la calidad y otros atributos.

#### **3.2.4.1.3.1. La Prima Fairtrade**

La prima FairTrade hace referencia a una suma adicional de dinero que tiene como destino un fondo comunal para los trabajadores y los productores con la finalidad de ser utilizado para mejorar la situación social, económica y las condiciones medioambientales de la comunidad. El uso del dinero se decide de manera democrática por los productores.

La FairTrade ha establecido una prima de US\$1 por cada caja de banano orgánico de 18.14Kg la cual debe ser pagada a organizaciones certificadas.

La prima se invierte en proyectos educativos, de negocio, sanitarios, comunitarios, en mejoras agrícolas para mejorar el rendimiento y la calidad, o en tecnología e instalaciones que permiten mejorar las operaciones y aumentar los ingresos. Los productores bananeros a menudo han destinado la Prima para mejorar sus viviendas, construir escuelas y clínicas, u ofrecer otros beneficios que han considerado necesarios.

#### **3.2.4.2. Dimensión social.**

La FAO (2013), define a esta dimensión como todo aquello relacionado con el papel de la sociedad, cultura y acción colectiva, con la finalidad de influir en el comportamiento de las personas como individuos o miembros de comunidades, ya que se tiene en cuenta el origen de los problemas sociales.

Las características de una sociedad cooperativa que busca generar impacto en su comunidad, son las siguientes:

- Basarse en los principios de solidaridad y compromiso para una ciudadanía activa.
- Generar empleo de calidad, así como mejorar la calidad de vida.
- Tener papel en el desarrollo local y la cohesión social.
- Ser socialmente responsable
- Contribuir a la estabilidad de los mercados económicos

Estos principios sociales cooperativos son las bases que guían la existencia de la empresa desde su creación. Debido a ello, es que en esta dimensión se fomenta los cambios en el ámbito cultural, en las relaciones sociales para generaciones futuras y en los comportamientos sociales con la finalidad de identificar su incidencia en la preservación y el desarrollo sostenible.

#### **3.2.4.2.1. Impacto social.**

Todas las personas tienen derecho a mejorar su calidad de vida, una que les permita tener un tiempo determinado para la recreación con su familia, así como un descanso justo. Este indicador pretende garantizar que todos los colaboradores vinculados de manera directa o indirecta con la cooperativa tengan condiciones de una vida digna, es decir, una vida libre, segura y saludable.

##### **3.2.4.2.1.1. Acceso a los medios de producción**

Este indicador es uno de los más fundamentales para que los socios - agricultores y los trabajadores puedan construir una vida digna para ellos y sus familias. En él se hace referencia a todos los medios y objetos de trabajo que el hombre utiliza para llevar a cabo la producción de manera eficiente y logre alcanzar el nivel de producción necesario para generar beneficios (FAO, 2013).

Este indicador es de tipo cualitativo y se encarga de medir si los socios - agricultores y trabajadores tienen acceso a todas las herramientas necesarias para realizar un trabajo digno. El acceso a los medios de producción es evaluado de las siguientes maneras:

- Evaluar si la empresa tiene acceso a un conocimiento sobre sus prácticas.
- Entrevistar a los colaboradores para evaluar si tienen acceso a lo siguiente:
  - Servicios de extensión agrícola
  - Conferencia o entrenamiento para adquirir nuevas habilidades.
  - Cursos que enseñen las mejores prácticas
  - La empresa actualiza periódicamente sus operaciones.
  - La empresa cuenta con las instalaciones y equipos necesarios

En caso de que los derechos de los productores primarios no están debidamente asegurados, este hecho, nos indica que la empresa no brinda las herramientas necesarias a los productores para garantizar la eficiencia en sus labores.

#### **3.2.4.2.1.2. No discriminación**

Una empresa sostenible es considerada de esta manera por diversos motivos. Entre ellos, uno importante es la no discriminación a sus colaboradores ya sea por género, edad, estado de civil, alguna discapacidad u otro aspecto. Las cooperativas deben, por tanto, aplicar la igualdad. Este indicador cualitativo mide si la empresa discrimina a algún grupo en particular en razón de su identidad o creencia. Esto puede ser medido mediante las siguientes formas:

- Entrevistar a los trabajadores si han experimentado discriminación en algún aspecto de las operaciones, ya sea en la asignación de sueldo, carga o tipo de trabajo, aumentos, entre otros. Preguntarles también si han observado algún otro colega que sufra de discriminación.
- Entrevistar a los proveedores, con un enfoque particular en los productores primarios, para averiguar si han experimentado algún tipo de discriminación al competir por contratos para suministrar a la empresa, o en precios, beneficios o términos contractuales.
- Revisar los registros de la empresa en busca de evidencia de discriminación, como distinciones claras entre grupos étnicos en la colocación laboral y adelanto o diferencias salariales.
- Verificar los registros públicos revisando los registros de quejas ante agencias públicas supervisan el empleo, en el caso de que no encuentre registro formal, entrevistar a líderes comunitarios cuyos miembros trabajen para la empresa, o vendan a la empresa, para saber si existe algún historial o reputación de discriminación.
- Verificar los documentos de la empresa para asegurarse de que una política de no discriminación esté claramente establecida y disponible para el personal y el público.

En el caso de que la empresa cuente con políticas claras de no discriminación y se apliquen de manera consistente para todos los involucrados, se podría deducir que no se practica algún tipo de discriminación, no obstante, si se evidencia la existencia de algún hecho de

maltrato, en cualquiera de sus formas, contra algún colaborador o proveedor la empresa, en efecto, no estaría cumpliendo con este indicador.

### **3.2.4.2.1.3. Igualdad de género**

Este indicador tiene como finalidad eliminar las barreras del acceso de las mujeres al empleo para que cuenten con cimientos de igualdad respecto al acceso del hombre. Ya sea manifestado en la remuneración, como en las oportunidades de capacitación y promoción. Por otro lado, deben apreciarse diferentes situaciones. Por ejemplo, identificar la protección previa, durante y después del embarazo, periodo de tiempo en el que se deben garantizar beneficios. En síntesis, este indicador identifica si la empresa ha discriminado a las mujeres en la contratación, remuneración, capacitación y acceso a recursos. Para su medición, es indispensable que:

- En primer lugar, identificar de manera cuidadosa a las personas que se entrevistarán, ya sean colaboradores, miembros de gerencia, proveedores, entre otros. En ese sentido, se debe prestar atención al historial y opinión pública acerca del trato por parte de la empresa hacía las demás partes.
- En segundo lugar, se debe entrevistar a las trabajadoras de la empresa, a fin de averiguar si alguna ha sido víctima de discriminación en algún aspecto o si es que ha sido testigo de algún tipo de abuso de poder con otra colega. Además, preguntar si ejercieron sus derechos durante la etapa previa y posterior del embarazo, por ejemplo:
  - Licencia de maternidad de acuerdo a la ley.
  - Capacidad de regresar a la misma posición o alguna con similar o igual salario después de su licencia.
  - Acceso a beneficios médicos para cubrir atención.
  - Capacidad de amamantar al niño durante las horas de trabajo remuneradas
- En tercer lugar, entrevistar a proveedores para conocer si es que sido víctimas de discriminación al durante la competencia para abastecer a la empresa, o en precios, términos y beneficios del contrato.

- En cuarto lugar, revisar en las entidades públicas si es que hay alguna queja o demanda por discriminación de género.
- Por último, revisar los documentos de la empresa como estatutos, códigos de conducta u otros para garantizar que la política de igualdad de género esté correctamente establecida.

Si después de haber realizado la investigación se concluye que la empresa no discrimina a la mujer en la contratación, remuneración, capacitación, promoción y acceso a los recursos, se podría afirmar que se aplica la igualdad de género.

#### **3.2.4.2.1.4. Apoyo a las personas vulnerables**

Este indicador permite medir los apoyos que realizan las cooperativas a aquellas personas vulnerables de sus comunidades. Estos apoyos se realizan mediante la implementación de políticas, planes, y programas, ampliando así, las oportunidades para aquellas personas que se encuentran en desventaja por su situación o condición social, económica, física, mental o sensorial. Adicional a ello, las entidades brindan su apoyo mediante su contratación, asignándoles así, algún rol alternativo que ellos puedan realizar y no afecte sus condiciones.

Al tratarse de un indicador cualitativo, este pretende analizar todos aquellas políticas, programas y planes que se han llevado a cabo con el fin de apoyar a la comunidad y a sus miembros más vulnerables. La medición de este indicador se realiza de la siguiente manera:

- Identificar si las cooperativas están conformadas por personas en desventajas sociales, económicas, físicas, mentales o sensoriales. Para realizar esta primera evaluación se considera lo siguiente:
  - Si se proporcionan herramientas necesarias para que los trabajadores vulnerables realicen su trabajo de manera cómoda y segura.
  - Si se dan las medidas necesarias para restaurar a aquellos trabajadores que se han lesionado a un puesto similar de igual salario, y no existe historial de despidos a causa de accidentes en el trabajo.
- Evaluar si la empresa ayuda a los grupos vulnerables en función a su rol como parte de la comunidad. Para aplicar esto se debe:

- Analizar los programas de las empresas, para observar qué esfuerzos se están realizando para apoyar a los grupos vulnerable de la comunidad en general. El apoyo puede abarcar desde recaudaciones de fondos hasta esfuerzos directamente relacionados para mejorar la infraestructura o oportunidades de aprendizaje para los miembros de la comunidad.
- Entrevistar tanto a líderes como empleados de la comunidad para verificar que las operaciones de la empresa no han degradado los recursos o oportunidades de los grupos vulnerables.

Podremos hablar, en efecto, de apoyo a las comunidades si la empresa ha diseñado planes para diversos niveles de capacidad y discapacidad para jóvenes y ancianos, y si brinda recursos para apoyar a la comunidad a aquellas personas más vulnerables.

#### **3.2.4.2.1.5. Desarrollo de capacidades**

Para que una empresa sea sostenible, en el tiempo, es fundamental que proporcione no sólo las condiciones adecuadas, sino que haya fortalecido las capacidades y desarrollo de sus colaboradores. Pues, de esta manera, los productores tendrán acceso a recursos idóneos que les permita especializar y mejorar sus habilidades y conocimiento, para que, de esta forma, se asegure el futuro de la empresa al proporcionar oportunidades para sus colaboradores y comunidad (FAO, 2013).

El indicador mide si los colaboradores tienen oportunidades para desarrollar capacidades y avanzar dentro de la empresa, así como identificar si los productores tienen los recursos adecuados para desarrollar sus propias capacidades y proporcionarle a la próxima generación.

Pasos para medir el desarrollo de las capacidades:

- Entrevistar a los empleados con la finalidad de averiguar si cuentan con oportunidad de desarrollo en la empresa, por lo que, la investigación deberá incluir lo siguiente:
  - Si los empleados asisten a capacitaciones, conferencias u otros programas para su aprendizaje.
  - Si se puede dialogar abiertamente acerca de las oportunidades, a fin de implementar planes para el desarrollo de aprendizaje.
  - Si los trabajadores dan ejemplo de su experiencia o de algún colega de la empresa que haya tenido oportunidades de desarrollo.
- Entrevistar a los productores para determinar si tanto ellos y sus familiares tienen la posibilidad de adoptar técnica mejoradas que los hagan ser más eficientes.

De cumplirse con todos los criterios enumerados, la empresa estaría contribuyendo en el desarrollo de las capacidades de sus colaboradores y comunidad.

Se presenta el siguiente cuadro a manera de resumen:

<i>Dimensión</i>	<i>Indicador</i>	<i>Subindicador</i>
<i>Desempeño Social</i>	Impacto Social	Acceso a los medio de producción
		No discriminación
		Igualdad de Género
		Apoyo a las personas vulnerables
		Desarrollo de capacidad

Figura 7: Dimensión social

Adaptado: FAO (2013), Elaboración propia

#### **3.2.4.2.2. Responsabilidad, Democracia, Participación y Transparencia.**

Según el FairTarde, todas las organizaciones de Comercio Justo deben ser transparentes en su gestión y en sus relaciones comerciales, así como también deben ser respetuosa con los socios comerciales. Este indicador pretende garantizar que las organizaciones faciliten el desarrollo social y económico de sus miembros y aseguren que los beneficios de Comercio

Justo, Fairtrade, lleguen a estos. Pues bien, una organización debe contar con una estructura democrática y una gerencia que permita favorecer la participación

de sus miembros en la toma de decisiones, así mismo, por medio de la obtención de certificados confirmará la responsabilidad y transparencia de sus productos.

Una organización debe esforzarse para mejorar sus prácticas internas y externas con el fin de maximizar la participación de todos sus miembros (consumidores, exportadores/cooperativas y otros)

#### **3.2.4.2.2.1. Prácticas Internas**

Se fundamentan en los principios internos de las cooperativas:

- Estructura de la organización: Espacio o asamblea en donde se debaten todas las decisiones, todos los miembros tienen derecho a voto, un consejo elegido en elecciones libres justas y transparentes y, por último, delegación de funciones y responsabilidades del consejo de administración y la gerencia.
- Definición e Información sobre los miembros: Se necesita registrar a los miembros de la organización. Para dicho fin, se debe definir los requisitos para ser miembro y, así, se pueda mantener un registro de ellos.
- Respeto de reglas y regulaciones sobre los miembros: Se establecen reglas y regulaciones obligatorias y aceptadas por los miembros de la cooperativa.
- Comité de vigilancia: Comité encargado de supervisar, en nombre de los miembros, la administración general de la organización (el uso de la Prima)
- Compartir los resultados de la auditoría con los miembros: compartir los resultados e informes, después de cada auditoría, en un formato y lenguaje entendible para miembros de la organización

#### **3.2.4.2.2.2. Prácticas Externas:**

Criterios comerciales para la exportación y su respectivo cumplimiento. Son los siguientes:

- Descripción del producto: Los bananos certificados con Comercio Justo deben ser comprados de manera directa a los pequeños agricultores

- Relación contractual estable a largo plazo: Se firman contratos entre los miembros (consumidores, exportadores/asociaciones), en el que se establecen los derechos y las obligaciones de cada parte. Los contratos de ventas deben incluir:
  - Especificaciones del volumen máximo a exportar
  - Especificaciones de los requisitos de calidad
  - Especificaciones del precio de los bananos bajo el CJ
  - Condiciones de entrega y de pago del banano
  - Indemnización y responsabilidad de cada una de las partes
- Fijación del precio y prima: El precio mínimo es fijado por FLO y la prima de Comercio Justo es de US\$1 por cada caja exportada.
- Requisitos de calidad: Se identifican mediante las certificaciones obtenidas verificando de esta manera los niveles de calidad
- Derechos y obligaciones: FLO tiene un sistema para supervisar que todo el flujo de productos se haya desarrollado dentro de los estándares contemplados. Todos los miembros que forman parte del Comercio Justo deben informar sobre sus volúmenes comprados y vendidos.

Dimensión	Indicador	Prácticas	Subindicador
Social	Responsabilidad, Democracia, Participación y Transparencia	Internas	Estructura de la organización
			Definición de miembros
			Reglas y Regulaciones
			Comité de Vigilancia
			Resultados de auditoría
		Externas	Descripción del producto
			Firmas de contratos
			Fijación del precio y prima
			Requisitos de calidad
			Derechos y Obligaciones

Figura 8: Dimensión responsabilidad, democracia, participación y transparencia

Adaptado: FAO (2013), Elaboración Propia

### 3.2.4.3. Dimensión Medioambiental.

De acuerdo a Toro-Mujica et al. (2011) la ecología y la economía están entrelazándose cada vez más, por ello, la protección del medio ambiente debe complementarse con una política económica con perspectiva medioambiental. Por tal motivo, consideramos importante mencionar esta dimensión.

Esta dimensión hace referencia al mundo físico donde se desarrolló la actividad agrícola, se centra en los procesos biofísicos y la continuación de la productividad, así como el buen funcionamiento de los ecosistemas. Esta dimensión tiene como objeto la búsqueda y preservación de los escenarios biológicos y todos los aspectos inherentes a estos. La base de esta dimensión se encuentra en la capacidad para proveer recursos naturales necesarios para el hombre (FAO, 2013).

Según Toro-Mujica et al. (2011), algunos de los atributos de esta dimensión pueden ser vistos como recursos:

- Renovables: aquellos recursos que se pueden renovar de acuerdo al ritmo de su consumo, usualmente suelen tener una capacidad ilimitada, aquí encontramos las plantas, animales, el suelo y el agua, los cuales serán tratados con el cuidado necesario para resguardar las condiciones óptimas para su regeneración.
- No renovables: aquellos recursos que no se pueden regenerar al mismo tiempo que su consumo y existen en una cantidad limitada, por ejemplo, podemos identificar a los minerales y al combustible.

Esta dimensión medioambiental surge por la presión que ejerce la sociedad en que se genere herramientas para evaluar el desempeño con respecto a los ecosistemas. Por ello es que de acuerdo al marco de SAFA una manera de medir la sostenibilidad de agroecosistemas es a través de:

- Atmósfera: el objetivo es la reducción de la contaminación del aire, se desarrolla con el fin de verificar la presencia de un plan que establezca algún objetivo medible para reducción y prevención del aire.
- Agua: Busca desarrollar un plan que tiene como objetivo lograr una calidad más alta en el agua. El fin de este indicador es prevenir contaminantes en las aguas, las

cuales son usadas para la agricultura y cadenas alimentarias. Por ello, la empresa debe contar con acciones que permitan lograr el objetivo.

- Tierra: Este indicador es muy relevante para todas las empresas que se sirven de los suelos. Se evalúa a través de la fertilización, el riego, la rotación de cultivos, entre otros. Este tipo de evaluaciones logran una mejora en la producción.
- Biodiversidad: Este indicador se desarrolla con la finalidad de garantizar la conservación de todos los ecosistemas. Además, hace referencia a aquellas prácticas que apuntan a mejorar las relaciones funcionales y de procesos dentro de los ecosistemas.

<i>Dimensión</i>	<i>Indicador</i>	<i>Subindicador</i>
<i>Medioambiental</i>	Atmósfera	- Calidad del aire
		- Generación de gases
	Agua	- Extracción del agua
		- Calidad del agua
	Tierra	- Calidad del suelo
		- Degradación
	Biodiversidad	- Diversidad del ecosistema

Figura 9: Dimensión medioambiental

Adaptado: FAO (2013), Elaboración Propia

Por cuestiones de practicidad, la investigación considera conveniente desarrollar la variable de sostenibilidad en base a dos dimensiones del marco de SAFA, las cuales son la dimensión económica y la dimensión social. Cada una evaluada según los indicadores mencionados y desarrollados.

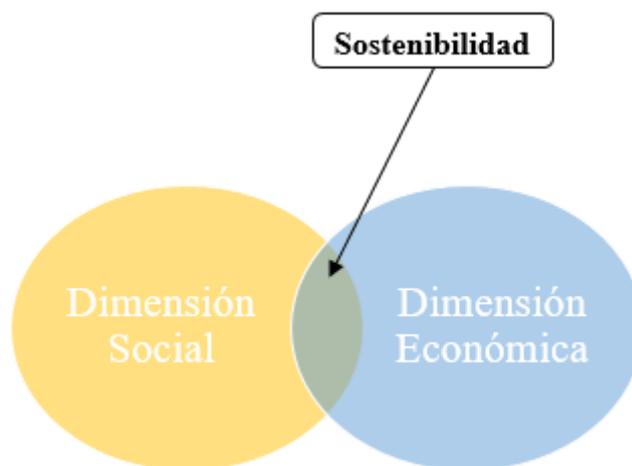


Figura 10: Dimensiones

Fuente: elaboración propia

Como se muestra en la figura habrá un momento en que las dimensión social y económica se encuentren en zonas de intersección entre ellas, entonces en se punto se podrá decir que las cooperativas pueden alcanzar la sostenibilidad.

### 3.3. Definición de términos básicos

#### » Certificaciones

Es el procedimiento, mediante el cual, un organismo de certificación independiente proporciona una garantía escrita o equivalente de que un proceso o producto cumple con los requisitos de una norma específica (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2017).

#### » SAFA

Es el marco internacional para la evaluación de la sostenibilidad de los sistemas agrícolas y alimentarios (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2017).

#### » Agrario

Todo lo relacionado con el campo, con la cría de animales y con el cultivo de plantas.

#### » Exportación

Es la actividad mediante la cual se coloca un producto o servicio en un nuevo mercado el cual se encuentra en el extranjero. La exportación implica desarrollarse en un nuevo mercado muy diferente al nacional. La exportación, en otras palabras, es un

proceso que involucra compromiso, conocimiento técnico e identificación de factores claves de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que desean incrementar su participación y sus utilidades en nuevos mercados (Valdéz Sulser & Pedroza Escandó, 2004:20).



### 3.4. Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1. Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores
<b>Punto de Equilibrio</b>	Juan García Colín (2020: 272) define esta variable como aquel punto en el que los ingresos totales son iguales a los costos, y por lo tanto, la empresa no reporta utilidad, pero tampoco pérdida.	Método de Ecuación - Contribución - Gráfica	Son métodos relacionados que permiten identificar el punto de equilibrio. Determina el volumen necesario para lograr la utilidad deseada o la mínima para no incurrir en pérdida. Homgren et al. (2012)	Precio de Venta
				Volumen de ventas
				Costos Fijo
				Costo Variable
<b>Sostenibilidad</b>	La FAO (2014) definen el desarrollo sostenible como el manejo y conservación de los recursos naturales y la orientación del cambio tecnológico e institucional de tal manera que asegure la continua satisfacción de las necesidades humanas para las generaciones presentes y futuras.	Dimensión Económica	Según la FAO (2013) define esta dimensión como aquella se encuentra relacionada con el desarrollo económico y el ámbito tecnológico.	Rentabilidad
				Inversión
				Precio Justo
				Prima FairTrade
		Dimensión Social	Según Puentes & Velasco (2009) define esta dimensión como todo lo relacionado con la sociedad, cultura y acción colectiva. Tiene como la finalidad de influir en el comportamiento de las personas como individuos o miembros de comunidades.	Impacto Social
Responsabilidad, participación, democracia y transparencia Interna y Externa				

Fuente: Elaboración propia

### **3.5. Formulación de hipótesis**

#### ***3.5.1. Hipótesis general***

La determinación del punto de equilibrio influye en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

#### ***3.5.2. Hipótesis específica***

HE1: El precio, el volumen de ventas, los costos fijos y variables son elementos característicos del punto de equilibrio de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

HE2: Las necesidades y aspiraciones económicas de los socios- agricultores influyen en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

HE3: Las necesidades y aspiraciones sociales de los socios- agricultores influyen en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

HE4: El punto de equilibrio influye significativamente en las necesidades y aspiraciones sociales de los socios- agricultores de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

HE5: El punto de equilibrio influye significativamente en las necesidades y aspiraciones económicas de los socios- agricultores de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

### 3.6. Modelo de estudio propuesto



Figura 11: Hipótesis general

Fuente: Elaboración propia

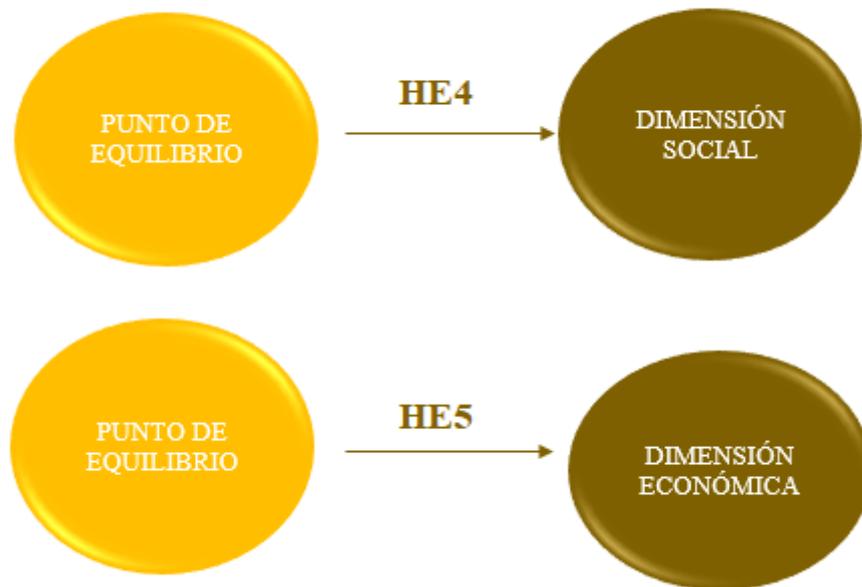


Figura 12: Hipótesis específicas

Fuente: Elaboración propia



## IV. Metodología

### 4.1. Diseño metodológico

#### 4.1.1. Tipos de investigación

##### » Enfoque: Cuantitativo

La presente investigación cuenta con un enfoque cuantitativo, dado a que busca obtener y analizar datos numéricos con respecto al Punto de Equilibrio y la Sostenibilidad, esto con la finalidad de poder probar las hipótesis planteadas para lo que de acuerdo a la literatura se empleara herramientas estadísticas, financieras y contables, para que a partir de los resultados se pueda llegar a un mejor análisis.

##### » Alcance: Correlacional

Según Sampieri (2013), el alcance correlacional tiene como finalidad conocer el grado de asociación que existe entre dos o más variables en una muestra en particular. Por lo que todo ello se adecua bien, ya que de acuerdo a lo planteado en la investigación lo que se busca es conocer el grado de importancia que tiene el Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad.

##### » Tipo: Aplicada

Lo que busca la investigación al ser de tipo aplicada, es poder identificar aquellos elementos influyentes en las variables del Punto de Equilibrio y la Sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico.

#### 4.1.2. Diseño de la investigación

El concepto diseño hace referencia al plan o estrategia que se planea llevar a cabo como forma para obtener la información deseada con el fin de responder al planteamiento del problema (Sampieri, 2013)

##### » Diseño: No experimental

Esta investigación es no experimental, debido a que se trata de estudios en los que no se manipula intencionalmente la variable independiente para ver su efecto sobre otra variable, sino que se observará tal como éstas se dan en su contexto natural.

» **Horizonte: Transversal**

Para la investigación, el horizonte de tiempo es transversal, es decir, que será realizada en base a la recolección de datos en un momento y en un tiempo único. (Liu, 2008 y Tucker, 2004).

**4.2. Diseño muestral**

**4.2.1. Población de la investigación**

La metodología cuantitativa permitirá que la investigación pueda analizar y predecir el comportamiento de la población por medio de datos cuantificables; y así poder brindar una realidad mucho más cercana en base de una muestra.

Esta se encuentra conformada por las cooperativas San Lorenzo y Ceproban, es decir, que el número total de socios será la población a investigar. Para ello, es que primero se procederá a explicar de manera separada como es que cada una se encuentra conformada internamente en su planilla.

» **Cooperativa San Lorenzo**

Esta se encuentra conformada por 33 socios, de los cuales 4 forman parte de la alta dirección y los 29 restantes forman parte de la sociedad. Cabe mencionar que el cargo que ocupan los 4 socios tal como se muestra en el siguiente grafico son de gerente general, presidente, vicepresidente y tesorero; cuyas principales funciones es supervisar el correcto funcionamiento de la cooperativa y velar por los intereses de los demás socios.

COOPERATIVA SAN LORENZO			
AREA	NOMBRE Y APELLIDOS	CANTIDAD	
Alta dirección	Gerente general	GODOS GARCIA JULIO CESAR	1
	Presidente	CHICCHON SALAZAR JULIO	1
	Vicpresidente	ZAPATA DE RUFINO FERMINA MARIA	1
	Suplente	CORDOVA LOZADA DANIEL AUGUSTO	1
<b>Socios</b>	SANCHEZ RODRIGUEZ SANTOS MARIO	1	
<b>Socios</b>	PALACIOS PALACIOS JAIME	1	
<b>Socios</b>	PALACIOS CHUQUIHUANCA LUIS OCTAVIO	1	
<b>Socios</b>	PEÑA VILCHEZ FREDI MANUEL	1	
<b>Socios</b>	HUIMAN YOVERA VALERIANO	1	
<b>Socios</b>	DIAZ TIMANA YULIANA	1	
<b>Socios</b>	S.A.AVEDRA BALLESTEROS FRANKLIN	1	
<b>Socios</b>	GODOS VALDIVIEZO JORGE	1	
<b>Socios</b>	ABRAMONTE CIENFUEGOS SERGIO	1	
<b>Socios</b>	CASTILLO JARA FILOMON	1	
<b>Socios</b>	NAVARRO CHAVEZ PEDRO SANTOS	1	
<b>Socios</b>	ABRAMONTE CIENFUEGOS LORGIO	1	
<b>Socios</b>	ABRAMONTE CIENFUEGOS TITO	1	
<b>Socios</b>	SANDOVAL GOMEZ EDIHT MARILU	1	
<b>Socios</b>	CORONADO GOMEZ ALEJANDRO MARTIN	1	
<b>Socios</b>	NAVARRO CASTRO PEDRO	1	
<b>Socios</b>	TUME ATARAMA RAFAEL	1	
<b>Socios</b>	CALVA CALLE SEGUNDO BENIGNO	1	
<b>Socios</b>	PEÑA VILCHEZ SANTOS	1	
<b>Socios</b>	PEÑA VILCHEZ SERGIO	1	
<b>Socios</b>	CHINCHAY VILLAREYES WALTER ADAN	1	
<b>Socios</b>	RAMOS DE ROA FELICIA	1	
<b>Socios</b>	RAMOS ROA ROBERTO CARLOS	1	
<b>Socios</b>	CARMEN GARCIA MARTIN	1	
<b>Socios</b>	RIVAS ZAPATA ANSELMO	1	
<b>Socios</b>	INFANTE GUEVARA DENIS PAOLO	1	
<b>Socios</b>	CRISANTO DE SILUPU MARTHA	1	
<b>Socios</b>	RAMIREZ ROSAS ESTEBAN	1	
<b>Socios</b>	CASTILLO ROÑA GRIMEL	1	
<b>TOTAL</b>		<b>33</b>	

Figura 13: Relación de los socios de la cooperativa San Lorenzo

Fuente: Elaboración propia

» Cooperativa Ceproban

En la actualidad Ceproban se encuentra conformada por un total de 223 socios, de los cuales algunos miembros conforman la alta dirección, por ello es que se considera importante mencionarlo pues es parte de la estructura interna de la cooperativa.

Ver Anexo III

CENTRAL DE PRODUCTORES BANANEROS - CEPROBAN	
Puesto	Cantidad
Socios	223

Figura 14: Resumen de socios de la cooperativa Ceproban

Fuente: Elaboración propia

Es de suma importancia recalcar que la población tiene ciertas restricciones, las cuales serán que la población no estará conformada por aquellos miembros que no cuenten con hectáreas en las cooperativas exportadoras de San Lorenzo y Ceproban, que no tengan algún puesto en ella o que los socios sean parte de ambas cooperativas, es decir, sea el caso que un socio se encuentre en ambas planillas se procederá a evaluar solo una vez, con la finalidad de evitar repetir datos y generar sesgo.

#### **4.2.2. Muestra de la investigación**

Para la investigación se ha optado por realizar una muestra por censo por conveniencia no probabilística, esto supone que será un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación (Sampieri, 2013).

Dado que la planilla de los socios de las cooperativas San Lorenzo y Ceproban tiene una suma total de 256 socios, se ha optado porque la muestra sea el total de la población que ha sido previamente mencionada, esto con la finalidad de que sea representativa.

COOPERATIVAS	
Nombre	Cantidad
San Lorenzo	33
CEPROBAN	223
Total	256

Figura 15: Resumen de socios de las cooperativas San Lorenzo y Ceproban

Fuente: Elaboración propia

### **4.3. Diseño del instrumento**

#### **4.3.1. Diseño del cuestionario**

La presente investigación de enfoque cuantitativo utilizó como instrumento un cuestionario estructurado con preguntas cerradas para la recolección de datos, el cual ha sido creado por nosotras a partir de cuestionarios que se utilizaron en las distintas investigaciones incluidas en las bases de la investigación.

El cuestionario empleado se conocerá como Encuesta para Identificar la Importancia del Punto de Equilibrio en las Cooperativas Exportadoras de Banano Orgánico, tomando como referencias preguntas sacadas del cuestionario de la siguiente

investigación (Bellassen et al., 2019). El objetivo del cuestionario es identificar si el conocimiento del punto de equilibrio conlleva a una sostenibilidad de las cooperativas a largo plazo y, de esta manera se puedan generar los impactos sociales y económicos que trae consigo la sostenibilidad de las cooperativas.

La construcción del instrumento inicial tuvo las siguientes fases: La primera fase se basó en la revisión de la literatura y el marco teórico; en la segunda fase, se procedió a recolectar las afirmaciones y/o preguntas más relevantes, mejorar la redacción de estas para posteriormente acoplarlo a nuestros factores y evitar las generalidades de las afirmaciones alineándolas al contexto de las cooperativas exportadoras de banano orgánico. Posteriormente, se ejecuta la tercera fase, en la que se procedió a eliminar a aquellas afirmaciones en las que existe redundancia. En la cuarta fase, se adaptan las preguntas filtros y de datos. Como resultado de esta fase, se obtienen 13 preguntas, de la cuál una está definida como filtro, ya que permite identificar el cumplimiento del criterio de segmentación de la población de estudio y las otras 12 preguntas permiten la obtención de información base de la muestra, que permitirá realizar comparaciones y comprobaciones de nuestro estudio. Como última fase, se establecieron 20 afirmaciones, las cuales se dividieron en dos partes, la primera parte tiene 5 afirmaciones enfocadas en medir: El punto de equilibrio a través de las afirmaciones referidas al conocimiento de ingresos, costos y volumen en de exportación, la segunda parte tiene 15 afirmaciones enfocadas en medir: La sostenibilidad de las cooperativas con afirmaciones sobre las acciones de la cooperativa en la comunidad.

Para medir la importancia del Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad de las Cooperativas Exportadoras de Banano se diseñaron afirmaciones de escala ordinal basados en la escala de Likert. La puntuación va desde un punto (1) hasta cinco (5) puntos, donde (1) nunca, (2) la mayoría de las veces no, (3) algunas veces sí, otras veces no, (4) la mayoría de las veces sí, (5) siempre.

La distribución de las afirmaciones del cuestionario se resume en la siguiente Tabla

Tabla 2. Cantidad de Afirmaciones para las Variables de Estudio

Variable	Dimensión	Indicadores	Total Items
		Precio de venta	1
Punto de Equilibrio	Método de Ecuación - Contribución - Gráfica	Volumen de venta	2
		Costo Variable	1
		Costo Fijo	1
		Rentabilidad	2
Sostenibilidad	Económica	Inversión	2
		Precio Justo	1
		Prima FairTrade	1
		Impacto Social	4
		Responsabilidad, Participación, Democracia y Transparencia Interna y	5
<b>Total</b>			<b>20</b>

Fuente: Elaboración propia

Ver Anexo II

Tabla 3. Cantidad de preguntas filtro y datos

Variable	Total de Preguntas
Filtro	1
Estudios	9
Demográficos	2
Culturales	1
<b>Total</b>	<b>13</b>

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.4. Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos

##### 4.4.1. Validez del contenido

###### 4.4.1.1. Juicio Expertos.

Para la validación del contenido del instrumento inicial se siguieron los pasos. El primer paso consistió en validar las afirmaciones con la asesora de tesis, el segundo paso, consistió en preparar las instrucciones para los jueces: para lo cual se definieron como objetivos de la validez del contenido del cuestionario el evaluar la adaptación de los ítems y validar los nuevos indicadores del modelo propuesto. Luego se elaboró una hoja de instrucciones que indicaba a través de un cuadro el significado de marcar Si o No para las categorías Claridad, Contexto, Relevancia y Coherencia del ítem. El tercer paso, se enfocó en seleccionar al experto; para lo cual se utilizó los criterios de selección recomendados por Skjong RolfSkjong et al., (2000), que establecen que los jueces deben tener: (a) experiencia en la realización de juicios, (b) reputación en la comunidad, (c) disponibilidad y motivación para participar, (d) imparcialidad, y (e) adaptabilidad. Para cumplir con los criterios se recurrió a la Facultad de Administración de Empresas, quienes nos recomendaron a la experta en el tema de Políticas de Empresa y al experto en Finanzas los cuales accedieron a la validación.

Tabla 4. Experto para la Validez de Contenido

Nº	Juez	Cargo	Universidad	País
1	Mag. Maria Fernanda Pasapera	Profesora de Política de Empresas	UDEP	Perú
Nº	Juez	Cargo	Universidad	País
2	Mag. Arturo Linares	Profesora de Mercado de Capitales	UDEP	Perú

Fuente: Elaboración Propia.

El cuarto paso consistió en recoger el juicio de los expertos: para lo cual se les envió un acta de validación, una hoja con los objetivos de la Validez del Contenido del Cuestionario. El envío y la recepción de la documentación fue por correo electrónico y, debidamente firmado por el experto evaluador. Algunas de las revisiones se realizaron por videoconferencia, lo que permitió brindar un contexto más detallado de la investigación y fomentó la discusión sobre la suficiencia de los constructos medidos.

Ver Anexo I

#### 4.4.1.2. Juicio de la muestra.

Para la validación del contenido del instrumento inicial por parte de la muestra se siguieron los siguientes pasos. El primer paso consistió en validar las afirmaciones con la asesora de tesis, el segundo paso, consistió en preparar las instrucciones para los jueces: para lo cual se definieron como objetivos de la validez del contenido del cuestionario el entendimiento y la claridad de todas las preguntas filtro y las afirmaciones. Luego, como tercer paso se seleccionó a dos personas de la muestra. Para cumplir con los criterios de selección se recurrió, a los socios de las cooperativas San Lorenzo y CEPROBAN los cuales accedieron a la validación.

Tabla 5. Experto para la Validez de Contenido

N°	Juez	Cargo	Cooperativa	País
1	Luis Octavio Palacios Chuquiñuanga	Socio	San Lorenzo	Perú
N°	Juez	Cargo	Cooperativa	País
2	Jose Miguel Sandoval Atoche	Socio	CEPROBAN	Perú

Fuente: Elaboración Propia.

El cuarto paso consistió en recoger el juicio de los expertos: para lo cual se les solicitó un feedback de la encuesta realizada. El envío y la recepción de la documentación fue por correo electrónico. Algunas de las revisiones se realizaron por llamada, lo que permitió brindar un contexto más detallado de la investigación y fomentó la discusión sobre la claridad de los constructos medidos.

Ver anexo IV

#### 4.4.1.3. CONFIABILIDAD.

Tabla 6. Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Del Instrumento	0,870
	Met. Contribución, Gráfica y Ecuación	0.795
	Dim. Económica	0.731
	Dim. Social	0.758

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

El coeficiente Alfa de Cronbach oscila entre 0 y 1. Cuánto más próximo esté a 1, más consistentes serán los ítems. Podemos notar que el Alfa de Cronbach del trabajo de investigación salió 0,870 lo que demuestra una alta fiabilidad del cuestionario.

#### **4.4.2. Aplicación del instrumento**

La aplicación del instrumento final se llevará a cabo mediante la modalidad de encuestas a los socios de las cooperativas exportadoras de banano orgánico que cumplan con los filtros establecidos en el cuestionario. La toma de datos será tomada por las autoras de la investigación, Pamela Sue Atoche Cabrera & Diana de los Ángeles Cherre Jiménez, la cual tiene fechas previstas en todo el semestre del 2020 – 2. Se utilizará un tiempo aproximadamente 15 minutos por cuestionario para crear el silencio y la atención total de los encuestados, la explicación de los objetivos de la investigación, las instrucciones de llenado, la entrega de los cuestionarios, la respuesta por los socios de la cooperativa y el recojo de los cuestionarios. La participación fue voluntaria.

#### **4.5. Procesamiento y análisis de datos**

Para el análisis de datos el software que se utilizará en esta etapa será el SPSS Statistics ® versión 21 y Microsoft Excel ® para Mac versión 15.13.3.

En lo referido al tratamiento de las consideraciones éticas, se respetó la dignidad y la decisión voluntaria de participar de los asociados de las cooperativas exportadoras de banano orgánico, los cuales fueron libres de abandonar y/o participar de la sesión en el momento que lo deseaban y realizar las preguntas cuando lo consideraron necesario. Los cuestionarios fueron desarrollados de manera voluntaria por cada socio, para garantizar el correcto desarrollo del instrumento de investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Tabla 7. Matriz de consistencia

Matriz de Consistencia de la Investigación		
Importancia del Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad de las cooperativas exportadoras del banano orgánico de la Región Norte del Perú		
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cuál es la importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?	Analizar la importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.	La determinación del punto de equilibrio influye en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.
Problemas Específicos	Objetivo Específicos	Hipótesis Específicos
¿Cuáles son los elementos característicos que influyen en el punto de equilibrio de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?	Establecer los elementos característicos que influyen en el punto de equilibrio en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.	El precio, el volumen de ventas, los costos fijos y variables son elementos característicos del punto de equilibrio de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.
¿Cuáles son las dimensiones características de la sostenibilidad que influyen en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?	Establecer las dimensiones características de la sostenibilidad que influyen en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.	Las necesidades y aspiraciones económicas de los socios- agricultores influyen en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.
		Las necesidades y aspiraciones sociales de los socios - agricultores influyen en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.
¿De qué manera el punto de equilibrio se relaciona con la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú?	Demostrar la relación del punto de equilibrio y la sostenibilidad en las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.	El punto de equilibrio influye significativamente en las necesidades y aspiraciones sociales de los socios- agricultores de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.
		El punto de equilibrio influye significativamente en las necesidades y aspiraciones económicas de los socios- agricultores de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

Fuente: Elaboración propia.

## V. Resultados y Discusión

### 5.1. Prueba Piloto

#### 5.1.1. Objetivo

El objetivo de realizar una prueba piloto es que el trabajo de investigación en desarrollo sea más eficiente, cumpla con los objetivos y que el proceso se lleve a cabo con el menor número de dificultades. La prueba piloto se centra en identificar las mejoras del instrumento y hacer las verificaciones de las dimensiones con las variables. Se mostrará mediante estadística descriptiva los resultados obtenidos, utilizando el 25% de la muestra con el fin de evaluar y probar el cuestionario.

Se han realizado 66 cuestionarios a socios de las cooperativas que forman parte de la población de estudio con el fin de perfeccionar el instrumento de medición para hacerlo más efectivo.

#### 5.1.2. Descripción de los participantes

A continuación, se presentan los resultados con mayor porcentaje del cuestionario, los cuales arrojan las principales características de las personas que han participado en la prueba piloto:



Figura 16: Descripción de la muestra

Fuente: Elaboración propia.

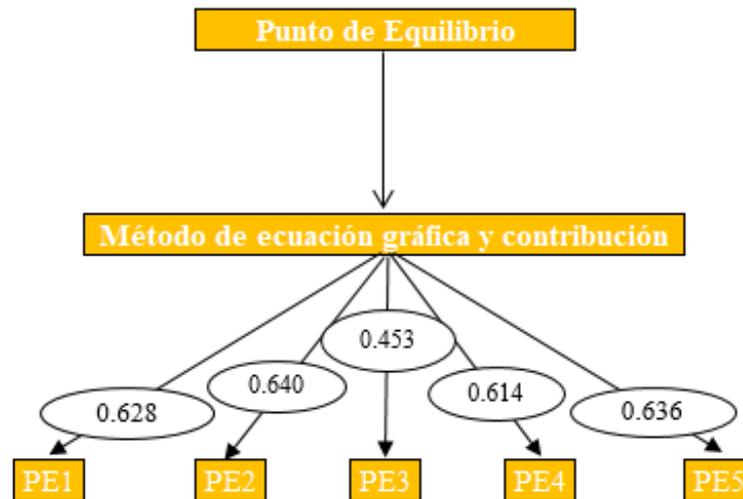
Un 54,5% de los encuestados residen en la provincia de Sullana, y además, del total el 51,5% son socios de la cooperativa CEPROBAN y el 48,5% son socios de la cooperativa San Lorenzo. Así mismo, el 83,3% de las encuestas han sido realizadas por hombres. En adición a ello, el 65,2% del total son mayores a los 45 años de edad y el 45,5% tiene un Grado de Instrucción de Secundaria. Por otro lado, los resultados arrojaron que el 56,1% de socios han obtenido las hectáreas de banano a través de herencias, con esto podríamos inferir que los socios continúan con los negocios familiares. Adicionalmente, el estudio arrojó que el 47% de los socios poseen menos de una hectárea de banano, con esto confirmamos el motivo de la creación de cooperativas, es decir, se juntan pequeños productores para encontrar un mercado potencial. Los resultados también muestran que el 42,4% de los socios cultivan banano porque se adapta al clima de la zona, se conoce que Sullana, provincia que posee la mayor cantidad de hectáreas de banano, posee tierras muy ricas y fértiles, además, tiene suelos de buena calidad y un clima favorable para la gran variedad de cultivo. Por otra parte, el 63,6% de socios encuestados presenta certificación de banano orgánico, por lo que se puede inferir que ese porcentaje de socios cumple con todos los lineamientos de calidad. Por último, los resultados muestran que el 80,3% produce de 20 a 40 cajas por hectárea, que el 69,7% tienen un volumen de ventas anual de menos de \$50,000 y que el 40,9% de los encuestados tiene un porcentaje de utilidad de 5% a 20%.

### ***5.1.3. Correlación preguntas***

Para poder analizar las variables y sus respectivas dimensiones se ha procedido a elaborar las correlaciones para hallar el coeficiente de Pearson, en el que se observan cuánta relación tienen las afirmaciones propuestas con respecto a la población de estudio.

### 5.1.3.1. Punto de Equilibrio.

Tabla 8. Correlación de las preguntas punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia, SPSS.

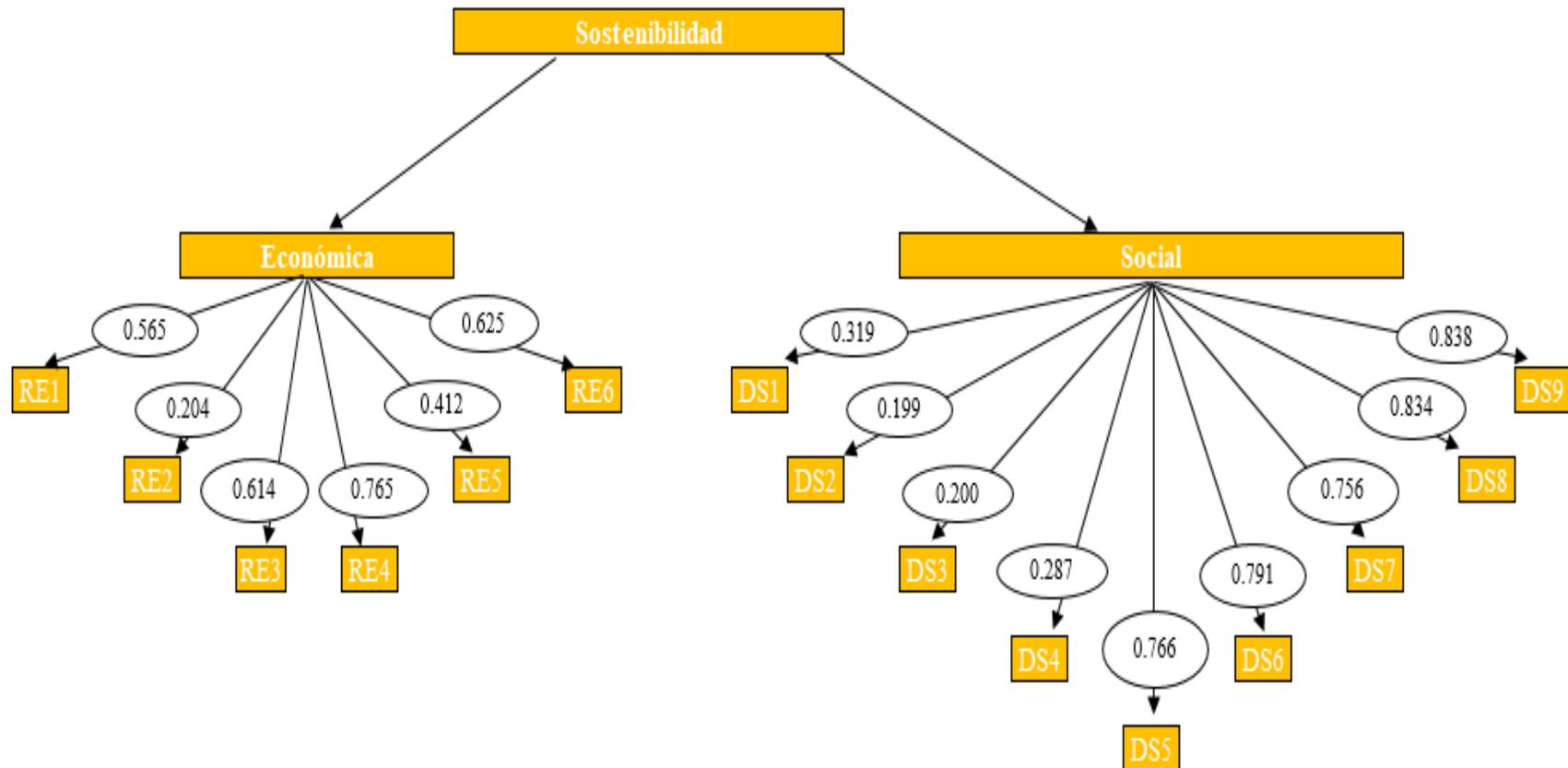
- PE1: La cooperativa produce suficiente banano para satisfacer la demanda de sus clientes.
- PE2: La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano.
- PE3: La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida
- PE4: La cooperativa cubre todos sus costos administrativos.
- PE5: La cooperativa tiene identificado los costos de la producción de banano orgánico.

Del gráfico mostrado, podemos notar que la mayoría de afirmaciones tiene un valor mayor a 0.5 por lo que se concluye que todas las afirmaciones planteadas se relacionan con el Punto de Equilibrio, esto se debe a que se ha seguido los lineamientos correspondientes de acuerdo al marco establecido. Sin embargo, se puede notar que el ítem de PE3 se obtiene un menor valor a lo establecido, por lo que se puede inferir que la afirmación “La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida” al tener ciertos tecnicismos puede que no haya sido lo suficientemente clara para los socios. Asimismo, se realizó el siguiente cambio en la pregunta PE5, dado que en un principio se demostró un mayor tecnicismo y con el cambio realizado su valor en la correlación fue mayor a 0.5.

PE5 antes	PE5 ahora
La cooperativa tiene identificado los costos de la producción de banano orgánico.	La cooperativa tiene identificado los costos de la producción de banano orgánico.

### 5.1.3.2. Dimensión Económica y Social.

Tabla 9. Correlación de preguntas de sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia, SPSS.

- DE1: La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos.
- DE2: La cooperativa financia sus operaciones a través de préstamos bancarios.
- DE3: La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores
- DE4: La cooperativa realiza proyectos para generar un impacto positivo en su comunidad.
- DE5: La cooperativa tiene un precio de venta de banano orgánico que le genera rentabilidad.
- DE6: La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad.
- DS1: La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria.
- DS2: La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para la producir del banano orgánico.
- DS3: La cooperativa capacita a socios y trabajadores para realizar una mejor gestión empresarial.
- DS4: La cooperativa ofrece una remuneración justa a sus trabajadores que le permite tener una calidad de vida.
- DS5: Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación.
- DS6: Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias.
- DS7: La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros.
- DS8: La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación.

- DS9: La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano.

De acuerdo al gráfico mostrado, en cuanto a la dimensión económica se puede concluir que la mayoría de afirmaciones se relacionan ya que estas cuentan con un valor mayor a 0.5. Como lo es en el caso de la afirmación “La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos.”

Sin embargo, se puede notar que la afirmación dos y cinco cuentan con un valor menor a 0.5, por lo que se puede inferir que no se está midiendo correctamente, esto debido a que los términos utilizados puedan ser confusos o ambiguos para los socios de la cooperativa.

Por otro lado, en relación a la dimensión social, se hace referencia aquellos puntos o actividades que realiza la cooperativa para generar un impacto positivo en su comunidad. A través de los datos recogidos, se puede afirmar que esta dimensión social se relaciona con la variable, puesto que estas afirmaciones cuentan con un valor mayor a 0.5. Siendo la DS9 la que cuenta con el mayor valor de 0.838, se puede inferir que la afirmación mide correctamente la dimensión, es puntual y se utiliza un lenguaje que es usado entre los socios de la cooperativa.

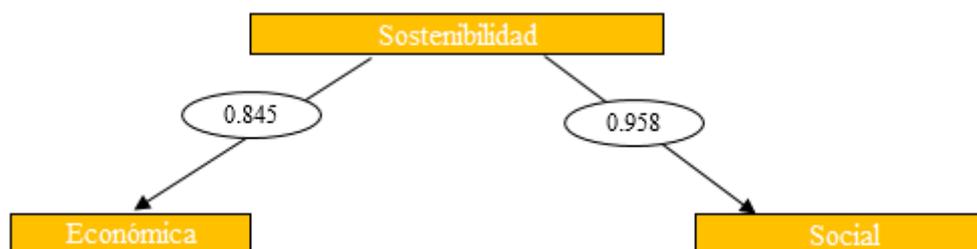
Dado que las siguientes preguntas presentaron las menores correlaciones, se realizaron los cambios a mención:

	Antes	Ahora
DE2	La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios.	La cooperativa financia sus operaciones a través de préstamos bancarios.
DE5	La cooperativa tiene un precio de venta del banano orgánico el cual le permite cubrir sus costos de	La cooperativa tiene un precio de venta de banano orgánico que le genera rentabilidad.
DS2	La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para una mejor realización de sus actividades.	La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para la producir del banano orgánico.
DS3	La cooperativa ha brindado capacitaciones sobre gestión empresarial.	La cooperativa capacita a socios y trabajadores para realizar una mejor gestión empresarial.
DS4	La cooperativa brinda una remuneración actual que compensa el trabajo realizado.	La cooperativa ofrece una remuneración justa a sus trabajadores que le permite tener una calidad de

#### 5.1.4. Correlación dimensión

##### 5.1.4.1. Sostenibilidad.

Tabla 10: Correlación de la dimensión sostenibilidad



Fuentes: Elaboración propia, SPSS.

De acuerdo al gráfico mostrado, se puede evidenciar que existe una alta correlación entre la dimensión sostenibilidad, su dimensión económica y social, con lo cual se puede concluir que las dimensiones estudiadas se relacionan y miden la variable, puesto que estas cuentan con un valor mayor a 0.5. Un ejemplo de esto lo observamos en el caso de la afirmación “La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos.”

## VI. Análisis de resultados

### 6.1. Descripción de los participantes

A continuación, se presentan las siguientes características de mayor porcentaje del cuestionario realizado a la muestra total compuesta por 256 socios.



Figura 17: Descripción de la población.

Elaboración: Fuente propia, SPSS.

Los resultados muestran que el 62,9% de socios encuestados residen en la provincia de Sullana, y, además, del total el 87,1% son socios de la cooperativa CEPROBAN y el 12,9% son socios de la cooperativa San Lorenzo. Así mismo, el 83,2% de las encuestas han sido realizadas por hombres. En adición a ello, el 67,2% del total de la muestra son mayores a los 45 años de edad y el 45,3% tiene un Grado de Instrucción de Secundaria. Por otro lado, los resultados arrojaron que el 62,5% de socios han obtenido las hectáreas de banano por medio de herencias, es decir, muchos de los socios continúan con los negocios familiares. Adicionalmente, el estudio arrojó que el 61,7% de los socios poseen menos de una hectárea de banano, con esto confirmamos el motivo de la creación de cooperativas, es decir, se juntan pequeños productores para encontrar un mercado potencial. Los resultados también muestran que el 33,6% de los socios cultivan banano porque se adapta al clima de la zona, se conoce que Sullana, provincia que posee la mayor cantidad de hectáreas de banano, posee tierras muy ricas y fértiles, además, tiene suelos de buena calidad y un clima favorable para la gran variedad de cultivo. Por otra parte, el 55,5% de socios encuestados no presentan certificación de banano orgánico, es decir, no cumple con todos los

lineamientos de calidad. Por último, los resultados muestran que el 78,1% produce de 20 a 40 cajas por hectárea, que el 46,9% desconoce el volumen de ventas anual y que, además, el 61,7% de toda la muestra tampoco conoce su utilidad anual. Estas dos últimas características permiten confirmar parte de la problemática planteada, es decir, falta de planificación y gestión inadecuada.

## 6.2. Distribución de frecuencias

La distribución de frecuencias es un conjunto de puntuaciones relacionadas a una variable ordenadas en sus respectivas categorías y generalmente se presenta como una tabla (Hernández et al., 2014; p.282). También suele completarse con porcentajes de cada categoría.

### 6.2.1. Punto de Equilibrio

De acuerdo a los resultados obtenidos en SPSS acerca de la variable punto de equilibrio, se dieron los siguientes resultados:

Tabla 11. Distribución de frecuencias de punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Ítems	Método ecuación gráfica y contribución				
	P1	P2	P3	P4	P5
Nunca	1.60%	5.10%	16.80%	4.70%	9.00%
La mayoría de las veces no	54.70%	60.50%	55.10%	49.60%	54.70%
Algunas veces sí, algunas veces no	39.80%	31.60%	28.10%	43.40%	34.00%
La mayoría de las veces si	3.90%	2.70%	-	2.30%	2.30%
Siempre	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, SPSS

- PE1: La cooperativa produce suficiente banano para satisfacer la demanda de sus clientes.
- PE2: La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano.
- PE3: La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida
- PE4: La cooperativa cubre todos sus costos administrativos.
- PE5: La cooperativa conoce los costos de la producción de banano orgánico.

En el cuadro anterior se puede observar cómo los socios tienen opiniones muy semejantes en relación a la variable punto de equilibrio, conteniendo el mayor porcentaje en el ítem “la mayoría de las veces no”. En base a esto, se puede confirmar que las cooperativas no

han determinado el punto de equilibrio y como consecuencia no tienen datos importantes del negocio, como el ingreso, los costos y su porcentaje de utilidad.

Pues bien, se observa que respecto a la dimensión económica hay un censo negativo en cuanto a las afirmaciones planteadas, lo cual implicaría que los socios de las cooperativas no se encuentran de acuerdo.

## 6.2.2. Sostenibilidad

### 6.2.2.1. Dimensión económica

Tabla 12. Distribución de frecuencias de dimensión económica.

SOSTENIBILIDAD						
Ítems	Económica					
	DE1	DE2	DE3	DE4	DE5	DE6
Nunca	0.80%	35.20%	5.50%	5.90%	9.80%	4.30%
La mayoría de veces no	44.90%	45.30%	46.90%	21.50%	61.30%	20.70%
Algunas veces sí, algunas veces no	51.60%	19.50%	44.50%	64.10%	27.70%	61.70%
La mayoría de veces si	2.70%	-	3.10%	8.60%	1.20%	12.50%
Siempre	-	-	-	-	-	0.80%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

- RE1: La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos.
- RE2: La cooperativa financia sus operaciones a través de préstamos bancarios.
- RE3: La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores.
- RE4: La cooperativa realiza proyectos para generar un impacto positivo en su comunidad.
- RE5: La cooperativa tiene un precio de venta de banano orgánico que le genera rentabilidad.
- RE6: La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad.

De acuerdo al cuadro anterior, se puede observar la distribución de frecuencias que tiene la variable sostenibilidad y su respectiva dimensión económica. Por lo que se puede determinar que los socios de las cooperativas exportadoras, no cuentan con un buen manejo económico dado que más del 65% de respuestas se encuentra en los ítems “la mayoría de las veces no” y “algunas veces sí, algunas veces no”, lo cual se puede rectificar en el ítem “La cooperativa

percibe ingresos mayores a sus costos” (DE1) ya que el 96.5% de las respuestas están en “la mayoría de las veces no” y “algunas veces sí, algunas veces no”.

Por otro lado, se puede notar que la afirmación DE3, la mayoría de veces no se ha realizado programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores, así como tampoco es que se tiene un precio venta el cual les genere ganancia.

En conclusión, se puede apreciar que respecto a la dimensión económica hay un censo negativo en cuanto a las afirmaciones planteadas, lo que significaría que los socios de las cooperativas no se encuentran de acuerdo.

#### 6.2.2.2. *Dimensión social*

Tabla 13. Distribución de frecuencias de dimensión económica

SOSTENIBILIDAD									
Ítems	Social								
	DS1	DS2	DS3	DS4	DS5	DS6	DS7	DS8	DS9
Nunca	19.50%	9.80%	16.40%	17.60%	3.90%	2.00%	3.10%	6.60%	2.30%
La mayoría de veces no	38.30%	49.60%	53.50%	38.30%	16.80%	17.60%	19.10%	15.60%	17.20%
Algunas veces sí, algunas veces no	35.90%	37.90%	30.10%	40.60%	46.90%	29.70%	33.20%	20.70%	15.20%
La mayoría de veces si	6.30%	2.70%	-	3.50%	30.90%	48.00%	44.10%	49.60%	47.70%
Siempre	-	-	-	-	1.60%	2.70%	0.40%	7.40%	17.60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>								

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

- DS1: La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria.
- DS2: La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para la producir del banano orgánico.
- DS3: La cooperativa capacita a socios y trabajadores para realizar una mejor gestión empresarial.

- DS4: La cooperativa ofrece una remuneración justa a sus trabajadores que le permite tener una calidad de vida.
- DS5: Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación.
- DS6: Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias.
- DS7: La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros.
- DS8: La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación.
- DS9: La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano.

De acuerdo al cuadro anterior, se puede observar la distribución de frecuencias que tiene la variable sostenibilidad y su respectiva dimensión social. En base a la distribución realizada se puede apreciar que en las afirmaciones DS1, DS2, DS3 y DS4 hay un censo negativo, lo que significaría que los socios de las cooperativas exportadoras “*algunas veces no*” o “*algunas veces sí, algunas veces no*” se encuentran de acuerdo acerca de las oportunidades, herramientas de producción, capacitaciones y remuneración que se brindan.

Por otro lado, en la afirmación DS5, DS6, DS7, DS8 y DS9 se puede apreciar que más del 45% los socios se encuentran mucho más de acuerdo, lo que significaría que “*la mayoría de las veces sí*” o “*siempre*” están de acuerdo con los términos de su asociación, planteamiento de las quejas, derechos, criterios comerciales, lineamientos sanitarios y calidad en la producción.

### 6.3. Medidas de tendencia central y variabilidad

Según Hernández Smpieri (2014), las medidas de tendencia central y de variabilidad se deben interpretar en conjunto, no aisladamente. La moda se define como la categoría o puntuación que ocurre con mayor frecuencia. Con esta medida se puede conocer la actitud más recurrente frente a cada variable. Asimismo, la media es la medida de tendencia central más utilizada, definida como el promedio de una serie de datos, aplicable solo a mediciones por intervalos o de razón. Por último, la variabilidad hace referencia a los intervalos que indican la dispersión de los datos en la escala de medición de las variables. Aquí se encuentran el rango, que es la diferencia entre la puntuación mayor y menor; indica el número de unidades en la escala de medición que se necesitan para incluir los valores máximos y mínimos; la varianza, que es la desviación estándar elevada al cuadrado.

#### 6.3.1. Método de ecuación gráfica y contribución

Tabla 14. Medidas de tendencia de método de ecuación gráfica y contribución.

Dimensión	Items	Media	Moda	Desviación
Método Ecuación-contribución Gráfico	La cooperativa produce suficiente banano para satisfacer la demanda de sus clientes.	2.46	2	0.599
	La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas de banano orgánico.	2.32	2	0.613
	La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida.	2.11	2	0.662
	La cooperativa cubre todos los costos administrativos.	2.43	2	0.623
	La cooperativa conoce los costos de la producción de banano orgánico.	2.3	2	0.661

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

Se puede apreciar que la dimensión Método de Contribución - Ecuación y Gráfica muestra que los valores promedio de las afirmaciones se distribuyen entre “la mayoría de las veces no” y “algunas veces sí, algunas veces no”. A partir de estos resultados identificamos que los socios de las cooperativas no tienen una planificación de las exportaciones y ganancias que necesitan obtener para ser sostenibles. Por ejemplo, para la afirmación “La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportar para no caer en pérdida” arrojan la menor media de todas las afirmaciones, debido a que el valor se distribuye entre el ítem “la mayoría de veces no”, mostrando una respuesta negativa acerca de la identificación de unidades que deben exportar para no incurrir en pérdida.

Con respecto a la moda, el valor que más se repiten corresponde al ítem de “la mayoría de las veces no”, mostrando que los socios son conscientes que existe una gestión ineficiente y que, como consecuencia, no se pueden conseguir los objetivos planteados. Adicionalmente, se

muestra que las cooperativas no tienen identificado el mínimo nivel de exportación banano orgánico para que no incurran en pérdidas, es decir, desconocen el nivel donde empiezan a generar ganancias.

Finalmente, en la relación a la desviación estándar se puede observar que los valores no son tan variables y dispersos, esto debido a que la mayoría de socios está consciente de la ineficiente gestión en la cooperativa. Encontrando mayor unanimidad en la afirmación “La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano”.

En conclusión, las afirmaciones que se elaboraron para los socios de las cooperativas muestran una disconformidad, pues reconocen que la cooperativa no viene desarrollando una correcta administración, ya que no tienen identificados datos que permiten su supervivencia.

### 6.3.2. Dimensión económica

Tabla 15. Medidas de tendencia dimensión económica.

Dimensión	Items	Media	Moda	Desviación
Económica	La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos.	2.56	3	0.564
	La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios.	1.84	2	0.724
	La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores.	2.45	2	0.649
	La cooperativa realiza proyectos para generar un impacto positivo en su comunidad.	2.75	3	0.69
	La cooperativa tiene un precio de venta de banano orgánico que le genera ganancia.	2.2	2	0.618
	La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad.	2.85	3	0.717

Fuente: Elaboración propia, SPSS

En la dimensión económica se puede notar que los valores que más se han repetido con respecto a las afirmaciones planteadas son “*algunas veces sí, algunas veces no*” y “*la mayoría de las veces no*” por lo que podemos inferir que los socios tienden a no encontrarse conforme con el manejo económico de la cooperativa. Lo cual se puede evidenciar en la última afirmación “La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad” la cual tiene uno de los promedios más alto, por lo que se puede entender los socios algunas veces sí, algunas veces no, están de acuerdo con la afirmación planteada, sin embargo, hay que recalcar que su desviación estándar es uno de los más altos, ello significa que algunas de las respuesta obtenidas son mucho más variables y por ende están más dispersos con respecto a su media, es decir, que son pocos los socios que se encuentran siempre de acuerdo con el ítem, sin embargo, al haberlo genera un variabilidad en los resultados, por lo que se podría deducir que hay un mayor sesgo por tener valores extremos.

Por otro lado, en la afirmación “La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios” tiene el menor promedio de todas, esto con una mayor respuesta de “*la mayoría de las veces no*”; de ello podemos inferir que hay una desconfianza de los socios con respecto a los préstamos que ofrecen los bancos.

En conclusión, se puede notar que hay un consenso favorable hacia las afirmaciones planteadas por parte de los socios, es decir, que reconocen algunos aspectos básicos económicos y de inversión que realiza la cooperativa.

### 6.3.3. Dimensión social

Tabla 16. Medidas de tendencia dimensión social.

Dimensión	Items	Media	Moda	Desviación
Social	La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria.	2.29	2	0.851
	La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para la producción de banano orgánico.	2.34	2	0.689
	La cooperativa capacita a socios y trabajadores para realizar una mejor gestión empresarial.	2.14	2	0.669
	La cooperativa ofrece una remuneración justa a sus trabajadores que le permite tener una calidad de vida.	2.3	3	0.797
	Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación	3.09	3	0.83
	Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias.	3.32	4	0.853
	La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros.	3.2	4	0.859
	La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación.	3.36	4	1.045
	La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano.	3.61	4	1.038

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

En la dimensión social se puede notar que de acuerdo a las afirmaciones planteadas aquellos valores que más se han repetido están alrededor de “*algunas veces sí, algunas veces no*” y “*la mayoría de las veces no*”, por otro lado en el ítem “La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano” y “La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación” se puede notar que las respuestas están en torno a “*la mayoría de veces sí*”, es decir, que hay una mejor aceptación en cuanto a esas afirmaciones, sin embargo, para una mejor comprensión es necesario que se tome en cuenta la desviación estándar, dado que en estos puntos son las que cuentan con un mayor grado de dispersión, es decir, que no todos los socios se encuentran la mayoría de veces sí están de acuerdo con la afirmación planteada dado que las respuestas no son parecidas a la media, ya que hay un mayor sesgo en cuanto valores extremos.

En conclusión, de los resultados mostrados podemos apreciar que la cooperativa debe reforzar los programas sociales que brinda a los socios y comunidad, esto debido a que ellos sienten que no se brindan las herramientas necesarias para producir y llegar a ser mucho más eficientes.

#### 6.4. Tablas cruzadas

Para poder analizar las dimensiones con las afirmaciones establecidas en la encuesta se ha procedido a elaborar tablas cruzadas donde se observan las cantidades de respuestas de las afirmaciones respecto al ítem de la sección de preguntas datos o filtro que se ajuste más para el estudio de la variable y dimensión

##### 6.4.1. Método de ecuación gráfica y contribución

Tabla 17. Tablas cruzadas método de ecuación gráfica y contribución.

		¿Cuál es el porcentaje de utilidad? (aprox.)				Total
		5% a 20%	21% a 35%	36% a 50%	No conoce	
La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida	Nunca	12	4	1	26	43
	La mayoría de las veces no	35	9	3	94	141
	Algunas veces sí, algunas veces no	27	3	4	38	72
Total		74	16	8	158	256

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

En el cuadro anterior, se eligió realizar la tabulación cruzada con la afirmación “*La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida*” con “*¿Cuál es el porcentaje de utilidad?*”.

Se señala que el 55.08% de socios encuestados afirma que “*la mayoría de veces no*” la cooperativa no pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico y por esa misma razón es que de este porcentaje el 66.67% desconoce este mínimo de unidades. Con este cruce, se confirma que las cooperativas desconocen si, por un lado, son rentables debido a que no pueden identificar en qué nivel de ventas son capaces de cubrir costes fijos y variables; por otra parte, también desconocen cuándo generarán ganancias.

Asimismo, al desconocer la exactitud del margen de utilidad es complejo que identifiquen cómo competir en el mercado a través de números, pues no podrán aplicar estrategias para enfrentar a la competencia.

Tabla 18. Tablas cruzadas método de ecuación gráfica y contribución.

		¿Cuál es el volumen de ventas promedio anual?				Total
		Menos de \$50,000	Desde \$50,000 a \$250,000	Desde \$250,001 a \$400,000	No conoce	
La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas de banano orgánico	Nunca	7	3	-	3	13
	La mayoría de las veces no	60	17	-	78	155
	Algunas veces sí, algunas veces no	34	7	7	33	81
	La mayoría de las veces sí	-	-	1	6	7
Total		101	27	8	120	256

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

En este cuadro, se eligió realizar la tabulación cruzada con la afirmación “La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas de banano orgánico” con “¿Cuál es el volumen de ventas promedio anual?”. Se obtuvo que el 60.55% de socios encuestados afirma que la mayoría de veces la cooperativa no tiene un control de los ingresos provenientes de la venta de banano orgánico. Del referido porcentaje, el 50.32% desconoce el volumen de ventas anual. Pues bien, entendemos que la cooperativa no presenta un control claro sobre sus cuentas, desconoce la posibilidad de ser rentables y, además, desconoce si está incurriendo en pérdida.

Por otro lado, desconocer el volumen de ventas implica que las cooperativas no puedan evaluar las variaciones en relación al periodo anterior, ya que desconocen si sus ventas incrementado o disminuido. Por su parte, desconocer el volumen de ventas impide que se puedan comparar con la media de la industria. Esto último es relevante ya que conocer y realizar seguimientos a la facturación les permitiría posicionarse respecto a la competencia y, sobre todo, estimar las cuotas de mercado que existen en su sector. Por último, no llevar un control y desconocer, en su gran mayoría, el volumen de ventas dificulta que las cooperativas se anticipen ante una escasez de dinero.

#### 6.4.2. Dimensión económica

La tabulación cruzada realizada es de las siguientes afirmaciones: “¿Cuál es su grado de instrucción?” y “La cooperativa realiza los programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores”.

Tabla 19. Tablas cruzadas dimensión económica.

		¿Cuál es su grado de instrucción?						Total
		Primaria	Secundaria	Superior Técnica Incompleta	Superior Técnica Completa	Universitari a Incompleta	Universitari a Completa	
La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores	Nunca	1	10	1	1	1	-	14
	La mayoría de las veces no	12	66	18	18	4	2	120
	Algunas veces sí, algunas veces no	20	40	21	24	6	3	114
	La mayoría de las veces sí	3	-	4	1	-	-	8
	Siempre	-	-	-	-	-	-	-
Total		36	116	44	44	11	5	256

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

De la tabla anterior se puede notar que el 45.31% de los socios cuentan solamente con un grado de instrucción de secundaria, de los cuales el 65.52% opina que “nunca” o “la mayoría de las veces no” percibe que se estén realizando programas para impulsar el desarrollo de los colaboradores. En cambio, sólo el 43.18% de socios con estudios técnicos concluidos la mayoría de las veces no percibe que se les esté ayudando a su desarrollo, asimismo el 52.34% de socios que con diferente grado de instrucción considera lo mismo. Por ello se puede concluir que cual sea el grado de instrucción que tengan los socios, ellos no tienen una buena perspectiva acerca de la gestión que se está haciendo para promover su desarrollo.

La siguiente tabulación cruzada es de las siguientes afirmaciones: “¿Cuántas hectáreas posee?” y “La cooperativa tiene un precio de venta de banano orgánico que le genera ganancia.”.

Tabla 20: Tablas cruzadas dimensión económica.

		¿Cuántas hectáreas posee?				Total
		Menos de 1 hectárea	1 a 2 hectáreas	3 a 4 hectáreas	5 más hectáreas	
La cooperativa tiene un precio de venta de banano orgánico que le genera ganancia	Nunca	14	9	1	1	25
	La mayoría de las veces no	105	42	8	2	157
	Algunas veces si, algunas veces no	36	24	9	2	71
	La mayoría de las veces si	3	-	-	-	3
	Siempre	-	-	-	-	-
Total		158	75	18	5	256

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

De la tabla anterior se puede observar que el 61.33% de los socios la mayoría de las veces no tiene un precio de venta que les permita cubrir sus costos de producción, de los cuales el 66.88% posee menos de una hectárea para que pueda producir, puede ser que una de las razones por las que siente que el precio no le genera ganancia es porque al tener menos hectáreas para producir menor será la ganancia, a diferencia de aquellos que cuenten con un mayor número de hectáreas disponibles.

Por otro lado, se puede apreciar que solo el 7.03% de la muestra posee entre 3 a 4 hectáreas y el 61.72% posee menos de 1 hectárea; por lo que se puede concluir que la mayoría de los socios independientemente del número de hectáreas que posea siente que el precio de venta no es un factor que les ayude a cubrir sus costos, por ende, se les es difícil ser rentable.

### 6.4.3. Dimensión social

Para la dimensión se va a comparar la afirmación “*La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria*” con el “*Género*” para medir cuál de ellos es el que afirma que hay o no un mayor número de trato por igual.

Tabla 21. Tablas cruzadas dimensión económica.

		Indique su género		
		Femenino	Masculino	Total
La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria	Nunca	8	42	50
	La mayoría de las veces no	24	74	98
	Algunas veces sí, algunas veces no	10	82	92
	La mayoría de las veces sí	1	15	16
	Siempre	-	-	0
Total		43	213	256

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

De acuerdo con el cuadro anterior se puede notar que la mayoría de socios (56.06%) afirma que “*nunca*” o que “*la mayoría de las veces no*” se brindan oportunidades de forma igualitaria, asimismo, se puede observar que tanto el género masculino (83.33%) como femenino (16%) siente que no o pocas veces es que hay oportunidades de desarrollo de manera igual para todos. En conclusión, se puede apreciar que la cooperativa no está haciendo un trato inclusivo e igualitario tanto para hombres como mujeres.

La tabulación cruzada es de las siguientes afirmaciones: “¿Cuál es su grado de instrucción?” y “La cooperativa capacita a socios y trabajadores para realizar una mejor gestión empresarial”.

Tabla 22. Tablas cruzadas dimensión económica.

		¿Cuál es su grado de instrucción?						Total
		Primaria	Secundaria	Superior Técnica Incompleta	Superior Técnica Completa	Universitari a Incompleta	Universitari a Completa	
La cooperativa capacita a socios y trabajadores para realizar una mejor gestión empresarial	Nunca	10	18	9	3	-	2	42
	La mayoría de las veces no	18	66	26	19	6	2	137
	Algunas veces sí, algunas veces no	8	32	9	22	5	1	77
	La mayoría de las veces sí	-	-	-	-	-	-	0
	Siempre	-	-	-	-	-	-	0
Total		36	116	44	44	11	5	256

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

Del cuadro anterior se puede observar que el grado de instrucción del 43.31% de los socios es la secundaria. Del referido porcentaje, el 72.41% “nunca” o “la mayoría de las veces no” percibe que las cooperativas capaciten tanto a los socios como a los trabajadores para una mejor gestión empresarial. Además, el 69.92% de socios con diferente grado de instrucción opina lo mismo.

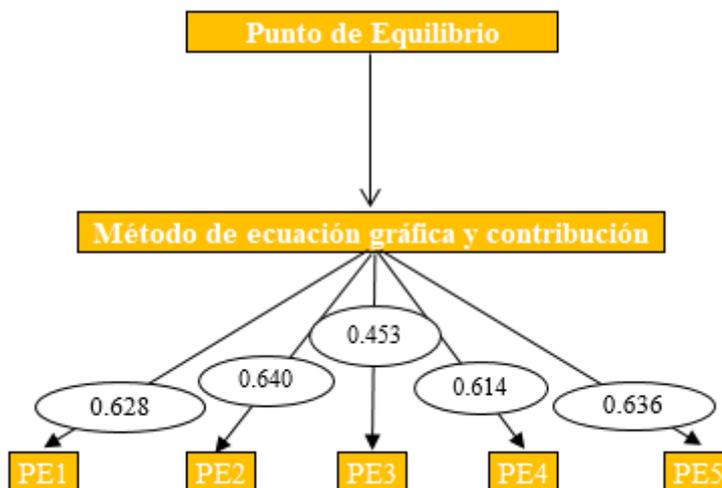
Entonces, se puede concluir que hay un mayor porcentaje de socios con un grado de instrucción básica que no reciben capacitación. En efecto, se desprende una mayor probabilidad de que no haya una adecuada gestión empresarial por la ausencia de conocimientos y técnica.

## 6.5. Correlación

### 6.5.1. Punto de equilibrio

#### ✚ Preguntas—Dimensión

Tabla 23. Correlación de la población del punto de equilibrio.



Fuente: Elaboración propia, SPSS.

Del gráfico mostrado, podemos verificar que la mayoría de afirmaciones tiene un valor mayor a 0.5 por lo que podemos concluir que todas las afirmaciones planteadas se relacionan con el Punto de Equilibrio.

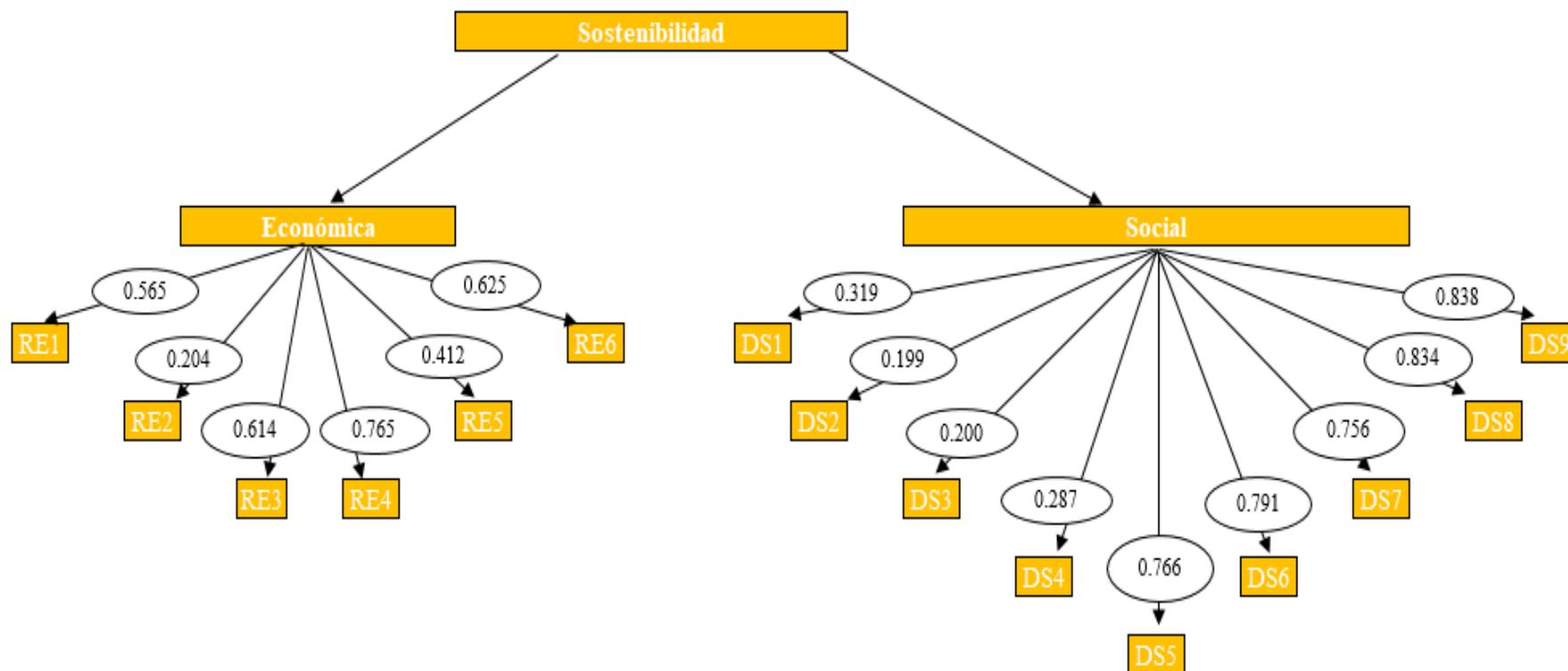
Esto se debe a que las 5 afirmaciones realizadas en el cuestionario han seguido los lineamientos que muestran y miden correctamente la dimensión Método de ecuación gráfica y contribución.

Además, todas las afirmaciones son claras, concisas, sin ambigüedades, puntuales y utilizan un lenguaje común, sin ningún tipo de tecnicismo que pueda confundir a la muestra seleccionada. Así mismo, las afirmaciones son cortas, cada una mide solamente un concepto y ninguna afirmación utiliza la palabra “no”.

A pesar que todas afirmaciones muestran un valor a 0.5 y mide correctamente la dimensión, la afirmación PE3 es la que presenta la correlación de menor valor, esto puede suceder ya que puede que alguno de los términos de la afirmación confunda al socio encuestado.

### 6.5.2. Sostenibilidad

Tabla 24. Correlación de la población de sostenibilidad.



Fuente: Elaboración propia, SPSS.

De acuerdo al gráfico previamente mostrado, podemos apreciar que en cuanto a la dimensión económica se puede concluir que la mayoría de afirmaciones se relacionan ya que estas cuentan con un valor mayor a 0.5, como lo es en el caso de la afirmación “La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores” ya que cuenta con un valor de 0.698.

Sin embargo, se puede notar que la afirmación DE2 cuenta con un valor menor a 0.5, por lo que se puede apreciar que no se está midiendo correctamente, esto debido a que puede ser confusa o ambigua para los socios de la cooperativa.

Por otro lado, de acuerdo a la dimensión social, a lo que se hace referencia es aquellas actividades que hace la cooperativa para generar un impacto positivo en su comunidad. Por lo que a través de los datos recogidos a los socios es que se puede afirmar que las preguntas planteadas se relacionan con la dimensión social, dado que cuentan con un valor mayor a 0.5. Siendo la DS9 la que cuenta con el mayor valor de 0.819 por lo que se puede apreciar está afirmación mide correctamente la dimensión, dado que es puntual y se usa un lenguaje que es muy frecuente por los socios de la cooperativa.

Con respecto a la correlación entre la variable sostenibilidad y la dimensión económica y social se puede evidenciar que, si existe correlación pues los valores obtenidos son de 0.792 y 0.959 de manera correspondiente, y estos al ser mayor a 0.5 evidencia que si dichas variables si están midiendo de manera adecuada la variable de estudio.

## 6.6. Contrastación de hipótesis

### 6.6.1. Prueba Chi<sup>2</sup>

#### APLICACIÓN:

**HG:** La determinación del punto de equilibrio influye en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.

Tabla 25. Contrastación de hipótesis general.

	Pruebas de Chi-cuadrado		
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	649.980 <sup>a</sup>	390	0.000
Razón de verosimilitud	307.545	390	0.999
Asociación lineal por lineal	65.565	1	0.000
N de casos válidos	256	-	-

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

**HE2:** Las necesidades y aspiraciones económicas de los socios- agricultores influyen en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

Tabla 26. Contrastación de hipótesis específica.

	Pruebas de Chi-cuadrado		
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	907.056 <sup>a</sup>	390	0.000
Razón de verosimilitud	438.591	390	0.003
Asociación lineal por lineal	159.887	1	0.000
N de casos válidos	256	-	-

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

**HE3:** Las necesidades y aspiraciones sociales de los socios- agricultores influyen en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

Tabla 27. Contrastación de hipótesis específica.

	Pruebas de Chi-cuadrado		
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1919.157 <sup>a</sup>	660	0.000
Razón de verosimilitud	802.246	660	0.000
Asociación lineal por lineal	234.350	1	0.000
N de casos válidos	256	-	-

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

**HE4:** El punto de equilibrio influye significativamente en las necesidades y aspiraciones sociales de los socios- agricultores de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

Tabla 28. Contrastación de hipótesis específica.

	Pruebas de Chi-cuadrado		
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	483.418 <sup>a</sup>	286	0.000
Razón de verosimilitud	250.118	286	0.938
Asociación lineal por lineal	51.074	1	0.000
N de casos válidos	256	-	-

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

**HE5:** El punto de equilibrio influye significativamente en las necesidades y aspiraciones económicas de los socios- agricultores de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región norte del Perú.

Tabla 29. Contrastación de hipótesis específica.

	Pruebas de Chi-cuadrado		
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	566.862 <sup>a</sup>	156	0.000
Razón de verosimilitud	197.466	156	0.015
Asociación lineal por lineal	59.805	1	0.000
N de casos válidos	256	-	-

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

## HIPÓTESIS

Tabla 30. Contrastación de hipótesis.

Hipótesis	P - valor	Conclusión
HG: Punto de Equilibrio -> Sostenibilidad	0.000	Se reúne evidencia para suponer que la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de la región norte del Perú, se ven influenciadas por la identificación del punto de equilibrio del banano orgánico.
HE1: Dimensión Económica -> Sostenibilidad	0.000	Se obtiene evidencia para suponer que la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras del banano orgánico toman en cuenta las necesidades y aspiraciones económicas de los socios - agricultores de la región norte del Perú.
HE2: Dimensión Social -> Sostenibilidad	0.000	La muestra arroja evidencia para suponer que las necesidades y aspiraciones sociales de los socios - agricultores tienen impacto en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico en la región
HE3: Punto de Equilibrio -> Dimensión Social	0.000	En este sentido se obtiene evidencia para suponer que en las cooperativas de la región norte del Perú las necesidades y aspiraciones sociales de los socios - agricultores de banano orgánico se ven influenciadas significativamente por el conocimiento del punto de equilibrio.
HE4: Punto de Equilibrio -> Dimensión Económica	0.000	Se obtiene evidencia para suponer que las necesidades y aspiraciones en la región norte del Perú se ven impactadas por el conocimiento del punto de equilibrio específicamente en la exportación de banano orgánico por parte de los socios - agricultores de las cooperativas.

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

### 6.6.2. Correlación

Tabla 31. Correlación de Pearson.

Correlación de Pearson	
Punto de Equilibrio -> Sostenibilidad	0.507
Punto de Equilibrio -> Dimensión Económica	0.484
Punto de Equilibrio -> Dimensión Social	0.448

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

Según el cuadro expuesto, se puede apreciar que entre el punto de equilibrio y la variable sostenibilidad y sus dimensiones existe una correlación positiva moderada, pues los valores se encuentran, por debajo de 0.5 o muy cerca a este.

Por otro lado, identificamos que existe un mayor grado de relación entre la variable el punto de equilibrio y la dimensión económica pues cuenta con una correlación mayor a la dimensión social.

### 6.6.3. Regresión

Para conocer como la determinación del punto de equilibrio influye en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú, se aplica el siguiente análisis de regresión:

Tabla 32. Regresión.

Resumen Modelo					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Erros estándar de la estimación	Sig
1	0.507 <sup>a</sup>	0.257	0.254	5.685	0.000

Fuente: Elaboración propia, SPSS.

La tabla anterior reveló que la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico se pronostica en  $R^2 = 26\%$ . En este modelo el valor de  $R^2$  denota que el 26% de la variabilidad observada en la sostenibilidad de las cooperativas puede ser explicado significativamente por la determinación del punto de equilibrio, es decir, que el 74% restante de la sostenibilidad de las cooperativas puede estar determinado por otras variables que no se escriben en este modelo.

## Conclusiones

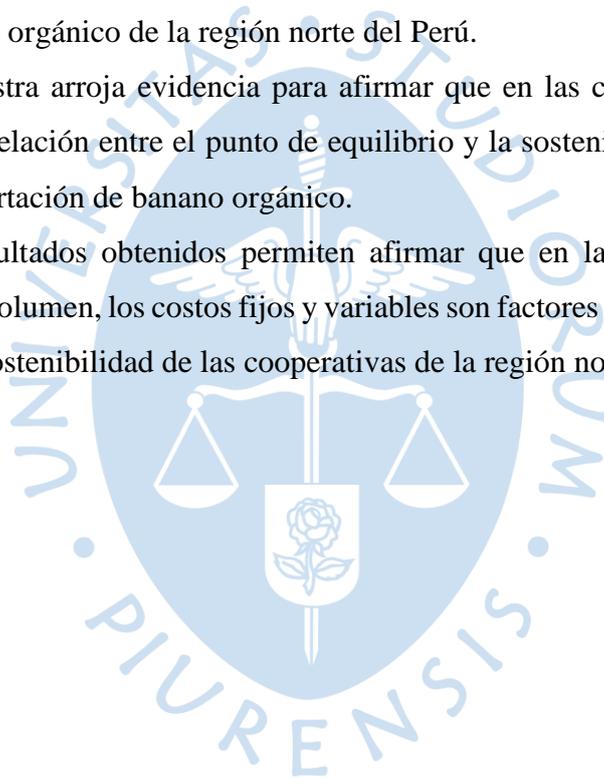
**CG:** Se reúne evidencia para comprender cómo en la región norte del Perú la sostenibilidad de las cooperativas se ve impactada por la importancia del punto de equilibrio al momento de producir banano orgánico para su exportación.

**CG1:** Los resultados obtenidos permiten afirmar que el precio, el volumen, los costos fijos y variables son factores relevantes del punto de equilibrio para las cooperativas de la región norte del Perú al momento de producir y exportar el banano orgánico.

**CG2:** Se reúne prueba suficiente para afirmar que la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras se ve impactada por las necesidades y aspiraciones económicas de los socios-agricultores de banano orgánico de la región norte del Perú.

**CG3:** La muestra arroja evidencia para afirmar que en las cooperativas de la región norte del Perú existe relación entre el punto de equilibrio y la sostenibilidad, específicamente en el sector de la exportación de banano orgánico.

**CG4:** Los resultados obtenidos permiten afirmar que en la exportación de banano orgánico el precio, el volumen, los costos fijos y variables son factores representativos del punto de equilibrio para la sostenibilidad de las cooperativas de la región norte del Perú.





## Recomendaciones

### *Metodológicas*

- De acuerdo a lo obtenido en la correlación de la dimensión económica se puede evidenciar que la afirmación “La cooperativa financia sus operaciones a través de préstamos bancarios” guarda una relación menor a 0.5, por lo que para una futura investigación se tendría que revisar si es que se mantiene o se modifica.
- Extender los estudios expuestos en la presente investigación, al estudio de otras cooperativas que cultivan productos relacionados al comercio justo.
- Analizar con mayor detenimiento y buscar la razón del porque solo el 26% de la sostenibilidad de la cooperativa es explicada por la determinación del punto de equilibrio. Analizar si es necesario identificar otra dimensión del punto de equilibrio con el fin de que la variable sostenibilidad pueda ser mejor explicada.
- Determinar que otra variable explicaría a mayor amplitud la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras de banano orgánico de la región norte del Perú.
- En la presenta tesis por cuestiones de practicidad, solo se consideró conveniente desarrollar la variable de sostenibilidad en base a dos de sus tres dimensiones, para futuras investigaciones sería conveniente desarrollar la dimensión ambiental de manera que identifiquemos cuanto influye esta última en los resultados de la investigación.
- Se recomienda realizar investigaciones sobre el Margen de Contribución y como esta influye en la sostenibilidad de las cooperativas, de manera que pueda considerarse como una variable o dimensión para la presente investigación.

### *Aplicadas a la gerencia.*

- Utilizar el Método de Contribución para identificar el punto de equilibrio de manera que permitirá conocer a las cooperativas el punto mínimo a exportar para que no incurran en pérdidas, así como también el controlar los costos de producción. Esto con la finalidad de poder alcanzar la viabilidad en el negocio.
- Requerir asesoría y/o consultoría para una mejor comprensión y control de los ingresos y costos que se incurren en el proceso de exportación del banano

orgánico lo cual les permita lograr una planeación de ventas y de tomas de decisiones que le ayude a desarrollar una mejor gestión administrativa.

- Se recomienda usar los modelos “Cuadro de mando Integral” y “Los Mapas Estratégicos” para la toma de decisiones estratégicas y para la medición táctica y operativa de estas decisiones, esto permitirá revisar las diferentes perspectivas (financiera, de cliente, procesos internos y de aprendizaje y crecimiento) y proponer los ajustes de acuerdo a cada evaluación.
- Se recomienda realizar directorios de manera mensual con los socios- productores para dar a conocer el reporte mensual del volumen de ventas y las utilidades generadas en relación al mes anterior de manera que todos los miembros estén alineados con la situación económica de la cooperativa.
- Se debe implementar capacitaciones para los socios productores, pues muchos de los miembros cuentan solo con secundaria y desconocen información sobre planificación financiera. Es esencial que los socios reciban estas capacitaciones, pues esto les ayudaría a tomar decisiones de planeación más eficientes y efectivas a la vez. Asimismo, ayudarían a los socios a perfeccionar sus estrategias de ventas y de costos, y con eso, optimizar el uso de los recursos.

#### ***Aporte de la investigación***

- Esta investigación ha permitido comprender la importancia de establecer un punto de equilibrio base para la exportación de banano orgánico, de manera que los socios-productores puedan dirigir sus esfuerzos en la búsqueda de obtener mayores utilidades incrementando sus ingresos y la productividad de las cooperativas.
- La investigación permite comprender que la ausencia de un punto de equilibrio puede influir negativamente en la sostenibilidad de las cooperativas con lo cual impediría crear valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo para la contribución al bienestar de la comunidad.
- La investigación permite comprender que el desarrollo social de las comunidades involucradas es fundamental para la búsqueda de la sostenibilidad de las cooperativas, pues la mejora en la calidad de vida, las condiciones laborales, la igualdad de oportunidades e ingresos son factores relevantes que contribuye a un mejor desarrollo de las cooperativas.

- La investigación pretende mostrar el grado de influencia de la determinación del punto de equilibrio en la toma de decisiones de las cooperativas exportadoras de banano orgánico.





## Referencias bibliográficas

- Agraria. (2019). *Se viene el VII Congreso Internacional de Banano Orgánico*.  
<https://agraria.pe/noticias/se-viene-el-vii-congreso-internacional-de-banano-organico-19704>
- AgrodataPerú. (2020). *Plátanos Perú Exportación 2019 Diciembre - Agrodataperu*.  
AGRODATAPERU. <https://www.agrodataperu.com/2020/01/platanos-peru-exportacion-2019-diciembre.html>
- Andina. (2019). *Exportaciones peruanas de banano orgánico alcanzaron los US\$ 117 millones / Noticias / Agencia Peruana de Noticias Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-exportaciones-peruanas-banano-organico-alcanzaron-los-117-millones-771820.aspx>
- Aulová, R., Pánková, L., & Rumánková, L. (2019). Analysis of selected profitability ratios in the agricultural sector. *Agris On-Line Papers in Economics and Informatics*, 11(3), 3–12.  
<https://doi.org/10.7160/aol.2019.110301>
- Bedoya, V. H. F. (2018). *Artículo Original Breakeven and Its Impact on the Financial Decisions of Publishing*. 26(52), 95–101.
- Bellassen, V., Antonioli, F., Bodini, A., Donati, M., Drut, M., de Labarre, M. D., Hilal, M., Monier-Dilhan, S., Muller, P., Poméon, T., & Veneziani, M. (2019). Common Methods and Sustainability Indicators. *Sustainability of European Food Quality Schemes*, 23–45.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-030-27508-2\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-27508-2_2)
- Comercio Justo. (2015). *¿Quiénes somos?* - *Coordinadora Nacional de Comercio Justo*.  
<http://comerciojusto.pe/cncj-peru/quienes-somos/>
- Diario del Exportador. (2017). *El Comercio Justo ¿Quiénes participan? ¿Qué criterios deben cumplir?* / *DIARIO DEL EXPORTADOR*.  
<https://www.diariodelexportador.com/2017/10/el-comercio-justo-quienes-participan.html>
- FairTrade. (2019). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores. Toledo Cacao Growers' Association, Belize*.
- FAO. (2013). *Sustainability Assessment Of Food and Agriculture Systems. Guidelines Version 3.0. Livestock Research for Rural Development, January, 267*.
- FAO. (2014). *SAFA Tool - User Manual version2.2.40*. 20. [https://doi.org/10.1016/0731-7085\(90\)80003-8](https://doi.org/10.1016/0731-7085(90)80003-8)

- García Colin, J. (2020). *Contabilidad de costos, un enfoque diferente* (McGraw-Hill International (ed.); 5th ed.).
- Garzón, M. A., & Ibarra, A. (2014). Revisión Sobre la Sostenibilidad Empresarial. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(3), 52–77.
- Gayle, L. (1999). *Contabilidad de costos*. (McGraw- Hill (ed.)). Interamericana S.A.
- Gestión. (2019). *Exportación de banano orgánico crecería hasta 5% en el 2019, según la CCL / Economía | Gestión*. <https://gestion.pe/economia/exportacion-banano-organico-creceria-5-2019-ccl-270260-noticia/?ref=gesr>
- Hernández Sampieri, R. (2013). *Metodología de la investigación* (McGRAW-HILL (ed.); sexto edic).
- Horngren, Ch., Datar, S. & Ranjan, R. (2012). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial* (Pearson Educacion de México S.A. (ed.)).
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2010). *Indicadores de Rentabilidad*.
- International Co-operative Aliance. (2018). *¿Qué es una cooperativa? El | ICA*. <https://www.ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>
- Jara, G., Sánchez, S., Bucaram, R., & García, J. (2018). Análisis de indicadores de rentabilidad de la pequeña banca privada en el ecuador a partir de la dolarización. *Revista Compendium*, 5(12), 54–76.
- Lanfranco, B., & Helguera, L. (2006). Análisis del punto de equilibrio empresarial. *Research*, February.
- López García, A., & Lopez García, A. (2016). *Maximización de beneficios como medida de supervivencia de las microempresas de Tijuana, México*. June.
- Mayoral, J. M., & Segura, A. S. (2011). Persistencia de la rentabilidad. un estudio de sus factores determinantes. *Revista Espanola de Financiacion y Contabilidad*, 40(150), 287–317. <https://doi.org/10.1080/02102412.2011.10779704>
- Mazón Arévalo, L., Villao Burgos, D., William, N., & Serrano Luyó, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba-Ecuador. *Revista de Estrategias Del Desarrollo Empresarial*, III(8), 14–24.
- Mendoza, C., Karina, E., Romaní, C., Chuquichanca, G., Mendoza, C., Karina, E., & Romaní, C. (2017). *Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetaleras del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible*.
- Ministro de la Producción. (2014). *Cooperativas Agrícolas. Novidades Lisboa, 15-10-1964*.
- Osorio Atondo, J. (2011). *Identificación de Estrategias para la Optimización del Punto de*

*Equilibrio, en un Mundo Global. January.*

- Patón García, G. (2014). La fiscalidad de las cooperativas desde la perspectiva de la internacionalización de la economía social y el desarrollo sostenible. *Derecho PUCP: Revista de La Facultad de Derecho*, 72, 125–152.
- Plasencia Soler, J. A., Marrero Delgado, F., Bajo Sanjuán, A. M., & Nicado García, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 63–73. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Puebla, A. (2015). *¿Es Compatible el Punto de Equilibrio Económico de la Empresa con el Equilibrio del Mercado? November 2015.*
- Puentes Poyatos, R., & Velasco Gámez, M. del M. (2009). *Importancia de las sociedades cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de forma sostenible y responsable.*
- Redagrícola. (2018). *Crecimiento Orgánico - Redagrícola Perú.* <https://www.redagricola.com/pe/crecimiento-organico/>
- Redagrícola Perú. (n.d.). *Perú ya no corre solo en la producción de banano orgánico.* Retrieved April 3, 2021, from <https://www.redagricola.com/pe/peru-ya-no-corre-solo-en-la-produccion-de-banano-organico/>
- Salazar Yepes, S. G., Jaramillo Pimentel, A. M., Lópe Mejía, A. M., Dorado Giraldo, M. S., & Milena Andrea, M. P. (2017). *Estructura de mercado en competencia Monopolística y determinación del Punto Equilibrio: Caso Empresa Feels Very Nice.* 50–60.
- Sánchez Segura, A. (2017). *ESPAÑOLA . ANALISIS.* 23(78), 159–179.
- Skjong RolfSkjong, R., Benedikte Wentworth, dnvcom H., & Norske Veritas, D. (2000). *EXPERT JUDGEMENT AND RISK PERCEPTION.*
- Suárez, D. P., Alejandra, D., Chariguaman, N., Navas, R., Margarita, A., & Silva, C. (2019). *Estudio De Factibilidad Económica Como Almíbar En La Ciudad Del Puyo.* 40(2), 219–229.
- Super foods Perú. (2018). *Banano orgánico : Propiedades y beneficios del banano orgánico / Perú Info.* <https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/banano-organico>
- Toro-Mujica, P., García, A., Gómez-Castro, A. G., Acero, R., Perea, J., & Rodríguez-Estévez, V. (2011). Sustentabilidad de agroecosistemas. *Archivos de Zootecnia*, 60(232), 15–39. <https://doi.org/10.21071/az.v60i232.4914>
- Uribe Marín, R. (2019). *costo para toma de desiciones* (McGrow-HillInteramericana (ed.); 2da ed.).
- Valdéz Sulser, A., & Pedroza Escandó, J. (2004). *Exportación Efectiva.*

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xAUmAgalnHAC&oi=fnd&pg=PA19&dq=exportación+efectiva&ots=Zt8eyePfdk&sig=LlnfmOETU7YFiIII07Oto204Rwo#v=onepage&q=exportación+efectiva&f=false>





**Anexo II: Formato de validación de contenido por juicio de expertos**

**UNIVERSIDAD DE PIURA**

**Carrera XX**

Ha sido designado como Experto Calificado por su reconocida trayectoria profesional para revisar el contenido del Instrumento de Investigación.

Para los efectos de la revisión se adjunta:

- a) Matriz de operacionalización de variables
- b) Instrumento de Investigación (**encuesta**)

Título del Proyecto de Investigación:

- Importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras del banano orgánico de la Región Norte del Perú.

El proyecto tiene un enfoque: (a) Cualitativo

Alumno autor de la Tesis:

- Pamela Sue Atoche Cabrera & Diana Cherre Jiménez

Asora de la Tesis:

- Dra. Jessika Vásquez Neyra

Gracias por su colaboración.

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO****Datos del Experto Calificado**

Nombres y Apellidos:

María Fernanda Pasapera Garich

Edad: 33 Sexo: F (X) M (.....) Profesión: Administradora de Empresas

Especialidad: Estrategia Años de Experiencia: 9 Centro de trabajo: CONSULTORA Gobierno y Dirección Univ. de Piura

Cargo que desempeña: jefe de Proyectos / Profesora, respectivamente.

Firma: MFPasapera9**I. Criterios de validación del instrumento**

CRITERIO	CONCEPTUALIZACIÓN	EXCELENTE	SATISFACTORIO	MEJORABLE	DEFICIENTE
CLARIDAD	Lenguaje claro, preciso, sintáctica y semántica son adecuadas.	X			
COHERENCIA	Alineamiento de las afirmaciones con las variables, dimensiones e indicadores	X			
SUFICIENCIA	Comprende las afirmaciones en cantidad y calidad para conocer los elementos de las variables, identificar la relación entre ellas y establecer la importancia de dicha relación		X		

**II. Apreciación Cualitativa**

Muy bien. Se recomienda incluir una pregunta solicitando el % de reemplazo y el vol. de pro de equilibrio para identificar el conoúmiens.

Fecha: 14/06/20

**VARIABLE: PUNTO DE EQUILIBRIO**

*conoce*

*Indicar leyenda*

Dimensión: Método de ecuación- Contribución- Gráfica	1	2	3	4	5
La cooperativa produce lo suficiente para satisfacer la demanda de sus clientes					
La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano					
La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida					
La cooperativa cubre todos sus costos administrativos					
La cooperativa tiene identificado los costos de la producción de banano orgánico.					
<i>Dimensión</i> <b>VARIABLE: SOSTENIBILIDAD</b>					
Dimensión: Rentabilidad	1	2	3	4	5
La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos					
La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios					
La cooperativa realiza proyectos/ programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores					
La cooperativa realiza proyectos/ programas para generar un impacto positivo en su comunidad					
La cooperativa tiene un precio de venta del banano orgánico el cual le permite cubrir sus costos de producción sostenible					
La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad					
Dimensión: Social					
La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria					
La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para una mejor realización de las actividades					
La cooperativa ha brindado capacitaciones sobre gestión empresarial					
La cooperativa brinda una remuneración actual que compensa el trabajo realizado					
Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación					
Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias					
La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros					
La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación					
La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano					

*remuneración*

*Debería ser y volver punto equilibrio*

## **UNIVERSIDAD DE PIURA**

### **Carrera Administración de Empresas**

Ha sido designado como Experto Calificado por su reconocida trayectoria profesional para revisar el contenido del Instrumento de Investigación.

Para los efectos de la revisión se adjunta:

- a) Matriz de operacionalización de variables
- b) Instrumento de Investigación (**encuesta**)

Título del Proyecto de Investigación:

- Importancia del punto de equilibrio en la sostenibilidad de las cooperativas exportadoras del banano orgánico de la Región Norte del Perú.

El proyecto tiene un enfoque: (a) Cualitativo

Alumno autor de la Tesis:

- Pamela Sue Atoche Cabrera & Diana Cherre Jiménez

Asesora de la Tesis:

- Dra. Jessika Vásquez Neyra

Gracias por su colaboración.

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO****Datos del Experto Calificado**Nombres y Apellidos: Arturo Linares LLaqueEdad: 38 Sexo: F () M () Profesión: EconomistaEspecialidad: Finanzas/ Inversiones Años de Experiencia: 13 Centro de trabajo: MC Kpital / Universidad de PiuraCargo que desempeña: Especialista de inversiones/ DocenteFirma: Arturo Linares LLaque**I. Criterios de validación del instrumento**

CRITERIO	CONCEPTUALIZACIÓN	EXCELENTE	SATISFACTORIO	MEJORABLE	DEFICIENTE
CLARIDAD	Lenguaje claro, preciso, sintáctica y semántica son adecuadas		X		
COHERENCIA	Alineamiento de las afirmaciones con las variables, dimensiones e indicadores			X	
SUFICIENCIA	Comprende las afirmaciones en cantidad y calidad para conocer los elementos de las variables, identificar la relación entre ellas y establecer la importancia de dicha relación		X		

**II. Apreciación Cualitativa**

Incluir flujo de caja proyectado de manera mensual y acumularlo anual de las dos cooperativas en estudio, también incluir el background de los cargos gerenciales de ambas cooperativas, incluir EEFF y los últimos 3 periodos (3 años) con anexos / detalles de cuenta, es necesario tener también las principales ratios de gestión de cartera, morosidad, provisiones, solvencia, caja. Incluir la fuente de su fondeo y línea con bancos o fondos del exterior.

Fecha: 04/06/2020

VARIABLE: PUNTO DE EQUILIBRIO					
Dimensión: Método de ecuación- Contribución- Gráfica	1	2	3	4	5
La cooperativa produce lo suficiente para satisfacer la demanda de sus clientes					
La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano					
La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida					
La cooperativa cubre todos sus costos administrativos					
La cooperativa tiene identificado los costos de la producción de banano orgánico.					
La cooperativa elabora un flujo de caja anualmente (de manera mensual) y lo contrasta con la data real para ver las desviaciones en sus pronósticos?					

VARIABLE: SOSTENIBILIDAD					
Dimensión: Rentabilidad	1	2	3	4	5
La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos					
La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios					
La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus					
La cooperativa realiza proyectos para generar un impacto positivo en su					
La cooperativa tiene un precio de venta del banano orgánico el cual le permite cubrir sus costos de producción sostenible					
La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad					
La cooperativa se fondeo con fondos del exterior?					
Dimensión: Social	1	2	3	4	5
La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma					
La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para una mejor realización de las actividades					
La cooperativa ha brindado capacitaciones sobre gestión empresarial					
La cooperativa brinda una remuneración actual que compensa el trabajo realizado					
Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación					
Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias					
La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros					
La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación					
La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano					

### Anexo III: Instrumento – preguntas filtro – encuesta

#### GUÍA DE ENCUESTA

##### Introducción

Buenos días, somos Pamela Atoche & Diana Cherre, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad de Piura. Como parte de nuestro proceso para la obtención de Bachiller, nos encontramos realizando una investigación acerca de la Importancia del Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad de las Cooperativas Exportadoras de Banano Orgánico de la Región Norte del Perú. El propósito de esta encuesta es determinar cuál es el grado de conocimiento del punto de equilibrio por parte de los socios y como esto tiene impacto en la sostenibilidad de las cooperativas. Por ello, es de suma importancia su colaboración y unos minutos de su tiempo para realizar la encuesta. Cabe precisas que la información obtenida será de carácter confidencial y para fines académicos. Muchas gracias por el apoyo brindado a nuestro proyecto de investigación

Si reside en Piura, indique en cuál provincia vive

Huancabamba	
Sullana	
Ayabaca	
Sechura	
Paita	
Morropón	
Piura	

¿Es usted un socio de la cooperativa San Lorenzo, CEPROBAN u otra? (Marcar con un X)

San Lorenzo

OTRA

CEPROBAN

San Lorenzo/ CEPROBAN	Continua encuesta
NO	Termina encuesta

Sexo (Marcar con X):

Femenino	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------

Masculino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------

Edad (Marcar con un X):

18 - 30	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------

31 - 44	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------

45 a más	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------

¿Cuál es su grado de instrucción?

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Superior Técnica Incompleta	<input type="checkbox"/>
Superior Técnica Completa	<input type="checkbox"/>
Universitaria Incompleta	<input type="checkbox"/>
Universitaria Completa	<input type="checkbox"/>

Forma de la adquisición de la/s hectáreas

Compra	<input type="checkbox"/>
Herencia	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

¿Cuántas hectáreas de banano posee? (Marcar con un X)

Menos de 1 hectárea	<input type="checkbox"/>
1 a 2 hectáreas	<input type="checkbox"/>
3 a 4 hectáreas	<input type="checkbox"/>
Más de 5 hectáreas	<input type="checkbox"/>

¿Por qué motivo cultiva banano? (Marcar con un X)

Por costumbre	
Es rentable	
Se adapta al clima de la zona	
Alta demanda de mercado	
Requiere poco capital	
Otros	

¿Tiene Certificación de Banano Orgánico?

SI		NO	
----	--	----	--

Cuántas cajas de banano orgánico produce por hectáreas (Marcar con un X)

20 a 40 cajas por hectárea	
41 a 50 cajas por hectárea	
51 a más cajas por hectárea	

¿Cuál es el volumen de ventas promedio anual? (Marcar con un X):

Menos de \$50,000	
Desde \$50,000 a \$250,000	
Desde \$250,001 a \$400,000	
Más de \$400,000	
No conoce	

¿Cuál es el precio por caja de banano?

\$4	
\$5	
\$6	
Más de \$6	

Porcentaje de utilidad % (aproximado)

5% a 20%	
21% a 35%	
36% a 50%	
51% a más	
No conoce	

Leyenda				
1	2	3	4	5
Nunca	La mayoría de las veces no	Algunas veces sí, algunas veces no	La mayoría de las veces sí	Siempre

VARIABLE: PUNTO DE EQUILIBRIO					
Dimensión: Método de ecuación- Contribución- Gráfica	1	2	3	4	5
La cooperativa produce lo suficiente para satisfacer la demanda de sus clientes					
La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano					
La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida					
La cooperativa cubre todos sus costos administrativos					
La cooperativa conoce los costos de la producción de banano orgánico.					
VARIABLE: SOSTENIBILIDAD					
Dimensión: Económica	1	2	3	4	5
La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos					
La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios					
La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores					
La cooperativa realiza proyectos para generar un impacto positivo en su comunidad					
La cooperativa tiene un precio de venta de banano orgánico que le genera ganancia					
La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad					
Dimensión: Social	1	2	3	4	5
La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria					
La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para la producción del banano orgánico					

La cooperativa capacita a socios y trabajadores para realizar una mejor gestión empresarial					
La cooperativa ofrece una remuneración justa a sus trabajadores que le permite tener una calidad de vida					
Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación.					
Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias					
La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros					
La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación					
La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano					

## Anexo IV: Socios CEPROBAN

CENTRAL DE PRODUCTORES BANANEROS-CEPROBAN			
ID	ÁREA	NOMBRE Y APELLIDOS	CANTIDAD
1	Socios	CASTILLO SANCHEZ DAVID ALEXANDER	1
2	Socios	CARRASCO SOTO ANSELMO	1
3	Socios	LIJAP ZAVALA LUISA GRACIELA	1
4	Socios	CARRASCO CHUNGA CARLOS JUNIOR	1
5	Socios	ARCELA SEMINARIO PEDRO FREDY	1
6	Socios	CARRASCO SOTO ALEJANDRO	1
7	Socios	CARRASCO CHUNGA NIQUE	1
8	Socios	CORNEJO MEDINA LUIS MANUEL	1
9	Socios	HERRERA CRUZ CRISTHIAN	1
10	Socios	HERRERA SOCOLA LUIS ENRIQUE	1
11	Socios	ROJAS GUTIERREZ VICTOR MANUEL	1
12	Socios	NAVARRO MORE NOLBERTO	1
13	Socios	MORE ROJAS MATRTHA	1
14	Socios	SANGUINEZ MORE MERCEDES	1
15	Socios	ATOCHE LOZADA DANIEL	1
16	Socios	SAAVEDRA ATOCHE PEDRO ADRIANO	1
17	Socios	FARIAS GUTIERREZ NICOLAS	1
18	Socios	ATOCHE SANDOVAL JOSE MIGUEL	1
19	Socios	MEDINA GALLO PEDRO	1
20	Socios	SALDARRIAGA FARIAS GERARDO	1
21	Socios	SALDARRIAGA FARIAS JULIO	1
22	Socios	CRUZ SAAVEDRA ENRIQUE	1
23	Socios	SAAVEDRA ATOCHE SEBASTIAN	1
24	Socios	ATOCHE SANJINES GUILLERMO	1
25	Socios	SAAVEDRA MORE YOHANO	1

26	Socios	RETO GARCIA MANUEL JESUS	1
27	Socios	GARRIDO NOLE DE GALLO MARIA TEODOSIA	1
28	Socios	SAAVEDRA PALACIOS SANTOS PEDRO	1
29	Socios	ANDRADE MORE ROSAS JOSE	1
30	Socios	GUTIERREZ MEDINA SEGUNDO PROSPERO	1
31	Socios	PACHECO ALBUJAR ALBERTO	1
32	Socios	RUIZ SEVERINO JUANA EMILIA	1
33	Socios	SAAVEDRA INFANTE HILDEBRANDO	1
34	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ PEDRO WILFREDO	1
35	Socios	MORE DE SAAVEDRA MERICA	1
36	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ CLEOTILDE	1
37	Socios	CASTRO YOVERA JUAN	1
38	Socios	CRUZ RUIZ ADRIANA YECSEBEL	1
39	Socios	ATOCHE GUTIERREZ CESAR MAURICIO	1
40	Socios	CASTILLO CRUZ ARMANDO	1
41	Socios	VELASCO GUTIERREZ SEGUNDO SERGIO	1
42	Socios	ATOCHE SANJINEZ ELOY	1
43	Socios	CRUZ CEVALLOS ANDRES ALEJANDRO	1
44	Socios	CRUZ SAAVEDRA SANTOS	1
45	Socios	IPANAQUE CRUZ SANTOS GREGORIO	1
46	Socios	ROJAS CRUZ SEGUNDO MIGUEL	1
47	Socios	SAAVEDRA ATOCHE IGNACIO	1
48	Socios	CEVALLOS MORE ROGGER ADRIAN	1
49	Socios	CRUZ SAAVEDRA CESAR AUGUSTO	1
50	Socios	ROJAS CRUZ EMILIO	1
51	Socios	ROJAS SAAVEDRA JOSE LUIS	1
52	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ MANUEL	1
53	Socios	ROJAS SAAVEDRA WILLIAN ENRIQUE	1
54	Socios	SAAVEDRA MORE ALEXANDER	1
55	Socios	CRUZ ATOCHE RONALD EDUARDO	1

56	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ SEGUNDO FRANCO	1
57	Socios	MORE GUTIERREZ SANTOS ABRAHAM	1
58	Socios	SAAVEDRA MORE JUAN CARLOS	1
59	Socios	SAAVEDRA ATOCHE CORINA	1
60	Socios	ATOCHE SAAVEDRA TEDDY YIMMY	1
61	Socios	FARIAS MORE CRECENCIO	1
62	Socios	AREVALO MORE CONCEPCION	1
63	Socios	ALCOSER CASTILLO CESAR	1
64	Socios	ROJAS SANJINEZ PEDRO	1
65	Socios	ROJAS CARRASCO MABIL JHONY	1
66	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ INOCENTE LAURO	1
67	Socios	GUTIERREZ CRUZ SEGUNDO GELMER	1
68	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ DE IPANAQUE MARTINA	1
69	Socios	ATOCHE GUTIERREZ VICTOR NOE	1
70	Socios	CEVALLOS RODRIGUEZ JOSE ALBERTO	1
71	Socios	FARIAS YMAN EDWIN	1
72	Socios	FARIAS RODRIGUEZ ROBERTO	1
73	Socios	GARCIA ROJAS JESUS	1
74	Socios	MEDINA FARIAS VICTOR	1
75	Socios	MEDINA FARIAS CARLOS JAVIER	1
76	Socios	FLORES FARFAN SEGUNDO MANUEL	1
77	Socios	SEVERINO MEDINA SANTOS JOSE	1
78	Socios	FARIAS HEREDIA ARGENES	1
79	Socios	ROSALES LOZADA MILTON	1
80	Socios	IMAN CRUZ DE FARIAS YOLANDA CRISTINA	1
81	Socios	MEDINA GALLO RODOLFO	1
82	Socios	SAAVEDRA MORE DE GUERRA LUZ VICTORIA	1
83	Socios	SAAVEDRA ROJAS VICTOR HUGO	1
84	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ SEGUNDO ISRAEL	1
85	Socios	SAAVEDRA ATOCHE OSCAR TEDDY	1

86	Socios	INFANTE AVILA DE GARCIA ROSA ISABEL	1
87	Socios	MEDINA FLORES HERIBERTO	1
88	Socios	GARCIA ATOCHE SANTOS ALEJANDRO	1
89	Socios	FLORES JIMENEZ JOSE SANTOS	1
90	Socios	MEDINA GARCIA TEMPORA ELIZABETH	1
91	Socios	FERIA AVILA SANTOS ANDRES	1
92	Socios	FLORES MORE SANTOS SEGUNDO	1
93	Socios	GALLO ATOCHE TEODORO	1
94	Socios	SIANCAS FARFAN JOSE CRUZ	1
95	Socios	ROJAS MORE ROSA ISABEL	1
96	Socios	FLORES MORE CARLOS ENRIQUE	1
97	Socios	PAREDES SAAVEDRA DEYNIS DANILO	1
98	Socios	SAAVEDRA PALOMINO CESAR AUGUSTO	1
99	Socios	MERINO FARIAS NANCY ESTERFILIA	1
100	Socios	CEVALLOS MONCADA SATURNINO ALEXANDER	1
101	Socios	CORREA ATOCHE DANNY JAVIER	1
102	Socios	ROJAS SAAVEDRA CESAR AUGUSTO	1
103	Socios	MORE SANJINEZ HIPOLITO	1
104	Socios	SAAVEDRA GUTIERREZ BLANCA LILIANA	1
105	Socios	CRUZ SANCHEZ EDDY	1
106	Socios	CEVALLOS SANJINEZ WILMER	1
107	Socios	SEVERINO GUTIERREZ HILARIO	1
108	Socios	RUIZ SEVERINO ALFONSO	1
109	Socios	SEVERINO AGURTO BENITO	1
110	Socios	PALACIOS HEREDIA EVANGELISTO	1
111	Socios	SANCHEZ MENDOZA SEGUNDO EUGENIO	1
112	Socios	CRUZ SANCHEZ WILSON	1
113	Socios	RUIZ SEVERINO CRISTINA	1
114	Socios	ESPINOZA SANDOVAL CRESCENCIO	1
115	Socios	FLORES FARFAN LUIS ALEXANDER	1

116	Socios	GARRIDO NOLE SEVERIANO	1
117	Socios	FARIAS ESPINOZA OSCAR ALBERTO	1
118	Socios	FARIAS SALDARRIAGA SEGUNDO BENITO	1
119	Socios	AREVALO CEVALLOS CESAR RAUL	1
120	Socios	MONCADA REQUENES JOSE LUIS	1
121	Socios	AREVALO FARIAS LUZ MARIA	1
122	Socios	FARIAS ESPINOZA SEGUNDO	1
123	Socios	QQUEHE CHUCTAYA ALFONSO	1
124	Socios	FARIAS ESPINOZA VALERIO	1
125	Socios	CHIROQUE IMAN DE DIOS ELVA	1
126	Socios	MONCADA DE LOZADA ZOCORRO DEL JESUS	1
127	Socios	ZAPATA DE FARFAN CASIMIRA IRMA	1
128	Socios	AREVALO FARIAS SANTOS GREGORIO	1
129	Socios	HERRERA RETO SEGUNDO	1
130	Socios	RETO AGURTO MARVIN MANUEL	1
131	Socios	VASQUEZ ZAPATA LUIS	1
132	Socios	SOSA AQUINO CESAR	1
133	Socios	YOVERA ORDINOLA LUIS JHAN CARLO	1
134	Socios	VILCHEZ BAUTISTA MIGUEL	1
135	Socios	ZAPATA SOTO VICTOR MANUEL	1
136	Socios	SALDARRIAGA DE ZAPATA SANTOS EUGENIA	1
137	Socios	PERALTA RUIZ FRANCISCO	1
138	Socios	CASTRO SALDARRIAGA PEDRO	1
139	Socios	CHERO SERNAQUE PLACIDO	1
140	Socios	CORONADO SOSA MANUEL HUMBERTO	1
141	Socios	CORTEZ OLAYA PRIMO FELICIANO	1
142	Socios	LOPEZ SALDARRIAGA JOSE	1
143	Socios	MEDINA ARCELA VICTOR MANUEL	1
144	Socios	PEÑA GARAY RICARDO	1
145	Socios	PEÑA YOVERA ELEODORO	1

146	Socios	SANDOVAL SILVA MARIA TRINIDAD	1
147	Socios	PEÑA TALLEDO MODESTO	1
148	Socios	CHERO CASTILLO JOSE SANTOS	1
149	Socios	MEDINA ARCELA JOSE LUIS	1
150	Socios	ESPINOZA VALENCIA JUAN JULIO	1
151	Socios	MEDINA MOGOLLON JUAN FRANCISCO	1
152	Socios	ROSALES MEDINA RONAEL	1
153	Socios	NIEVES SAAVEDRA ARMANDO	1
154	Socios	ZAPATA CARDOZA JOSE	1
155	Socios	ZAPATA OBLEA JOSE LUIS	1
156	Socios	ANDRADE GONZALES ROBEIS	1
157	Socios	MEDINA GARCIA SILVERIO	1
158	Socios	ATOCHE CRUZ DESIDERIO	1
159	Socios	ZAVALA SANDOVAL OSCAR	1
160	Socios	ARCELA PEÑA BILLY JOEL	1
161	Socios	CASTRO DEL ROSARIO JAIME	1
162	Socios	SILVA CAYETANO SANTIAGO	1
163	Socios	MOSCOL CRUZ JOSE EZEQUIEL	1
164	Socios	MEDINA GARCIA RAUL	1
165	Socios	GONZALES QUEVEDO JUAN CARLOS	1
166	Socios	MORAN CASTRO JOSE	1
167	Socios	SANDOVAL ATOCHE ROSA JUANA	1
168	Socios	MORAN VALENCIA NICOLAS	1
169	Socios	YOVERA YARLAQUE PABLO	1
170	Socios	CRUZ CARRERA FLORENCIO	1
171	Socios	ZAPATA SALDARRIAGA RAUL SANTIAGO	1
172	Socios	ZAPATA SALDARRIAGA CARLOS JERZY	1
173	Socios	RUIZ NOLE SANTOS BRAULIO	1
174	Socios	VILCHEZ MEDINA LUIS WILFREDO	1
175	Socios	VILCHEZ MEDINA FREDY RAUL	1

176	Socios	VILCHEZ MEDINA MIGUEL ADERLY	1
177	Socios	VILLASECA ZAPATA FLORITO	1
178	Socios	HUERTAS CLAVIJO PEDRO PABLO	1
179	Socios	CAYETANO TALLEDO JULIO CESAR	1
180	Socios	SALDARRIAGA PALACIOS PERCY	1
181	Socios	JUAREZ LUNA PAUL	1
182	Socios	GARAY MECHATO KATTY JUDITZA	1
183	Socios	PITA ALTAMIRANO OSCAR NILTON	1
184	Socios	CORONADO VALLADARES MACDIEL DANIEL	1
185	Socios	NUÑEZ VALDEZ NORMA	1
186	Socios	SEMINARIO CRISANTO ALBERTO	1
187	Socios	VILELA TORRES MARCOS	1
188	Socios	MARCHENA SANDOVAL JOSE WILMER	1
189	Socios	RODRIGUEZ TORRES SANTOS GUILLERMINA	1
190	Socios	PARDO BENITES JUAN DOMINGO	1
191	Socios	CALDERON JUAREZ EDILBERTO	1
192	Socios	GOMEZ YAMUNAQUE GUALBERTO	1
193	Socios	MARCHENA SANDOVAL CESAR AUGUSTO	1
194	Socios	BANCES MORALES ALEJANDRO CESAR	1
195	Socios	CASTILLO AVILA TEODORO	1
196	Socios	RIVERA LIZAMA CASIMIRO JOSE	1
197	Socios	BENITES SOCOLA SANTOS	1
198	Socios	CARRILLO VARGAS JULIO CESAR	1
199	Socios	HUAMAN LABAN YOJANY CEBASTIANA	1
200	Socios	ZAVALA RISCO MAURO	1
201	Socios	DIAZ VASQUEZ RAMIRO ALBERTO	1
202	Socios	CORTEZ YOVERA ANTONIO	1
203	Socios	CRUZ MEDINA FERNANDO	1
204	Socios	VALLADARES PAICO LADY JACKELINE	1
205	Socios	COVEÑAS FLORES JOSE LUIS	1

206	Socios	AVILA GOMEZ SANTOS EDUARDO	1
207	Socios	CASTILLO DE ROJAS NORMA	1
208	Socios	MOGOLLON NOLE ALBERTO	1
209	Socios	MOGOLLON NOLE REYNALDO	1
210	Socios	CRUZ FLORES PAULA	1
211	Socios	YACILA YOVERA ANDRES MARIANO ESTEBAN	1
212	Socios	AVILES NUÑEZ CESAR AGUSTIN	1
213	Socios	CRUZ VIERA RENZO	1
214	Socios	BENITES SOCOLA DE BACA JOSEFA	1
215	Socios	ALBURQUEQUE DE GARCIA EUSEBIA YOLANDA	1
216	Socios	URBINA PEÑA MIGUEL ANGEL	1
217	Socios	YAMUNIQUE PAICO LUIS ALFREDO	1
218	Socios	AREVALO VALENCIA NELSON	1
219	Socios	ESPINOZA ACUÑA CAMILO	1
220	Socios	NIEVES SAAVEDRA GUSTAVO	1
221	Socios	SALDARRIAGA MEDINA MERCEDES FRANCISCO	1
222	Socios	RUIZ ORDINOLA TEMPORA	1
223	Socios	RIVAS IPANAQUE SANTOS ENRIQUE	1
<b>TOTAL</b>			<b>223</b>

## Anexo V: Validación de encuesta por parte de las cooperativas

### I. Cooperativa San Lorenzo



Pamela Sue Atoche Cabrera &lt;pamela.atoche97@gmail.com&gt;

---

#### VALIDACIÓN DE ENCUESTA

2 mensajes

Pamela Sue Atoche Cabrera &lt;pamela.atoche97@gmail.com&gt;

28 de agosto de 2020 a las 22:04

Para: cooperativa Agro Bananera San Lorenzo &lt;coop.agrosanlorenzo@gmail.com&gt;

Hola Brenda,

Como te comenté nos están solicitando validar si la encuesta que hemos elaborado junto con mi compañera de tesis tiene los términos correctos para que posteriormente los socios de las cooperativas nos puedan ayudar contestando sin inconvenientes. Por ello, en esta oportunidad solo necesitamos que sea validado por uno de ellos. Adjunto un Excel que contiene dos hojas. El primero son datos necesario para el estudio y el segundo son las afirmaciones.

En caso tengas alguna duda quedo atenta,  
Muchas gracias por tu apoyo,  
Saludos cordiales.

---

 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO.xlsx  
27K

cooperativa Agro Bananera San Lorenzo &lt;coop.agrosanlorenzo@gmail.com&gt;

1 de septiembre de 2020 a las 03:55

Para: Pamela Sue Atoche Cabrera &lt;pamela.atoche97@gmail.com&gt;

Hola Pamela envio la encuesta terminada.  
Saludos atentos Brenda.

[Texto citado oculto]

---

 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO-ENCUESTA.xlsx  
25K

**GUÍA DE ENCUESTA**

Fecha:

31/08/2020

Lugar de residencia:

TAMBOGRANDE- PIURA-PERU

Nombre de la cooperativa:

COOPERATIVA DE USUARIOS AGRO BANANERA SAN  
LORENZO

Introducción

Buenos días, somos Pamela Sue Atoche Cabrera & Diana de los Ángeles Cherre Jiménez, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad de Piura. Como parte de nuestro proceso para la obtención de Bachiller, nos encontramos realizando una investigación acerca de la Importancia del Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad de las Cooperativas Exportadoras de Banano Orgánico de la Región Norte del Perú. El propósito de esta encuesta es determinar cuál es el grado de conocimiento del punto de equilibrio por parte de los socios y como esto tiene impacto en la sostenibilidad de las cooperativas. Por ello, es de suma importancia su colaboración y unos minutos de su tiempo para realizar la encuesta. Cabe precisas que la información obtenida será de carácter confidencial y para fines académicos. Muchas gracias por el apoyo brindado a nuestro proyecto de investigación

¿Es usted un socio de la cooperativa San Lorenzo, CEPROBAN u otra? (Marcar con un X)

San Lorenzo/ CEPROBAN	X
-----------------------	---

OTRA	
------	--

San Lorenzo/ CEPROBAN	Continua encuesta
NO	Termina encuesta

Nombre:

LUIS OCTAVIO PALACIOS CHUQUIHUANGA

Sexo (Marcar con X):

Femenino

Masculino

X

Edad (Marcar con un X):

18 - 30

- 45

31

X

a más

46

¿Cuántas hectáreas de banano posee? (Marcar con un X)

1 a 2

X

3

2 a

a más

3

¿Por qué motivo cultiva banano? (Marcar con un X)

Por costumbre

Es rentable

X

Se adapta al clima de la zona

Alta demanda de mercado

Requiere poco capital

Otros

La cooperativa cuenta con certificación FairTrade (Marcar con un X)

SI

NO

X

Cuántas cajas de banano orgánico produce por hectáreas (Marcar con un X)

20 a 40 cajas por hectárea			
41 a 50 cajas por hectárea			X
51 a más cajas por hectárea			

Volumen de ventas promedio anual (Marcar con un X):

Menos 80,000 USD	X
Desde \$80,0001 hasta \$300,000	
Desde \$300,001 hasta \$600,000	
Más de \$600,000	
No conoce	

Porcentaje de utilidad % (aproximado)

40%
-----

Leyenda				
1	2	3	4	5
Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, algunas	La mayoría de veces no	Nunca

<b>VARIABLE: PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
<b>Dimensión: Método de ecuación- Contribución- Gráfica</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
La cooperativa produce lo suficiente para satisfacer la demanda de sus clientes		2			
La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano	1				
La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer en pérdida	1				
La cooperativa cubre todos sus costos administrativos	1				
La cooperativa tiene identificado los costos de la producción de banano orgánico.	1				
<b>VARIABLE: SOSTENIBILIDAD</b>					
<b>Dimensión: Rentabilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos		2			
La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios			3		
La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores		2			
La cooperativa realiza proyectos para generar un impacto positivo en su comunidad		2			
La cooperativa tiene un precio de venta del banano orgánico el cual le permite cubrir sus costos de producción sostenible	1				
La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad					5

<b>Dimensión: Social</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria	1				
La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para una mejor realización de las actividades	1				
La cooperativa ha brindado capacitaciones sobre gestión empresarial	1				
La cooperativa brinda una remuneración actual que compensa el trabajo realizado		2			
Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación	1				
Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias	1				
La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros	1				
La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación	1				
La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano	1				

<b>Entendi con claridad las afirmaciones</b>	<b>SIX</b>
	<b>NO</b>

## II. Cooperativa CEPROBAN



Pamela Sue Atoche Cabrera &lt;pamela.atoche97@gmail.com&gt;

---

**COMENTARIOS ENCUESTA**

1 mensaje

---

**Faustino Farias Iman** <ffariasiman@gmail.com>  
Para: pamela.atoche97@gmail.com  
CC: "ceproban.2017" <ceproban.2017@gmail.com>

5 de septiembre de 2020 a las 05:05

Estimada Pamela

De acuerdo a la encuesta que me enviaste dejo mis apreciaciones personales sobre esta, en mi opinión las preguntas están más dirigidas a las personas de administración muy generales, ej cuando dice la cooperativa satisface la demanda de sus clientes, un productor de campo solo se dedica a ver la producción de su unidad productiva, en este caso la cooperativa acopia el producto de todos, la encuesta debe estar más relacionada a los socios, que a la cooperativa. La cooperativa te responde temas de costos, gastos, pero los socios temas de fertilizante, limpieza de su finca, producción, etc."

Espero mis comentarios te ayuden.

Un gusto poder ayudarte.

Saludos

--

---

*Faustino Farias Iman.*  
CEPROBAN.  
Cel:958608332  
Skype: tinofarias7

Nombre de la cooperativa:

CEPROBAN

## Introducción

Buenos días, somos Pamela Sue Atoche Cabrera & Diana de los Ángeles Cherre Jiménez, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad de Piura. Como parte de nuestro proceso para la obtención de Bachiller, nos encontramos realizando una investigación acerca de la Importancia del Punto de Equilibrio en la Sostenibilidad de las Cooperativas Exportadoras de Banano Orgánico de la Región Norte del Perú. El propósito de esta encuesta es determinar cuál es el grado de conocimiento del punto de equilibrio por parte de los socios y como esto tiene impacto en la sostenibilidad de las cooperativas. Por ello, es de suma importancia su colaboración y unos minutos de su tiempo para realizar la encuesta. Cabe precisas que la información obtenida será de carácter confidencial y para fines académicos. Muchas gracias por el apoyo brindado a nuestro proyecto de investigación

¿Es usted un socio de la cooperativa San Lorenzo, CEPROBAN u otra? (Marcar con un X)

San Lorenzo/ CEPROBAN	X
-----------------------	---

OTRA	
------	--

San Lorenzo/ CEPROBAN	Continua encuesta
NO	Termina encuesta

Nombre:

Jose Miguel Sandoval Atoche

Sexo (Marcar con X):

Femenino	
----------	--

Masculino	X
-----------	---

Edad (Marcar con un X):

18 - 30	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------

31 - 45	<input checked="" type="checkbox"/>
------------	-------------------------------------

46 a más	<input type="checkbox"/>
-------------	--------------------------

¿Cuántas hectáreas de banano posee? (Marcar con un X)

1 a 2	<input checked="" type="checkbox"/>
-------	-------------------------------------

2 a 3	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------

3 a más	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------

¿Por qué motivo cultiva banano? (Marcar con un X)

Por costumbre	<input type="checkbox"/>
Es rentable	<input type="checkbox"/>
Se adapta al clima de la zona	<input type="checkbox"/>
Alta demanda de mercado	<input type="checkbox"/>
Requiere poco capital	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

La cooperativa cuenta con certificación FairTrade (Marcar con un X)

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
----	-------------------------------------

NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------

Cuántas cajas de banano orgánico produce por hectáreas (Marcar con un X)

20 a 40 cajas por hectárea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
41 a 50 cajas por hectárea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

51 a más cajas por hectárea			
--------------------------------	--	--	--

Volumen de ventas promedio anual (Marcar con un X):

Menos 80,000 USD	<input checked="" type="checkbox"/>
Desde \$80,0001 hasta \$300,000	<input type="checkbox"/>
Desde \$300,001 hasta \$600,000	<input type="checkbox"/>
Más de \$600,000	<input type="checkbox"/>
No conoce	<input type="checkbox"/>

Porcentaje de utilidad % (aproximado)

25
----

Leyenda				
1	2	3	4	5
Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, algunas	La mayoría de veces no	Nunca

VARIABLE: PUNTO DE EQUILIBRIO					
Dimensión: Método de ecuación- Contribución- Gráfica	1	2	3	4	5
La cooperativa produce lo suficiente para satisfacer la demanda de sus clientes			x		
La cooperativa lleva un control de los ingresos provenientes de las ventas del banano	x				
La cooperativa pronostica el mínimo de unidades de banano orgánico que deben exportarse para no caer				x	
La cooperativa cubre todos sus costos administrativos	x				
La cooperativa tiene identificado los costos de la producción de banano orgánico.	x				
VARIABLE: SOSTENIBILIDAD					
Dimensión: Rentabilidad	1	2	3	4	5
La cooperativa percibe ingresos mayores a sus costos				x	
La cooperativa financia la mayoría de sus operaciones a través de préstamos bancarios			x		
La cooperativa realiza programas para impulsar el desarrollo de sus colaboradores				x	
La cooperativa realiza proyectos para generar un impacto positivo en su comunidad				x	
La cooperativa tiene un precio de venta del banano orgánico el cual le permite cubrir sus costos de producción sostenible		x			
La cooperativa de manera democrática usa el fondo comunal para mejorar la situación social y económica de la comunidad	x				
Dimensión: Social	1	2	3	4	5
La cooperativa brinda y promueve oportunidades de desarrollo de forma igualitaria	x				
La cooperativa brinda las herramientas adecuadas para una mejor realización de las actividades	x				
La cooperativa ha brindado capacitaciones sobre gestión empresarial				x	
La cooperativa brinda una remuneración actual que compensa el trabajo realizado	x				
Los miembros de la cooperativa son libres para establecer los términos de su asociación	x				
Los miembros de la cooperativa son libres de renunciar y/o presentar quejas sin temor a represalias	x				
La cooperativa reconoce explícitamente los derechos de sus miembros	x				
La cooperativa establece los criterios comerciales para la exportación	x				
La cooperativa respeta los lineamientos sanitarios y de calidad en la producción del banano	x				

Entendi con claridad las afirmaciones	SI	Dejo mis comentarios
	NO	