

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS						
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 2

Neiva, enero 18/2023

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Angelica María Ortiz Muñoz, con C.C. No. 36285950

Yasmin Buitrón contreras, con C.C. No. 1033678947

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado. Titulado La Asociatividad como Factor de fortalecimiento de Competitividad en los Productores de Café del Corregimiento Guacacallo Pitalito –Huila presentado y aprobado en el año 2022 como requisito para optar al título de

Administrador de Empresas;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
GESTIÓN DE BIBLIOTECAS**



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 2

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: _____

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: _____

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA					   		
	GESTIÓN DE BIBLIOTECAS							
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO							
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3	

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: La asociatividad como factor de fortalecimiento de competitividad en los productores de café del Corregimiento Guacacallo Pitalito –Huila

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Ortiz Muñoz	Angelica Maria
Buitrón Contreras	Yasmin

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Rengifo González	Maber

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Administrador de Empresas

FACULTAD: Economía y Administración

PROGRAMA O POSGRADO: Administración de Empresas

CIUDAD: Neiva **AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2022 **NÚMERO DE PÁGINAS:** 112

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___ Fotografías__x_ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general___ Grabados___ Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas o Cuadros__x_

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3

MATERIAL ANEXO:

PREMIO O DISTINCIÓN *(En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):*

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. <u>Asociatividad</u>	<u>Associativity</u>	6. <u>campesinos</u>	<u>farmers</u>
2. <u>Cooperativismo</u>	<u>Cooperativism</u>		
3. <u>Competitividad</u>	<u>Competitiveness</u>		
4. <u>Café</u>	<u>Coffee</u>		
5. <u>productividad</u>	<u>Productivity</u>		

RESUMEN DEL CONTENIDO:

En el corregimiento de Guacacallo, la mayor parte de población tiene actividad principal el cultivo de café, con la finalidad de promover la mejora de prácticas relacionadas con el trabajo comunitario, la competitividad y el desarrollo de canales de comercialización, como objetivo principal se busca determinar cómo la asociatividad puede conducir a la competitividad de esta población.

Por lo anterior, se realizó un trabajo de investigación el cual se desarrolló a través de un estudio de naturaleza mixta con enfoque descriptivo, a través de una encuesta a los productores de café del corregimiento y entrevistas semiestructuradas a los presidentes de los grupos asociativos, con una muestra de 250 productores y una confiabilidad del 95%, caracterizando algunas de sus prácticas, se espera contribuir al análisis sobre el modelo o estrategia que puede adoptar esta población para incrementar satisfactoriamente los resultados en la cadena de comercialización del café.

En los resultados se evidencia, que se reconoce el papel de la asociatividad como insumo para el desarrollo de estrategias de la comercialización del café, también existen muchos usuarios que deciden no actuar en colectivo, sino solos. Es decir, la cooperación y gestión como una de las bondades del modelo asociativo debe fortalecerse mediante estrategias que permitan convertirlo en herramienta de preferencia en los productores de café en la zona objeto de estudio.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS						
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3

ABSTRACT:

In the township of Guacacallo, most of the population's main activity is coffee cultivation, in order to promote the improvement of practices related to work community, competitiveness and the development of marketing channels, as an objective The main objective is to determine how associativity can lead to the competitiveness of this population. Therefore, a research work was carried out which was developed through a study of a mixed nature with a descriptive approach, through a survey of the producers of township coffee and semi-structured interviews with the presidents of the associative groups, with a sample of 250 producers and a reliability of 95%, characterizing some of their practices, it is expected to contribute to the analysis of the model or strategy that this population to satisfactorily increase the results in the commercialization chain of the coffee.

The results show that the role of associativity as an input is recognized for the development of coffee marketing strategies, there are also many users who decide not to act collectively, but alone. That is, cooperation and management as one of the benefits of the associative model must be strengthened through strategies that allow it to become preferred tool for coffee producers in the area under study.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado:

Firma:

Nombre Jurado: **Hernando Gil Tovar**

Firma:

Nombre Jurado: **Armando Criollo**

Firma:

**La Asociatividad como Factor de fortalecimiento de Competitividad en los
Productores de Café del Corregimiento Guacacallo Pitalito –Huila**

Angélica María Ortiz Muñoz

Yazmín Buitrón Contreras

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
Facultad de Economía y Administración
Programa de Administración de Empresas
Pitalito – Huila
2022**

**La Asociatividad como Factor de fortalecimiento de Competitividad en los
Productores de Café del Corregimiento Guacacallo Pitalito –Huila**

Angélica María Ortiz Muñoz

Código 20161148810

Yazmín Buitrón

Código 20161149115

Trabajo final como requisito para optar por el título de Administrador de Empresas

Director:

Mg. Maber Rengifo González

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
Facultad de Economía y Administración
Programa de Administración de Empresas
Pitalito – Huila
2022**

Nota de aceptación

Jurado 1. Dr. Hernando Gil Tovar

Jurado 2. Armando Criollo Tello

“Investigar es ver lo que todo el mundo ha visto, y pensar lo que nadie más ha pensado”.

Albert Szent-Györgyi

Agradecimientos

Agradecemos principalmente a Dios por guiarnos por el buen camino, así como ha sido nuestro bastón principal por la fortaleza que nos ha brindado al largo del camino de este gran proyecto y por todas sus bendiciones.

A los docentes de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Surcolombiana sede Pitalito-Huila, notablemente a la maestra Maber Rengifo Gonzalez por el acompañamiento en el proceso de construcción del proyecto, así como por compartir sus conocimientos en la trayectoria de la carrera, reconociendo su valiosa participación y labor que permitió la culminación de este proceso tan importante.

A nuestras familias, desatacando a nuestras madres e hijos quienes, por medio de su amor infinito, paciencia y apoyo incondicional, nos apoyaron en este proceso de construcción académica.

Finalmente, un sincero agradecimiento para todas las personas que directa o indirectamente hicieron parte de este proyecto y brindaron su apoyo.

Tabla de contenido

Resumen	15
Planteamiento Del Problema	16
Objetivos	22
Objetivo General:	22
Objetivos Específicos:	22
Justificación Del Proyecto	23
Marco Referencial	26
Antecedentes o Estado del Arte	26
Marco Teórico	33
Marco Conceptual	38
Generalidades	38
Asociatividad	38
Asociatividad Empresarial	39
Asociatividad en las PYMES	39
Competitividad en la Asociatividad	39
Marco Legal de Asociatividad	40
Marco Contextual	41
Características Culturales	42
Centro poblado Guacacallo	42
Diseño Metodológico	42

Fuentes de información	44
Línea de investigación	44
Resultados Obtenidos	45
Resultados Generales (Instrumento 1. Encuesta)	45
Resultados Entrevista Semiestructurada	75
Entrevista 1	75
Entrevista 2	77
Análisis y Discusiones	79
(Entrevistas 1 y 2)	79
La asociatividad como factor de fortalecimiento de competitividad en los productores de Café de Guacacallo Pitalito (Huila).	83
Caracterizar a los principales productores de Café del corregimiento de Guacacallo.	83
Identificar los grados de asociatividad según el alcance: geográfico, sectorial, especializado	84
Establecer las prácticas de comercialización que realizan los caficultores del corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila), que influyen en la competitividad	84
Estructurar una propuesta que permitirá que los caficultores del corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila), reconocer los diversos modelos de asociatividad en la búsqueda de la competitividad	85
Conclusiones	88

Recomendaciones	90
Bibliografía	91
Anexos	99

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Pregunta 1. ¿Pertenece usted a una de las siguientes cooperativas o asociaciones?	45
Ilustración 2 Pregunta 2. ¿Hace cuánto tiempo pertenece a una cooperativa o asociación?	46
Ilustración 3 Pregunta 3. ¿La mayoría de café producido en su finca en qué estado lo vende o comercializa?	47
Ilustración 4 Pregunta 4. ¿La producción de café de su finca se comercializa en?	48
Ilustración 5 Pregunta 5. ¿Ha venido comercializando su café mediante qué forma?	49
Ilustración 6 Pregunta 6.1 Su producción de café la vende o comercializa con el mismo comprador?	49
Ilustración 7 Pregunta 6.2 ¿De qué depende?	50
Ilustración 8 Pregunta 7. ¿Considera importante pertenecer a una Asociación?	51
Ilustración 9 Pregunta 8. ¿Cree usted que, al formar parte de una Asociación, su calidad de vida mejora?	52
Ilustración 10 Pregunta 9. ¿Considera que una constante capacitación del personal mejora la producción y la calidad de su Café?	53
Ilustración 11 Pregunta 10. ¿Considera que las Asociaciones deben tener reconocimiento y credibilidad?	54
Ilustración 12 Pregunta 11. ¿Para usted sería importante un liderazgo lleno de valores y buena comunicación con el resto de los miembros de una asociación?	55
Ilustración 13 Pregunta 12. ¿Considera importante que los integrantes de una Asociación sean comprometidos con el propósito de ésta?	56
Ilustración 14 Pregunta 13. ¿Cree usted que las asociaciones promueven el Bienestar Social?	57

Ilustración 15 Pregunta 14. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?	58
Ilustración 16 Pregunta 15. ¿Cree usted que las asociaciones analizan el entorno para aprovechar oportunidades que se puedan presentar?	59
Ilustración 17 Pregunta 16. ¿Cree usted que las asociaciones deben analizar las características del entorno para ser pertinentes con las expectativas de los asociados?	60
Ilustración 18 Pregunta 17. ¿Como productor de café, considera que la asociatividad puede impulsar el cuidado del medio ambiente en los procesos relacionados en esta actividad agrícola?	61
Ilustración 19 Pregunta 18. ¿Considera que una Asociación puede incentivar la incorporación de ciencia y tecnología en el desarrollo de la producción de café?	62
Ilustración 20 Pregunta 19. ¿Cree usted que al pertenecer a un grupo asociativo mejorara la eficiencia en los costos de inversión sin afectar la calidad del producto?	63
Ilustración 21 Pregunta 20. ¿Considera que la innovación en los productos mejora la competitividad en el mercado?	64
Ilustración 22 Pregunta 21. ¿Considera que en las asociaciones existe equidad para todos sus asociados?	65
Ilustración 23 Pregunta 22. ¿Cree usted que las asociaciones cumplen con el espíritu de la Economía Solidaria?	66
Ilustración 24 Pregunta 23. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?	67
Ilustración 25 Pregunta 24. ¿Considera que si perteneciera a una Asociación tendría más estrategias de mercado para que se reconozca un precio justo para los Productores de Café?	68
Ilustración 26 Pregunta 25. ¿Considera que las Asociaciones promueven el acceso a productos financieros en condiciones más favorables?	68

Ilustración 27	Pregunta 26. ¿Cree usted que las asociaciones trabajan para consolidar canales para la comercialización e internacionalización de los productos que cosechan los asociados?	69
Ilustración 28	Pregunta 27. ¿Si perteneciera a una Asociación estaría de acuerdo en invertir los recursos adquiridos por los asociados para crear bienestar?	70
Ilustración 29	Pregunta 28. ¿Ha recibido apoyo de organizaciones institucionales (Gobierno) en su proceso productivo (Maquinaria o Abono)?	71
Ilustración 30	Pregunta 29. ¿Considera que las reuniones en las Asociaciones deben ser de manera permanente para lograr los objetivos?	72
Ilustración 31	Pregunta 30. ¿Le gustaría ser miembro activo de una Asociación en los próximos 5 años?	72
Ilustración 32	Pregunta 31. ¿Considera que por medio de las Asociaciones su empresa puede llegar a ser más competitiva?	73
Ilustración 33	Pregunta 32. ¿Cree Usted que las Asociaciones trabajan por una meta en común?	74
Ilustración 34	Visita en la vereda primavera	109
Ilustración 35	Visita en la vereda primavera	109
Ilustración 36	Entrevistando a un agricultor vereda Guacacallo	110
Ilustración 37	Visita vereda La Colina	110
Ilustración 38	Visita en la vereda Monserrate	111
Ilustración 39	Visita vereda El Tigre	111
Ilustración 40	Visita en la vereda Buenos Aires	112
Ilustración 41	Visita vereda la Palma	112

Ilustración 42 Visita vereda el tigre con el señor Pablo Rojas presidente de la asociación de Trabajadores del Tigre	113
--	-----

Ilustración 43 Visita vereda Guacacallo con el señor Edwin Muñoz Delgado presidente Grupo Asociativo de Cafeteros Guacacallo	114
--	-----

Índice de Tablas

Tabla 1 Pregunta 1. ¿Pertenece usted a una de las siguientes cooperativas o asociaciones?	45
Tabla 2 Pregunta 2. ¿Hace cuánto tiempo pertenece a una cooperativa o asociación?	46
Tabla 3 Pregunta 3. ¿La mayoría de café producido en su finca en qué estado lo vende o comercializa?	46
Tabla 4 Pregunta 4. ¿La producción de café de su finca se comercializa en?	47
Tabla 5 Pregunta 5. ¿Ha venido comercializando su café mediante qué forma?	48
Tabla 6 Pregunta 6.1 Su producción de café la vende o comercializa con el mismo comprador?	49
Tabla 7 Pregunta 6.2 ¿De qué depende?.....	50
Tabla 8 Pregunta 7. ¿Considera importante pertenecer a una Asociación?.....	50
Tabla 9 Pregunta 8. ¿Cree usted que, al formar parte de una Asociación, su calidad de vida mejora?	51
Tabla 10 Pregunta 9. ¿Considera que una constante capacitación del personal mejora la producción y la calidad de su Café?	52
Tabla 11 Pregunta 10. ¿Considera que las Asociaciones deben tener reconocimiento y credibilidad?	53
Tabla 12 Pregunta 11. ¿Para usted sería importante un liderazgo lleno de valores y buena comunicación con el resto de los miembros de una asociación?.....	54
Tabla 13 Pregunta 12. ¿Considera importante que los integrantes de una Asociación sean comprometidos con el propósito de ésta?.....	55
Tabla 14 Pregunta 13. ¿Cree usted que las asociaciones promueven el Bienestar Social?..	56
Tabla 15 Pregunta 14. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?.....	57

Tabla 16 Pregunta 15. ¿Cree usted que las asociaciones analizan el entorno para aprovechar oportunidades que se puedan presentar?	58
Tabla 17 Pregunta 16. ¿Cree usted que las asociaciones deben analizar las características del entorno para ser pertinentes con las expectativas de los asociados?	59
Tabla 18 Pregunta 17. ¿Como productor de café, considera que la asociatividad puede impulsar el cuidado del medio ambiente en los procesos relacionados en esta actividad agrícola?	60
Tabla 19 Pregunta 18. ¿Considera que una Asociación puede incentivar la incorporación de ciencia y tecnología en el desarrollo de la producción de café?	61
Tabla 20 Pregunta 19. ¿Cree usted que al pertenecer a un grupo asociativo mejorara la eficiencia en los costos de inversión sin afectar la calidad del producto?	62
Tabla 21 Pregunta 20. ¿Considera que la innovación en los productos mejora la competitividad en el mercado?	63
Tabla 22 Pregunta 21. ¿Considera que en las asociaciones existe equidad para todos sus asociados?	64
Tabla 23 Pregunta 22. ¿Cree usted que las asociaciones cumplen con el espíritu de la Economía Solidaria?	65
Tabla 24 Pregunta 23. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?	66
Tabla 25 Pregunta 24. ¿Considera que si perteneciera a una Asociación tendría más estrategias de mercado para que se reconozca un precio justo para los Productores de Café?	67
Tabla 26 Pregunta 25. ¿Considera que las Asociaciones promueven el acceso a productos financieros en condiciones más favorables?	68
Tabla 27 Pregunta 26. ¿Cree usted que las asociaciones trabajan para consolidar canales para la comercialización e internacionalización de los productos que cosechan los asociados?	69

Tabla 28 Pregunta 27. ¿Si perteneciera a una Asociación estaría de acuerdo en invertir los recursos adquiridos por los asociados para crear bienestar?	70
Tabla 29 Pregunta 28. ¿Ha recibido apoyo de organizaciones institucionales (Gobierno) en su proceso productivo (Maquinaria o Abono)?	71
Tabla 30 Pregunta 29. ¿Considera que las reuniones en las Asociaciones deben ser de manera permanente para lograr los objetivos?	71
Tabla 31 Pregunta 30. ¿Le gustaría ser miembro activo de una Asociación en los próximos 5 años?	72
Tabla 32 Pregunta 31. ¿Considera que por medio de las Asociaciones su empresa puede llegar a ser más competitiva?.....	73
Tabla 33 Pregunta 32. ¿Cree Usted que las Asociaciones trabajan por una meta en común?	74
Tabla 34 Cronograma infográfico anual de las actividades planteadas en la propuesta.	
Fuente: Propia.....	87

Resumen

En el corregimiento de Guacacallo, la mayor parte de población tiene actividad principal el cultivo de café, con la finalidad de promover la mejora de prácticas relacionadas con el trabajo comunitario, la competitividad y el desarrollo de canales de comercialización, como objetivo principal se busca determinar cómo la asociatividad puede conducir a la competitividad de esta población.

Por lo anterior, se realizó un trabajo de investigación el cual se desarrolló a través de un estudio de naturaleza mixta con enfoque descriptivo, a través de una encuesta a los productores de café del corregimiento y entrevistas semiestructuradas a los presidentes de los grupos asociativos, con una muestra de 250 productores y una confiabilidad del 95%, caracterizando algunas de sus prácticas, se espera contribuir al análisis sobre el modelo o estrategia que puede adoptar esta población para incrementar satisfactoriamente los resultados en la cadena de comercialización del café.

En los resultados se evidencia, que se reconoce el papel de la asociatividad como insumo para el desarrollo de estrategias de la comercialización del café, también existen muchos usuarios que deciden no actuar en colectivo, sino solos. Es decir, la cooperación y gestión como una de las bondades del modelo asociativo debe fortalecerse mediante estrategias que permitan convertirlo en herramienta de preferencia en los productores de café en la zona objeto de estudio.

Planteamiento Del Problema

El Impacto que presenta la globalización en el desarrollo de las unidades empresariales de carácter local y regional en todo el mundo es inevitable. En este sentido, es importante plantear diversas estrategias que estén fundamentadas en modelos productivos de cooperación de carácter emergente que pueda incentivar una serie de bondades de carácter económico que puedan traer las alianzas estratégicas para incrementar el desarrollo económico a partir de un trabajo articulado dentro de cada sector económico.

En un entorno de desarrollo internacional de amplia competencia, las organizaciones más fuertes son las que presentan mayor capacidad de respuesta frente a las necesidades comerciales que son el resultado de la competencia económica. Así mismo, cuando se requiere fortalecer y afianzar los mecanismos comerciales para atender la competitividad, cuando no se logra el crecimiento empresarial estará supeditado a las circunstancias propias del desarrollo empresarial según Sánchez (2012). En la actualidad, se convierte en una necesidad responder a los desafíos establecidos por el mercado mundial. Por lo tanto, no les será posible desarrollarse sobre el sustento del mercado externo, amenazando la propia supervivencia de la organización, debido a que la competencia extranjera también puede fortalecerse en su propio mercado local.

En esta época, el desafío más importante que afrontan los países de habla hispana en materia de competencia y articulación frente a la economía mundial es incorporar su estructura organizacional en función de los cambios que presenta la dinámica del comercio internacional con el propósito de asegurar un amplio desarrollo de la actividad empresarial. En la última década, con el desarrollo del mercado internacional, viene aumentando el grado de apertura económica, lo que obliga a las organizaciones a pensar en nuevas estrategias que les permitan desarrollar diversas oportunidades de forma ampliamente competitiva con la intención de posicionarse en el segmento

de su mercado en los primeros lugares. Por esta razón, para alcanzar este objetivo es necesario fomentar unas habilidades para enfrentar las circunstancias del entorno que suelen ser muy complejas, por esta razón para un número considerable de organizaciones, estas actividades requieren otras actividades que exigen un compromiso adicional, sobre todo si se trata de un labriego que desarrolla una actividad agrícola en pequeña escala, debido a que suelen presentarse muchas situaciones que interfieren con el desarrollo de su actividad económica.

Los países emergentes son espacios territoriales en los que a través del tiempo se ha promovido el desarrollo de la agricultura como fuente de desarrollo económico, teniendo en cuenta la diversidad en materia de ecosistemas y biodiversidad, riqueza de sus suelos e importancia del desarrollo del campo como fuente de ingresos, razón por la cual se insiste en la importancia del desarrollo de la producción de alimentos, debido a la posibilidad de visibilizar condiciones excepcionales que pueden eventualmente garantizar la diversidad y riqueza de lo que se produce en este renglón de la economía.

Colombia no es la excepción, es un país con una amplia riqueza en materia de actividades del campo, en el cual el café se constituyó en un producto insignia durante muchos años, siempre referenciando su calidad como fuente de desarrollo económico que permitió durante parte de la historia convertirse en un factor importante para la consolidación del Producto Interno Bruto.

En la actualidad, el café como producto viene realizando una transición para convertirse en un artículo de primera necesidad y demanda internacional dadas las condiciones de sabor y textura que viene incorporando resultado de nuevas prácticas agrícolas en donde el suelo junto con la mezcla de otras variables como la flora, permite a departamentos como el Huila liderar durante los últimos años la producción de Cafés Especiales, un producto con el mayor valor reconocido por el mercado ya que representa una oportunidad para darle valor a los cafeteros del país y en Colombia

se tiene alrededor de 197 mil caficultores en la producción de este al año 2014 (FNC, 2014, pág. 28).

Existen diversas zonas en el departamento del Huila donde se desarrolla la caficultura a gran escala, simbolizando el 18% de la producción nacional con 2.5 millones de sacos de café según el Comité de Cafeteros del Huila (2021), pero quizás el más representativo por los avances demostrados tanto en producción del grano como la calidad y la variedad de sus derivados es el municipio de Pitalito desde el año 2007 según el Comité de Cafeteros del Huila (2007) hasta la actualidad, posicionándose como líder en producción con 26389 Toneladas en el 2020 (Machado, 2022), municipio ubicado en el sur de la región en donde se contemplan los paisajes del macizo colombiano. En este territorio se destaca la población de Guacacallo, un corregimiento ubicado a 15 Kilómetros del casco urbano de Pitalito en donde se concentra hace muchos años una actividad constante de producción de café, mediante una entrevista realizada en esta investigación al señor Edwin Muñoz destacado caficultor y líder de una asociación del corregimiento de la zona refiere que:

Es muy importante la promoción de la asociatividad para conducir a la competitividad permitiendo que la población pueda incrementar sus mercados y desarrollar alianzas con compradores internacionales para en muchos casos evitar en las negociaciones los intermediarios y así mismo vender su producto en un valor favorable.

De otra parte, el señor Pablo Rojas también reconocido caficultor y líder en la asociación de trabajadores de la vereda el tigre de la zona señala:

El Asociarnos ha sido un propósito por que es una forma importante de lograr oportunidades en el mercado internacional que garanticen nuevos clientes en donde se pueda afianzar con el paso del tiempo las relaciones comerciales para amortiguar los cambios permanentes en la tasa de cambio de la moneda extranjera.

Por lo tanto, ambos productores del grano consideran importante incentivar la asociatividad en su comunidad.

En tal sentido, a pesar de evidenciarse una demanda favorable de este producto a nivel internacional, tanto así que, el café especial o denominación de exportación sale del país para ofertarse en escenarios distintos al nacional, los caficultores no logran mejorar sus ingresos ni las condiciones necesarias que puedan garantizar niveles de competitividad acordes con la actividad económica que realizan, esto se debe a múltiples factores: en su mayoría realizan sus labores de producción de café de manera rudimentaria, buena parte de los productores posee una educación de bajo nivel que no les permite atender la formación y capacitación necesaria para un mejoramiento continuo, así mismo no cuentan con el capital económico necesario para emprender alternativas de comercialización autónoma, teniendo que acudir a los intermediarios. Esto genera una serie de consecuencias en las cuales se puede observar: una producción limitada, mínima comercialización lo que no permite incentivar el trabajo cooperativo.

Debido a lo antes dicho, en Colombia en la última década se han promovido una serie de estrategias y propuestas dirigidos al sector agropecuario en función de contribuir a la calidad de vida de la población rural que se dedica a esta actividad económica, donde es muy frecuente que se apoye a través de estas actividades: incentivos a la capitalización para la población del campo, fondos de garantía para el desarrollo de las actividades agropecuarias, líneas especiales de crédito en entidades financieras del sector y estrategias que permitan fortalecer las habilidades agropecuarias tradicionales Departamento Nacional de Planeación (2014) .

Estas estrategias han tenido como propósito fortalecer el desarrollo de la producción agrícola en Colombia permitiendo reducir costos, fortaleciendo el mercado con la posibilidad de generar amplias posibilidades de negociación e integración económica. Estos objetivos no se pueden alcanzar a plenitud, teniendo en cuenta que el pequeño productor no tiene las herramientas

necesarias para participar en las actividades de la política pública propuesta para el mejoramiento de estas comunidades en su desarrollo económico y social, según el Departamento Nacional de Planeación (2014).

Según Piedrahita (2011) Los campesinos tuvieron que buscar múltiples alternativas para la producción y comercialización de sus productos, por lo que han tenido que desarrollar diferentes formas de agremiación se acercaron como alternativa a la crisis generada por la ampliación de las dinámicas comerciales de mercado que impuso la globalización desde los años noventa, muchos de estas actividades económicas relacionadas con la producción de cafés especiales en el cual provocaron que algunos derivados de este producto fueran incorporados al mercado y así mismo pudieran convertirse en productos comercializables. En este sentido se puede hacer mención específicamente del departamento de Antioquia, en el cual se puede resaltar la Cooperativa de Caficultores de Salgar con sede en Betulia, que surgió de la necesidad de los caficultores de organizarse para promover el mercado del café y evitar la especulación en la comercialización de este producto.

La dinámica social del municipio de Pitalito - Huila se caracteriza por que los habitantes de la región conviven dentro de una problemática, que va desde la descomposición social, inseguridad, aislamiento, hasta la pobreza, debido principalmente a la falta de capacitación, de organización e iniciativa, desaprovechando así, las ayudas que pueden prestar algunas organizaciones y entidades, como es el caso de la Federación Nacional de Cafeteros, el Banco Agrario, el Fondo Nacional de Garantías, entre otras que pueden contribuir a la generación de mayores ingresos en el desarrollo de sus actividades, pero en ocasiones las condiciones de carácter individualista de los productores de café hace que el mercado de este, presente un alto número de intermediarios los cuales se quedan con la mayor parte de la utilidad y hacen parecer que la producción de café no es rentable.

Por lo tanto, es difícil para cada productor tener la capacidad de garantizar que su producción sea muy rentable, cuando trabaja de forma aislada del mercado general. Esta es una característica propia de los caficultores que no les posibilita acceder a la tecnología necesaria para ampliar su oferta, el financiamiento y modernización de las herramientas en su producción, por lo tanto, en la mayoría de los casos esto afecta la competitividad en el ámbito regional y nacional. Este es el caso de los pequeños productores de café del corregimiento de Guacacallo en Pitalito-Huila.

Por ello, es necesario promover la asociatividad que permita ampliar la comercialización justa de sus productos, en los cuales los beneficios deben reflejar una mejor calidad de vida de los habitantes de las áreas mencionadas, sin afectar el territorio y el desarrollo de la capacidad agrícola. En este sentido, se recomienda realizar un estudio sobre la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo la Asociatividad puede fortalecer la competitividad de los productores de café en el corregimiento de Guacacallo Pitalito – Huila?

Objetivos

Objetivo General:

Determinar de qué manera la asociatividad puede conducir a la competitividad en los productores de Café del corregimiento de Guacacallo Pitalito-Huila.

Objetivos Específicos:

- Caracterizar a los principales productores de café del corregimiento de Guacacallo.
- Identificar los grados de asociatividad según el alcance: geográfico, sectorial, especializado.
- Establecer las prácticas de comercialización que realizan los caficultores del corregimiento de Guacacallo, Pitalito (Huila), que influyen en la competitividad.
- Estructurar una propuesta que permita a los caficultores del Corregimiento Guacacallo Pitalito (Huila), reconocer los diversos modelos de asociatividad en búsqueda de la competitividad.

Justificación Del Proyecto

Un buen grupo de las naciones que han desarrollados convenios bilaterales con Colombia realizan compran de amplias cantidades de café. Es posible que parezca una actividad poco significativa, pero la comparación que podría realizarse con otras naciones que tienen alguna relación comercial con Colombia, evidencia que presenta muchas ventajas competitivas y económicas con los países donde existe ese intercambio económico y comercial. En este sentido es importante resaltar que las naciones que no realizan compras de grandes cantidades de café son territorios necesariamente productores del grano, en los cuales se pueden mencionar algunos países de Centroamérica, (Nicaragua, El Salvador, Panamá) Mercosur, Norteamérica, Comunidad del Caribe.

Por esto, es importante resaltar que Colombia como país esencialmente productor tiene la suerte de presentar las diversas variables climáticas que intensifican las condiciones mercado para brindar producto fresco a nivel global en diversas temporadas del año, razón por lo cual en esta propuesta de investigación se pretende realizar un estudio que permite analizar las condiciones propicias para incentivar la promoción de la asociatividad como estrategia para que los caficultores de la región de Guacacallo del municipio de Pitalito (Huila), puedan fortalecer el desarrollo de la cadena productiva de la región.

Según el trabajo de Cerquera y Orjuela (2015) , el café tiene un papel importante en el desarrollo de la historia de todo el país, no solo por la importancia económica que incide en el comportamiento del PIB de Colombia, sino también por su impacto en la realidad social y cultural de sus ciudadanos. Así mismo el café ha contribuido de manera fundamental e importante en el desarrollo económico, social e institucional del país. En un amplio margen del siglo XX, el café se convirtió en el producto insignia del crecimiento económico a partir del desarrollo de las exportaciones como alternativa comercial, en el cual fortaleció el desarrollo del mercado interno,

donde el transporte y la logística se constituyeron como herramientas decisivas para ampliar la comercialización de nuevos mercados, generando un alto nivel de ocupación de mano de obra sin formación o experiencia.

Según la Organización Internacional del Trabajo “OIT” Colombia es el tercer productor de café en el planeta después de países como Brasil y Vietnam. El cultivo de este producto en Colombia sigue jugando un papel determinante en la economía nacional, especialmente en el desarrollo del campo agropecuario; según el DANE (2017), la participación del café en el PIB agrícola de Colombia durante 2017 fue de 12,1% y su participación en el PIB nacional fue de 0.9%, en Colombia, el 43,7% de los cultivos de café se concentra en tres departamentos: Huila (17,1%), Antioquia (13,9%) y Tolima (12,7%).

Por esta razón, se debe realizar un estudio que permita determinar la viabilidad de promover un modelo de asociatividad con la finalidad de contribuir en los indicadores de competitividad, pues de esta manera se puede incentivar el desarrollo económico y social de esta región del país, lo que se verá reflejado en el crecimiento de los cafés especiales. Teniendo en cuenta que los caficultores presentan muchas dificultades debido a las limitaciones que estos presentan en la producción y comercialización, por lo cual el grano en la mayoría de los casos debe venderse a intermediarios que facilitan su distribución, pero así mismo se debe sacrificar los márgenes de ganancia por ausencia de solidez financiera y la capacidad para desarrollar estrategias que permitan fortalecer la cadena de producción y transporte.

Aquellos pequeños productores agrícolas que deben adoptar condiciones negativas en muchos casos para fomentar una relación estrecha entre la oferta y demanda en el plan de competitividad internacional.

Los pequeños productores de café del corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila) se caracterizan por su liderazgo en la producción del grano en la zona Sur del departamento del Huila,

aunque se ubican en la zona rural del municipio de Pitalito, suelen presentar muchas dificultades para adelantar su actividad económica, debido al poco capital existente para desarrollar su actividad económica, ausencia de canales de comercialización, por esta razón es importante evaluar la dinámica de productividad que se presenta en la región y la percepción que tienen los productores sobre las posibles estrategias que puedan fortalecer la competitividad de su entorno a pesar de las limitaciones que tienen en el desarrollo de actividades agrícolas poco tecnificadas y la ausencia del apoyo gubernamental.

Marco Referencial

Antecedentes o Estado del Arte

Existen algunos estudios realizados que demuestran como el fomento de la asociatividad conduce a la competitividad y fortalecer el desarrollo de nuevos mercados entre ellos tenemos:

En primer lugar, la Investigación de Bada et al. (2017) tiene como objetivo principal, tal como su título lo indica, plantear un modelo de asociatividad en cadena productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) agroindustriales en cítricos del norte del estado de Veracruz en México, en el cual se pueda describir la medida en que los actores directos y a su vez los indirectos, como lo son el servicio de apoyo, el entorno, las relaciones y las políticas del gobierno puedan establecer la asociatividad en el mercado, ya que no existe tal modelo para representar la cadena productiva en este caso.

Como método de investigación se basaron en el método hipotético-deductivo, donde a partir de su objetivo principal, objetivos específicos, planteamiento del problema y preguntas de investigación se generó una hipótesis general: “En el modelo de cadena productiva de las MIPYMES agroindustriales en cítricos del norte del Estado de Veracruz, su asociatividad es descrita por los actores directos, el entorno, los servicios de apoyo, las relaciones y las políticas de gobierno”. (pág. 10)

Junto con hipótesis de trabajo, con un muestreo de tipo probabilístico a la población elegida, quienes fueron los gerentes y dueños de las MIPYMES agroindustriales en cítricos del norte del estado de Veracruz, se les realiza un cuestionario a 38 empresas y una prueba piloto a 10 empresas, finalmente se recogen y codifican los datos para realizar los respectivos análisis de tipo descriptivo, correlacional, de conglomerados y de factores hasta obtener el modelo de asociatividad que se puede aplicar en el contexto en Veracruz.

Se realizaron distintas pruebas estadísticas (Ji cuadrada, RMSEA, GFI, CFI, entre otras) que a su vez fueron ajustadas y que permitieron confirmar la hipótesis creada, ya que los grados de significancia de las correlaciones entre las variables que interactúan son significativos, entre los resultados tenemos que: La correlación más dominante es de 0.992 en la variable de asociatividad, seguida de 0.796 en la variable de actores directos, 0.701 en la variable de servicios de apoyo, 0.408 en la variable de Políticas del gobierno, 0.404 en la variable del entorno y la más baja de 0.402 en la variable de relaciones.

Se concluye que en este contexto de estudio solo los actores directos, los servicios de apoyo y las políticas del gobierno tienen dominio sobre la asociatividad, proponiendo como modelo “teórico” un sistema de producción en el que los actores directos son los productores de cítricos, la agroindustria, la comercialización y los consumidores o clientes finales.

En segundo lugar, encontramos la encuesta realizada por la Universidad Nacional Agraria de La Molina en Lima, Perú, aplicada en 2015, donde se publicó el artículo “Asociación para el Fortalecimiento de la Competitividad de los Pequeños Productores Agricultores”, con el objetivo de identificar y analizar la relación entre los pequeños agricultores productores y el desarrollo de la producción en masa, en el que se desarrollan estrategias de vinculación para aumentar la competitividad de los pequeños agricultores. Ganando lugar en los mercados nacionales e internacionales, este estudio se basa en una serie de encuestas realizadas a hogares de pequeños agricultores y representantes de diferentes tipos de organizaciones concluyendo que, en Perú, la conectividad fortalecida como un sistema regulatorio puede mejorar significativamente la competitividad de los pequeños agricultores.

Las actividades locales para mejorar la competitividad son: asociaciones, cooperativas y sociedades de agricultores. Segundo: los sectores productivos y los conglomerados o redes o uniones de empresas verticales y horizontales y asociaciones agrarias con función social. Esto tiene

como objetivo crear condiciones para que los pequeños productores tengan hábitos comerciales comunes, mayores ventajas económicas, mejor calidad, oportunidades para ingresar al mercado, acceso a recursos financieros y menores costos para desarrollar su actividad económica, haciendo así referente al actual trabajo a realizar donde se busca principalmente fortalecer la competitividad de los productores de Café del corregimiento Guacacallo en Pitalito, Huila por medio de la innovación, generando beneficios no solo para la empresa que entraría como figura sino también a la comunidad vecina del corregimiento.

En este mismo sentido, el autor Vásquez (2015) señaló en su investigación “*Propuesta de plan de negocios para la exportación de cafés especiales a la República de Corea*” que una buena producción y, lo más importante, productos de alta calidad pueden llevar a la codiciada exportación de cafés especiales. A nivel internacional, estas condiciones se promueven con la ayuda de la Federación Nacional de Cafeteros, la cual estipula las reglas para el establecimiento de cafetales con las mejores condiciones para lograr granos de café perfectos, que pueden ser tostados, empaquetados, y Logística para que el café procesado pueda llegar al cliente final.

Por otra parte, en tercer lugar tenemos que Santucci et al. (2013) buscan analizar desde la perspectiva de la gerencia del conocimiento a los principales clusters (grupos empresariales) de Argentina, los cuales son siete, para de esta manera investigar cómo las empresas que entran a estas figuras asociativas mejoran en la competitividad y en la implementación de las innovaciones generando así beneficios a las comunidades.

Su metodología fue descriptiva, utilizando el método de casos múltiples con las categorías: Estudio de las empresas, universidades y cámaras que los integran, políticas públicas nacionales y provinciales, y documentos sobre resultados obtenidos de la aplicación de políticas de clusters, con instrumentos como entrevistas a expertos nacionales e internacionales sobre función pública y

privada, y a gerentes y/o coordinadores de clusters, análisis de documentos anteriores sobre los grupos empresariales y descripción y análisis de los datos y observación en el lugar de los clusters.

Para cada cluster se realizó una triangulación de datos y fuentes con el fin de simplificar la descripción de cada uno de los siete casos, los cuales están ubicados en distintos sectores de la industria, aplicando los instrumentos especificados en la metodología, lo que arroja que los clusters más maduros o antiguos que se encuentran más relacionados con las universidades generan más innovación, los clusters más recientes están creando recientemente la gestión del conocimiento para crear ideas innovadoras.

Este artículo concluye que efectivamente los clusters son asociaciones que logran el buen manejo del conocimiento y de la innovación en las empresas que los conforman, cumpliendo con las políticas públicas relacionadas con la asociatividad promoviendo competitividad y desarrollo a la comunidad, haciendo así referente al actual trabajo a realizar donde se busca principalmente fortalecer la competitividad de los productores de Café del corregimiento Guacacallo en Pitalito, Huila por medio de la innovación, generando beneficios no solo para la empresa que entraría como figura sino también a la comunidad vecina del corregimiento.

Por otro lado, en lo concerniente a referencias nacionales encontramos que Grueso Hinestroza et al. (2011) buscan determinar acciones innovadoras que se introdujeron en un grupo de empresas (cinco específicamente), las cuales, componen una red empresarial del sector cosmético de la ciudad de Bogotá en Colombia desde el año 2006. A dichas empresas se les realizó una investigación de tipo no experimental, en el que por medio de un cuestionario enviado por medio de correo electrónico basado en variables sociodemográficas que permitieran conocer rasgos del participante, en este caso, gerente o socio de las empresas en estudio, y por otra parte se indagaban aspectos afines a la introducción de las innovaciones entre 2008-2009 en tres rubros:

mejoras en procesos de investigación, actividades relacionadas con las innovaciones de productos y procesos, así como relacionadas con la mercadotecnia y organización.

Los datos obtenidos se analizaron por medio de la teoría de grafos, presentando los resultados con dos medidas de centralidad en la teoría de redes (Degree “Deg” y eigenvector “EV”), para el primer rubro los mejores resultados los obtuvieron los siguientes ítems: Implementación de actividades de investigación y desarrollo (EV=0.535), Financiado de actividades (EV=0.228) y compra o construcción de prototipos para actividades (EV=0.155); para el segundo rubro se crearon cuatro subescalas, en donde la adquisición de conocimientos en el exterior en distintas actividades son poco implementados (Deg=1); en cuanto a adquisición de maquinaria, equipos y otros bienes de capital, los más comunes son Herramientas (Deg=5, EV=0.283), Equipos, máquinas y terreno (Deg=4, EV=0.240) y programas informáticos (Deg=3, EV=0.182), por otro lado para la preparación del mercado la realización de test de mercado es la más frecuente (Deg=5), luego la publicidad (Dg=4) y posteriormente los estudios de mercado (Deg=3), para las actividades de formación la de mayor ejecución es la capacitación para instaurar nuevos métodos de mercadeo (Deg=5).

Finalmente, para el tercer rubro se obtuvo que todas las empresas analizadas han realizado al menos una de las actividades propuestas para la preparación destinada a las innovaciones de mercadotecnia, igualmente para las actividades en relación con la preparación destinada a las innovaciones en la organización. Del estudio se tiene como conclusión principal que la red empresarial en cuestión introduce innovaciones en los distintos rubros mencionados con todas las normas establecidas, mejorando así los procesos y procedimientos de producción y administrativos.

Se puede proponer al estudio de los productores de café del corregimiento de Guacacallo en Pitalito, Huila la implementación de mejoras principalmente en las actividades relacionadas con los productos (Café) por medio de los procesos que se están manejando, además como se está llevando

a cabo la organización de su personal y la mercadotecnia actual, y por tanto, a través de estas mejoras que serían a su vez innovadoras, lograrían fortalecer su competitividad en el mercado agrícola principalmente.

Además, encontramos que en el municipio de Duitama se destaca la investigación de Serrano et al. (2017) destinada a fortalecer empresarialmente a las mujeres cabeza de familia en temáticas relacionadas con el proceso asociativo en diferentes áreas agroindustriales, de emprendimiento y proyectos productivo. Este trabajo evidencia la articulación un sector agrícola donde se conformó una red de productores de tomates, en el cual se aplicó la metodología de tipo cualitativo de carácter inductivo, como resultados se resaltan la conformación de redes empresariales para la actividad agrícola y la metodología de participación de acción; se hace especial énfasis en el proceso de planificación estratégica asociativa, el cual es vital para la conformación de una red empresarial donde todos sus integrantes estén involucrados. (Serrano Amado et al., 2017).

En el Departamento del Huila se destaca el trabajo de investigación de Mendez y Vinasco (2015) que permitió determinar el grado de competitividad de las asociaciones de productores prestadores de servicios ecoturísticos en los municipios de San Agustín y Pitalito, en el departamento del Huila (Colombia). La investigación se realizó a 11 asociaciones de productores, durante los meses de septiembre a noviembre de 2004, a prestadores de servicios ecoturísticos, en los municipios de San Agustín y Pitalito en el Huila (Colombia), donde aprovechan los recursos culturales representados en el parque arqueológico de San Agustín, Patrimonio Cultural de la Unesco y las bondades ambientales del Macizo Colombiano.

El modelo de investigación del presente trabajo es de corte mixto, de tipo descriptivo no experimental, con toma de datos transversal. El instrumento de recolección de la información fue una encuesta, basada en la revisión de los modelos de gestión competitiva del turismo y evaluó

cuatro aspectos: innovación, oportunidades de negocio y acceso a mercados, cooperación empresarial y asociatividad y financiamiento. Como conclusión de la presente investigación se puede afirmar que el turismo rural comunitario, en las condiciones actuales, no es competitivo y que, a pesar de su enorme potencial, es un sector poco desarrollado que requiere de inversiones cuantiosas para convertirse en una alternativa real de mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades rurales (Mendez & Vinasco, 2015).

En el actual trabajo se pretende utilizar este tipo de investigación que se desarrollará a través de un estudio de naturaleza mixta con enfoque descriptivo. Este mide el grado de relación que existe entre las variables que conducen a la asociatividad como factor que promueve la competitividad, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, tal como lo describe Hernandez Sampieri (2018), permitiendo evidenciar la conducta y el comportamiento de los caficultores.

para proponer de manera adecuada el modelo de asociatividad que es necesario para los productores de café en el corregimiento de Guacacallo en Pitalito, Huila, de acuerdo con sus características, condiciones, entorno y variables que se correlacionen entre sí.

En Colombia también, la Universidad de Santo Tomás publicó el artículo sobre Cultura organizacional de Colombia: perspectivas de revistas científicas realizado por los autores Ruiz & Naranjo (2012), con el objetivo de comprender la cultura organizacional de Colombia mediante el estudio de la cultura organizacional de Colombia. 14 artículos seleccionados de investigación científica y tecnológica, cuyo tema central son los patrones culturales que influyen en los comportamientos sociales y organizacionales, que continuarán existiendo en el tiempo. Los resultados obtenidos de este estudio muestran que la disciplina que más estudia la cultura organizacional es la gestión, seguida de la psicología, la primera adopta un enfoque empírico y la segunda una perspectiva más reflexiva.

Los autores Fuentes & Llanos (2016) en su artículo estratégico sobre el desarrollo de una estrategia para desarrollar capacidades dinámicas en una microempresa del clúster de confección de Juan de Acosta en la costa atlántica de Colombia. Es posible determinar que los emprendedores de la región tienen baja capacidad de innovación, por lo que la estrategia formulada se basa en una combinación de liderazgo en innovación, alianzas emprendedoras e imitación de la innovación, pudiendo ser utilizada en microempresas. Esta estrategia logro en su momento un gran éxito en el campo de la confección.

Marco Teórico

Según Velaochaga E. (2020) en su investigación concluyó “que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,646$), por lo que se concluye que la asociatividad se relaciona de manera directa y significativa con la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina”, en donde se demuestra la incidencia de las variables que fundamentan la asociatividad como factor de éxito en el desarrollo de nuevos mercados.

Continuando con el marco teórico se puede evidenciar con Hernandez et al. (2019) donde explica cómo el crecimiento de la cooperación puede convertirse en la ventaja competitiva más importante en el mundo actual caracterizado por el crecimiento de la globalización, donde la clave para aumentar y desarrollar la productividad pasa por el uso y fortalecimiento de asociaciones que fomenten el comercio o la cooperación económica, en la mayoría de los casos estas estrategias son respuestas a la crisis que existe en las relaciones comerciales en la actualidad, ya que las pequeñas y medianas empresas, en ausencia de apoyo financiero externo, tienen que influir en los patrones de producción que, en última instancia, determinan el resultado de su actividad económica.

Por otra parte, Porter (2017) destaca las contribuciones positivas que hacen las dinámicas competitivas y colaborativas entre empresas u organizaciones. Estas estrategias pueden conducir a un mejor desarrollo e innovación, permitiendo que el desempeño de los grupos planetarios mejore

significativamente sus métricas, mientras que la teoría de redes enfatiza la importancia de aumentar el poder de la innovación. El entorno social, la cultura, la infraestructura de investigación y las redes que establecen la relación entre la empresa y los actores regionales son los factores que configuran el éxito duradero del desarrollo de la actividad económica. “Un clúster es una concentración geográfica de empresas interconectadas, proveedores de servicios profesionales y entidades de prestación de servicios en actividades y organizaciones relacionadas, como universidades y asociaciones industriales., etc.” (Porter, 2017).

En el libro “*Economías Solidarias en América Latina*” Díaz (2015) se encuentran dos conceptos importantes para la economía: Formalista y Sustantivista, siendo esa segunda una abreviación del pensamiento en la economía solidaria, en donde se proponen formas de integración social para lograr la satisfacción de necesidades materiales, principalmente la reciprocidad, definiendo finalmente esta economía solidaria como una forma de producir, intercambiar, consumir y distribuir la riqueza centrada en la valorización del ser humano y no en el capital, basándose especialmente en la asociatividad y la cooperación, ya que este término de economía solidaria está inmerso en la definición de una buena asociatividad empresarial, generando el valor de cambio (productividad y competitividad) en las nuevas condiciones de producción y comercialización, manteniendo los compromisos y exigencias de manera sensata por parte de los asociados.

Según Mathews (2014) en el libro “*Asociatividad Empresarial*”, es el esfuerzo de cooperación interempresarial en el que su objetivo es mejorar la gestión, productividad y competitividad de las empresas participantes, distinto a las asociaciones o gremios empresariales para los que su objetivo es la representatividad frente al sector público y la defensa de intereses sectoriales. Adicionalmente, define cuatro modelos de asociatividad empresarial los cuales se pueden emplear, como son: Franquicias (modelo de negocio mediante el cual una empresa exitosa

en determinado rubro, transmite a otra el derecho de usar su marca comercial a cambio de un pago más regalías), Consorcios (Alianzas estratégicas horizontales entre pares con una finalidad y acción conjunta encaminada a la mejora de la competitividad de las empresas implicadas), Joint Venture (Acuerdos contractuales entre dos partes para dividir riesgos y beneficios “Joint Venture Contractual” o accionarios para formar una tercera entidad en la que se desarrollen actividades específicas “Joint Venture Corporativo”) y por último, Subcontratación (Proceso económico en el que una empresa destina funciones por medio de un contrato a otra organización en la cual es especialista).

Narváez et al. (2009) mencionan en su artículo, Asociatividad Empresarial: Un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná:

La condición para que un sector empresarial sea competitivo no solo implica la producción, eficiencia y manejo de sus costos, sino que además se deben conformar competencias para aumentar el valor agregado de los productos y servicios que ofrecen, y esto se logra conformando asociaciones empresariales optimizando así capacidades como: gestión administrativa, calificación del recurso humano, gestión del conocimiento tecnológico, innovación, entre otros, teniendo en cuenta también que para ser parte de estas asociaciones se requieren capacidades para actuar cooperativamente, construir redes, concertaciones y correlaciones en su interior por parte de las empresas participantes. (p 10-11).

Por su parte Franco (2009), indica que la asociatividad empresarial es: “comprometer, mediante la identificación de objetivos y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esfuerzos individuales dispersos, en propósitos de mejoramiento de los niveles de desempeño empresarial, que facilite la sostenibilidad y crecimiento de las empresas en aras de la

competitividad de los negocios, que les permita enfrentar en mejores condiciones la competencia globalizada”.

Según Unda (2008) en su libro *Association of Small Producers in Farmer Economic Organizations: Broccoli Chain, 2005-2007*; realizó un estudio sobre la producción rentable de productos básicos (coliflor) en la provincia de Chimborazo, a través de un grupo de organizaciones económicas campesinas organizadas y potencialmente viables financieramente, que puedan superar las barreras de entrada y así superar los costes de comercialización estableciendo márgenes de beneficio razonables para su actividad económica que aseguren sus beneficios y les ayuden a superar la situación actual.

Este estudio presenta los siguientes objetivos: a) Analizar las funciones administrativas y financieras de las organizaciones económicas de agricultores para ayudar a los pequeños productores agrícolas a superar las barreras de entrada y asumir los costos de transacción de las conexiones comerciales. b) Basado en la experiencia y el asesoramiento de gestión de las organizaciones económicas de agricultores para mejorar sus capacidades organizativas, comerciales y financieras. Para lograr los objetivos planteados, el autor ha desarrollado una investigación empírica y teórica en la que recopila amplia información de fuentes primarias a través de entrevistas y encuestas a los socios y dirigentes de la asociación, mientras que las fuentes secundarias recopilan información de diversos campos como libros y documentos institucionales.

Según Porres (2006) Una organización económica se define como “una organización cuyo objeto es la producción participativa de bienes, y en cuyo beneficio sólo participan los individuos que contribuyen a ese grupo significativo”. Comprender que solo la participación en este tipo de organización puede ayudar a los agricultores a beneficiarse de los resultados obtenidos. Según el escritor, “el trabajo de cualquier organización económica depende principalmente de factores

internos que determinan la capacidad de esa organización para trabajar en equipo para lograr los resultados que exigen las actividades económicas.

Rosales (1997) en su publicación, *La Asociatividad como estrategia de Fortalecimiento de las Pymes*, define que “la Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial donde cada una de las empresas que lo integran posee su independencia legal, jurídica y gerencial” (p. 4). Por tanto, deciden integrar un núcleo organizacional que les permita la obtención de objetivos colectivos, entre ellos, la adquisición de materias primas, el progreso en tecnología, investigación y desarrollo o acceso al financiamiento con garantías.

Por su parte Dini (1997), en su artículo “Forjando Aglomeraciones en Chile y Centroamérica. Enseñanzas de la Experiencia”. Se refiere a la asociatividad como:

La forma más sofisticada y avanzada en el proceso de integración empresarial, teniendo de este modo a empresas independientes colaborando entre sí, complementándose de recursos orientándose por tanto a ventajas competitivas que trabajando de manera individual no se podrían lograr. Algunos de los beneficios que este autor enmarca son la flexibilidad, el aprendizaje colectivo, las economías de escala, fuerza de negociación, crecimiento con equidad, competitividad local y sectorial, llevándolos así a una apertura de los mercados.

En este sentido, el sector agropecuario colombiano ha hecho un aporte muy importante a la economía nacional, tal como se analiza en el Plan Estratégico del Plan Nacional de Ciencia y Tecnología Agropecuaria de Colciencias 2005-2015. El plan señala que, en los últimos diez años, los estudios de política alimentaria han demostrado que existe una estrecha relación entre el sector agrícola y la vitalidad económica. Según el análisis comparativo, la agricultura ha contribuido al crecimiento de los países en desarrollo, especialmente de aquellos que carecen de tecnología y procesamiento de materias primas. A pesar de generar estos bajos ingresos, la agricultura aporta las tres cuartas partes de los empleos, casi la mitad de los ingresos y más del 50% de las exportaciones.

Por tanto, se concluye que el desarrollo agrícola, a través de su efecto exponencial sobre la producción, el consumo y el empleo, es un catalizador del crecimiento, en comparación con otros sectores económicos.

Según el autor Duarte (2017) en su investigación “*Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia*”, explica cómo la colaboración puede convertirse en la ventaja más competitiva en el mundo globalizado, convirtiéndose así en la clave para el aumento de la productividad mediante el uso de asociaciones empresariales o economías colaborativas como modelos, pero estas estrategias en la mayoría de casos han surgido como respuesta a la crisis que presenta las relaciones comerciales en el mundo contemporáneo, en el cual las pequeñas y medianas empresas ante la ausencia de apoyo financiero externo deben afectar los modos de producción que termina siendo un factor decisivo en el resultado de su actividad económica.

Marco Conceptual

Generalidades

Los conceptos o temas descritos en este marco conceptual son los siguientes: Asociatividad, Asociatividad Empresarial, Asociatividad en las PYMES y Competitividad en la Asociatividad, con la finalidad de esclarecer y poder diferenciar lo más importante de cada uno de ellos.

Asociatividad

Teniendo en cuenta el libro “Reingeniería socioeconómica y desarrollo endógeno sostenible. Un Programa para el desarrollo” de los autores Colmenarez & Delgado (2003), se define a la asociatividad como “una estrategia colectiva que poco a poco se ha transformado en una exigencia para que las empresas puedan mantenerse y crear ventajas competitivas, compartiendo riesgos para de esta manera poder tener una disminución en costos”.

Asociatividad Empresarial

Muñoz Hernandez (2019) plantea que un “modelo de asociatividad empresarial es una estrategia para fortalecer la competitividad de las pymes en el sector moda entre dichos países, ya que existe evidencia de que al estar asociadas las pequeñas y medianas empresas, tienen la posibilidad de superar obstáculos y limitantes como el acceso al crédito, tecnología e información del mercado así como la generación de conocimiento especializado”. (p.5)

En este sentido se logra evidenciar el papel de la asociatividad como factor sustancial para la promoción de la competitividad y como posibilidad de fortalecimiento de las cadenas productivas.

Asociatividad en las PYMES

Según Alarcón Villamil (2016) “la empresa debe estar inserta en una sociedad articulada, esta articulación se produce en sus regiones, en sus autonomías locales. En términos generales, las PYMES se desarrollan y generan su competitividad desde las regiones. Tienen desde su región y hacia otras regiones, nuevas oportunidades en la medida que logren articularse con otros sectores de la sociedad aprovechen y desarrollen nuevas formas e instrumentos de trabajo, desde la asociatividad hasta lo financiero”.

Competitividad en la Asociatividad

La Asociatividad, vista desde el enfoque de articulación productiva:

es una herramienta que utilizan las empresas para aumentar su competitividad, de modo que la competitividad sistémica a nivel meso económico, se basa en la creación de capital organizacional para articular estrategias productivas entre empresas, industrias,

producciones similares o relativas, a manera de clúster, para proseguir entre regiones o países. La eficiencia de dicho sistema se denomina Aglomeración. (Villarreal, 2002).

Marco Legal de Asociatividad

La asociatividad territorial dispone para su desarrollo de un sólido referente normativo en la legislación nacional. En efecto, conforme al artículo 286 de la Constitución Política de Colombia (1991), las entidades territoriales disponen de un catálogo de derechos que conforman lo que la Corte Constitucional ha denominado el núcleo esencial de la autonomía territorial, el cual se halla constituido “por aquellos elementos indispensables a la propia configuración del concepto, y especialmente por los poderes de acción de que gozan las entidades territoriales para poder satisfacer sus propios intereses” (Const., 1991).

De este modo, como proceso voluntario, la asociatividad por parte de entidades territoriales representa el ejercicio de “los poderes de acción” de sus autoridades para definir los esquemas que se acomodan a sus necesidades de desarrollo. En desarrollo de esta disposición constitucional, diversas normas legales han otorgado tratamientos y objetivos específicos en relación con la asociatividad.

Así, por ejemplo, la Ley 489 de 1998 del Congreso de Colombia (1998) (Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional) dispone que las entidades públicas podrán asociarse con el fin de cooperar en el cumplimiento de funciones administrativas o de prestar conjuntamente servicios que se hallen a su cargo, mediante la celebración de convenios interadministrativos o la conformación de personas jurídicas sin ánimo de lucro. De manera complementaria, la Ley 136 de 1994 del Congreso de Colombia (1994) modificada por la Ley 1551 de 2012 del Congreso de Colombia (2012), regula de manera general la institución de la asociatividad como la potestad de las entidades territoriales, particularmente los municipios, para

asumir, de manera conjunta la prestación de servicios públicos y el desarrollo de obras de carácter local, la que se expresa en la conformación de una entidad de derecho público.

Igualmente, la asociatividad es tratada por la Ley 617 de 2000 del Congreso de Colombia (2000), como un instrumento que permite la racionalización de gastos administrativos. En efecto, esta ley regula el mecanismo de asociación contractual entre entidades territoriales, el Gobierno Nacional y entidades descentralizadas de cualquier orden, con el propósito de asegurar la prestación de los servicios a su cargo, la ejecución de obras o el cumplimiento de funciones administrativas, “de forma tal que su atención resulte más eficiente e implique menor costo” según el Departamento Nacional de Planeación (2013).

Marco Contextual

Guacacallo fue la primera fundación en el Departamento del Huila que aparece con el nombre de villa de Guacacallo, hecha probablemente en 1539 y no en 1538 como se cree, cuya posible localización es la vereda de su mismo nombre al norte de Pitalito. Fue el nombre que los indígenas del Alto Magdalena daban al río grande. Se dice que es el nombre de una poderosa tribu que gobernaba la Cacica Gaitana y que estaba estratégicamente ubicada para ejercer dominios entre la región poblada de Cálamo y la aldea de la tribu de los Dimana (Timaná), que a la llegada de las milicias españolas fueron desplazados los aborígenes hacia el sitio que hoy ocupa Timaná a orillas del río del mismo nombre. Todo parece indicar que la región de Guacacallo presentaba condiciones favorables por su cercanía a Timaná, Pitalito, Cálamo y el Río Magdalena y desde este sitio se podía ejercer control territorial y militar. Según una declaración de Sebastián de Belalcázar rendida en Cartagena en 1539, manifestaba que había dejado fundados dos pueblos “el uno se llama Neiva y el otro Guacacallo” acuerdo 018 de 2007 (POT, 2007).

Se encuentra ubicado 13 km del municipio de Pitalito Huila se convirtió en corregimiento por propuesta hecha por líderes comunitarios de los cuales se destacaron José Israel Muñoz, Blanca Oliva Betancourt y Cristóbal Trujillo, mediante acuerdo NO 015 del 30 de mayo del 2001 año en la administración del doctor German Calderón por El corregimiento de Guacacallo está conformado por 6 veredas; centro poblado Guacacallo, el Tigre, Buenos Aires, las Colinas y Monserrate. Este corregimiento limita con los corregimientos de regueros, la laguna y la vereda Oritoguaz del municipio de Elías. La economía del corregimiento se basa de la caficultura.

Características Culturales

Este corregimiento hace parte del anillo turístico ya que cuenta con un número importante de piezas arqueológicas dispersas. Dentro de los eventos culturales se celebra las fiestas de san pedro anualmente donde se integran las diferentes veredas, fiesta patronal en honor a nuestra señora del Carmen y la fiesta de las cosechas en honor a san Isidro.

Centro poblado Guacacallo

El centro poblado es el área central de comercio, tiene aproximadamente 1251 habitantes, cuenta con los servicios de acueducto por bocatoma, energía eléctrica y una parte de la población con alcantarillado PTAR (planta de tratamiento de agua residual) aquí se encuentra ubicados el puesto de salud, la parroquia nuestra señora del Carmen y la Institución Educativa Municipal Guacacallo la cual presta el servicio educativo desde el grado preescolar hasta once. (Sociedad Geográfica de Colombia, 1978).

Diseño Metodológico

El siguiente trabajo de investigación se desarrollará a través de un estudio de naturaleza mixta con enfoque descriptivo. Este mide el grado de relación que existe entre las variables que conducen a la asociatividad como factor que promueve la competitividad, mediante la aplicación

de encuestas y entrevistas, tal como lo describe Hernandez Sampieri (2018), permitiendo evidenciar la conducta y el comportamiento de los caficultores.

Esta modalidad servirá como herramienta para establecer el papel de la asociatividad como estrategia de fortalecimiento de la economía comunitaria que puede incrementar la competitividad en los productores de café en el corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila), por esta razón es necesario adelantar un trabajo de campo que permita visibilizar la población productora, el estudio contempla población de las veredas: La Colina, El Tigre, Guacacallo, Buenos Aires, Monserrate, Paraíso y la Palma; a partir de una población de 748 productores de café, que se encuentran registrados en Federación Nacional de Cafeteros (FNC), con una confiabilidad del 95% y un margen de error del 5% se obtiene una muestra de 255 productores a aplicar el instrumento de investigación.

La ecuación utilizada para realizar el cálculo del tamaño de la muestra es la siguiente (SurveyMonkey, 2022):

$$\text{Tamaño de la Muestra} = \frac{\frac{z^2 * p(1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p(1 - p)}{e^2 N} \right)}$$

Donde:

$N = \text{Tamaño de Población};$

$e = \text{Margen de Error (Expresado en Decimales)} = 5\%$

$Z = \text{Puntuación } z \text{ (De acuerdo al Nivel de Confianza Deseado),}$

para el 95% $z = 1.96$

$p = 0.5$

$$\text{Tamaño de la Muestra} = \frac{\frac{1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{0.05^2}}{1 + \left(\frac{1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{0.05^2 * 748} \right)} = \mathbf{255 Caficultores}$$

Los resultados que obtenidos de la aplicación del instrumento sirvieron como referente para determinar diversos tipos de percepción; por lo que fue necesario reflexionar sobre las situaciones que presentaron, así mismo este análisis estará determinado en un sustento de procesos lógicos e inductivos con la finalidad de evidenciar la conducta de los Productores de Café del Corregimiento de Guacacallo. Para el análisis del instrumento se utilizó como método de sistematización de resultados el ábaco de Regnier, este permitió establecer a partir de una unidad de medida la actitud del grupo que fue previamente focalizado y así comprender la reacción ante la aceptación o rechazo de los argumentos planteados en los talleres para fundamentar el papel de la asociatividad como estrategia; en este sentido se pudo obtener como resultado dos variables, una que estima el comportamiento de un grupo de factores y otra que establece la intensidad de una situación objeto de análisis (Mojica Sastoque, 1991).

Para este análisis se elaborarán unas preguntas que corresponden a una serie de hechos que serán resultado del diagnóstico realizado previamente, estas preguntas se realizaran a los pequeños productores del corregimiento de Guacacallo que son objeto de investigación y evaluaran a partir de la ponderación establecida en el Abaco con la finalidad de facilitar la interpretación de sus respuestas.

Fuentes de información

Como fuentes de información se tomaron:

Fuentes Primarias: Trabajo de campo, encuestas y entrevistas semiestructuradas

Fuentes Secundarias: Documentos obtenidos de tesis y artículos de investigaciones científicas.

Línea de investigación

Para la presente investigación la línea de investigación es Administración y Organizaciones

Resultados Obtenidos

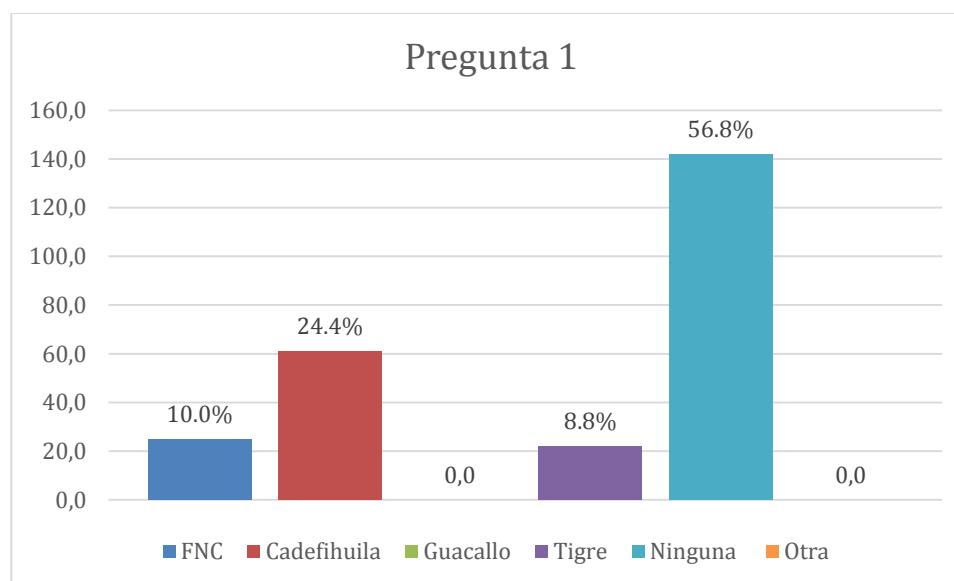
Resultados Generales (Instrumento 1. Encuesta)

Tabla 1 Pregunta 1. ¿Pertenece usted a una de las siguientes cooperativas o asociaciones?

FNC	Cadefihuila	Guacacallo	Tigre	Ninguna	Otra
25.0	61.0	0.0	22.0	142.0	0.0
10.0%	24.4%	0.0%	8.8%	56.8%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 1 Pregunta 1. ¿Pertenece usted a una de las siguientes cooperativas o asociaciones?



Fuente: Elaboración Propia

De los 250 encuestados el 10% respondieron que pertenecen a la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) con 25 afiliados, a Cadefihuila pertenecen el 24,4% para un total de 61 asociados, en la Asociación de Guacacallo no pertenece ninguno de los encuestados y a la Empresas de Trabajadores del Tigre pertenecen como asociados el 8,8% con 22 afiliados y respondieron que no pertenecen a ninguna Cooperativa o Asociación el 56,6% con 142 encuestados. En estos resultados, se puede demostrar con Hernandez Arteaga et al. (2019) quienes explican cómo el crecimiento de la cooperación puede convertirse en la ventaja competitiva más importante en el mundo actual

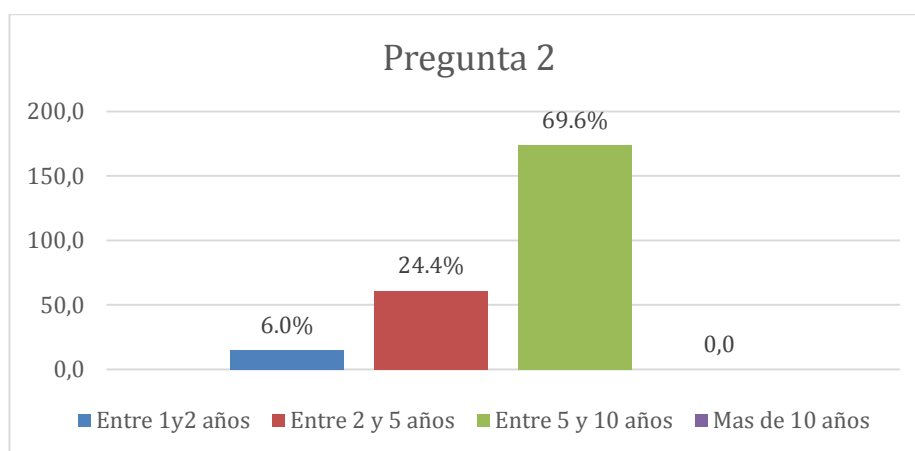
caracterizado por el crecimiento de la globalización, por lo que es necesario fortalecer en la comunidad el acceso a este tipo de grupos de trabajo.

Tabla 2 Pregunta 2. ¿Hace cuánto tiempo pertenece a una cooperativa o asociación?

Entre 1y2 años	Entre 2 y 5 años	Entre 5 y 10 años	Más de 10 años
15.0	61.0	174.0	0.0
6.0%	24.4%	69.6%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 2 Pregunta 2. ¿Hace cuánto tiempo pertenece a una cooperativa o asociación?



Fuente: Elaboración Propia

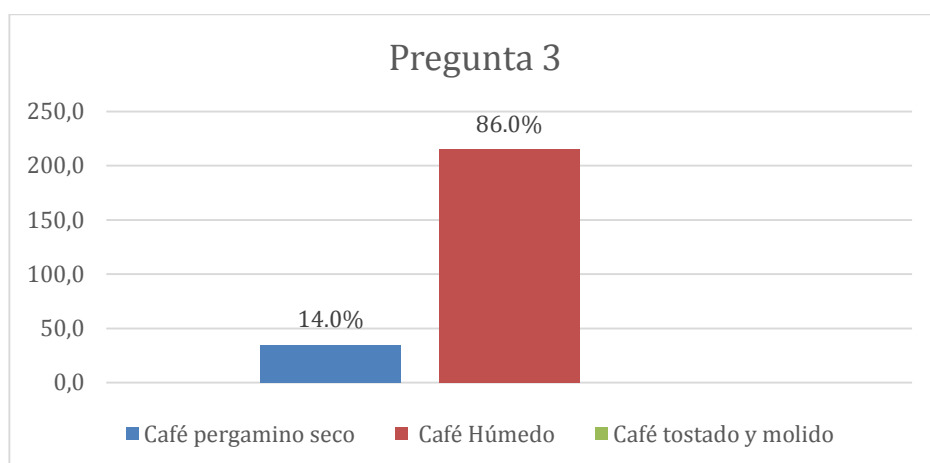
De los 250 entrevistados, el 6% con 15 participantes pertenecen a una asociación en el rango denominado 1 y 2 años; el 24.4% con 61 participantes en el rango de 2 y 5 años, el 69.6% con 174 participantes en el rango de 5 a 10 años.

Tabla 3 Pregunta 3. ¿La mayoría de café producido en su finca en qué estado lo vende o comercializa?

Café pergamino seco	Café Húmedo	Café tostado y molido
35.0	215.0	0.0
14.0%	86.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 3 Pregunta 3. ¿La mayoría de café producido en su finca en qué estado lo vende o comercializa?



Fuente: Elaboración Propia

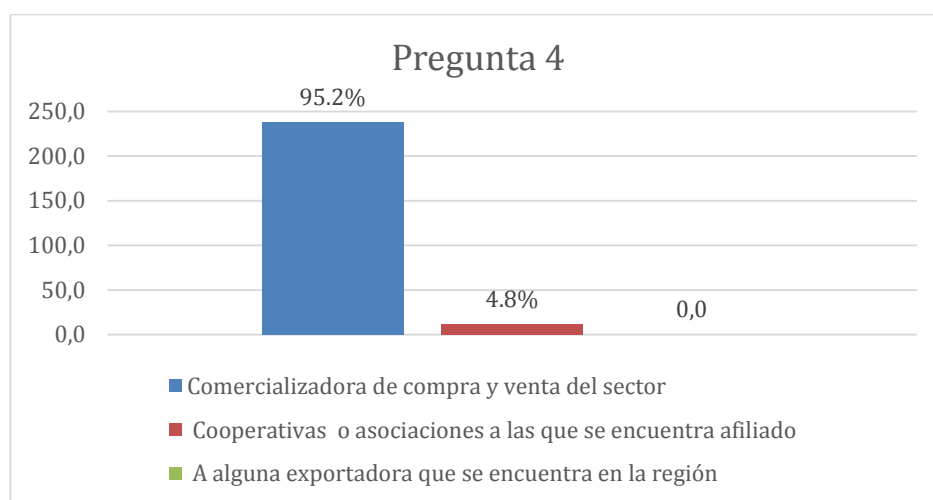
De los 250 participantes de la muestra el 14% son 35 agricultores que comercializan Café Pergamino Seco, el 86%, es decir, 215 agricultores comercializan el Café Húmedo, ningún caficultor produce Café Tostado, por lo tanto, se convierte en una necesidad responder a los desafíos establecidos por el mercado mundial. Por esto mismo, no les será posible desarrollarse sobre el sustento del mercado externo, amenazando la propia supervivencia de la organización, debido a que la competencia extranjera también puede fortalecerse en su propio mercado local.

Tabla 4 Pregunta 4. ¿La producción de café de su finca se comercializa en?

Comercializadora de compra y venta del sector	Cooperativas o asociaciones a las que se encuentra afiliado	A alguna exportadora que se encuentra en la región
238.0	12.0	0.0
95.2%	4.8%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 4 Pregunta 4. ¿La producción de café de su finca se comercializa en?



Fuente: Elaboración Propia

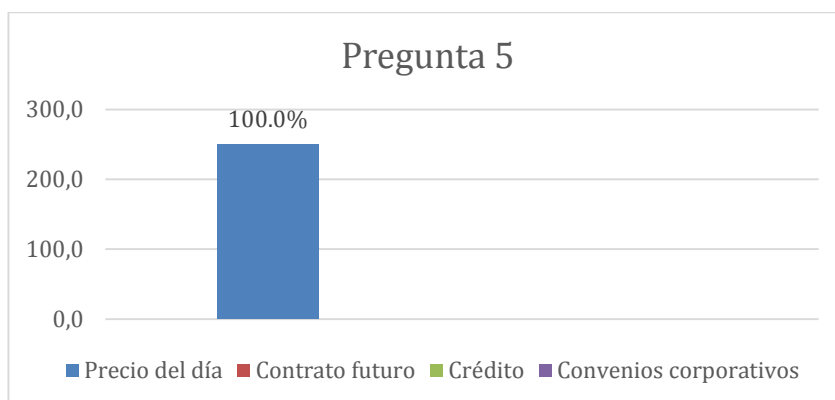
De los 250 participantes encuestados, con el 95.2% o 238 agricultores comercializan su producción de Café en una comercializadora de Compra y Venta del sector, el 4.8% con 12 participantes los comercializan en asociaciones a las que se encuentran afiliados, lo que muestra la necesidad de fortalecer la actividad agrícola en pequeña escala, para superar las dificultades que interfieren con el desarrollo de su actividad económica.

Tabla 5 Pregunta 5. ¿Ha venido comercializando su café mediante qué forma?

<i>Precio del día</i>	<i>Contrato futuro</i>	<i>Crédito</i>	<i>Convenios corporativos</i>
250.0	0.0	0.0	0.0
100.0%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 5 Pregunta 5. ¿Ha venido comercializando su café mediante qué forma?



Fuente: Elaboración Propia

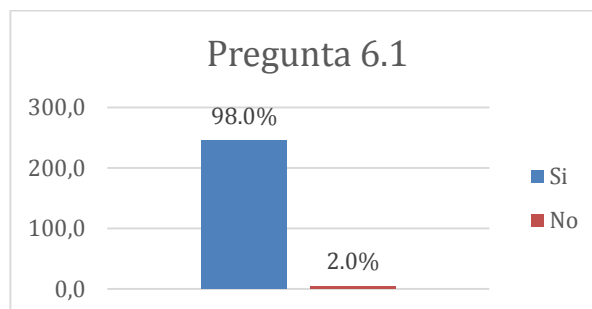
De los 250 participantes, con el 100% de los agricultores entrevistados comercializan su producto a partir del precio del día, por esto, observamos que es necesario fomentar la asociatividad como un propósito ya que, podría ser una forma importante de lograr oportunidades en el mercado internacional que garanticen nuevos clientes en donde se pueda afianzar con el paso del tiempo las relaciones comerciales para implementar alternativas de venta más competitivas.

Tabla 6 Pregunta 6.1 Su producción de café la vende o comercializa con el mismo comprador?

Si	No
245.0	5.0
98.0%	2.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 6 Pregunta 6.1 Su producción de café la vende o comercializa con el mismo comprador?



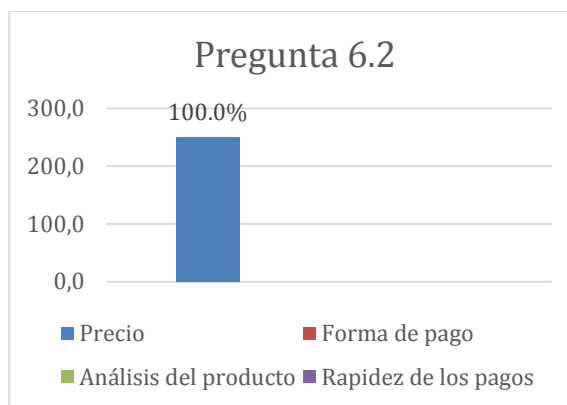
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7 Pregunta 6.2 ¿De qué depende?

Precio	Forma de pago	Análisis del producto	Rapidez de los pagos
250.0	0.0	0.0	0.0
100.0%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 7 Pregunta 6.2 ¿De qué depende?



Fuente: Elaboración Propia

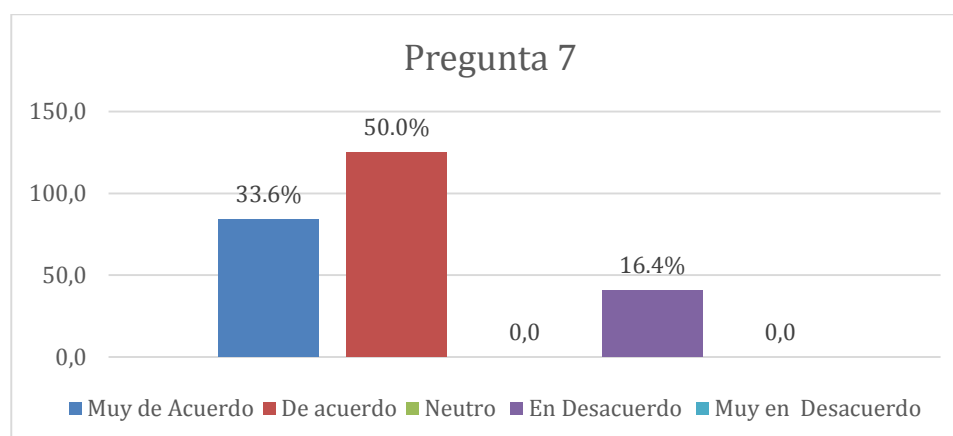
De los 250 participantes, el 100% , es decir, la totalidad de la muestra manifiestan que comercializan su producto con la misma comercializadora por el precio, en esta muestra evidenciamos que la totalidad de agricultores comercializan su producto con el mismo comprador, entonces, es necesario promover la Asociatividad para lograr oportunidades en el mercado nacional e internacional que garanticen nuevos clientes.

Tabla 8 Pregunta 7. ¿Considera importante pertenecer a una Asociación?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
84.0	125.0	0.0	41.0	0.0
33.6%	50.0%	0.0%	16.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 8 Pregunta 7. ¿Considera importante pertenecer a una Asociación?



Fuente: Elaboración Propia

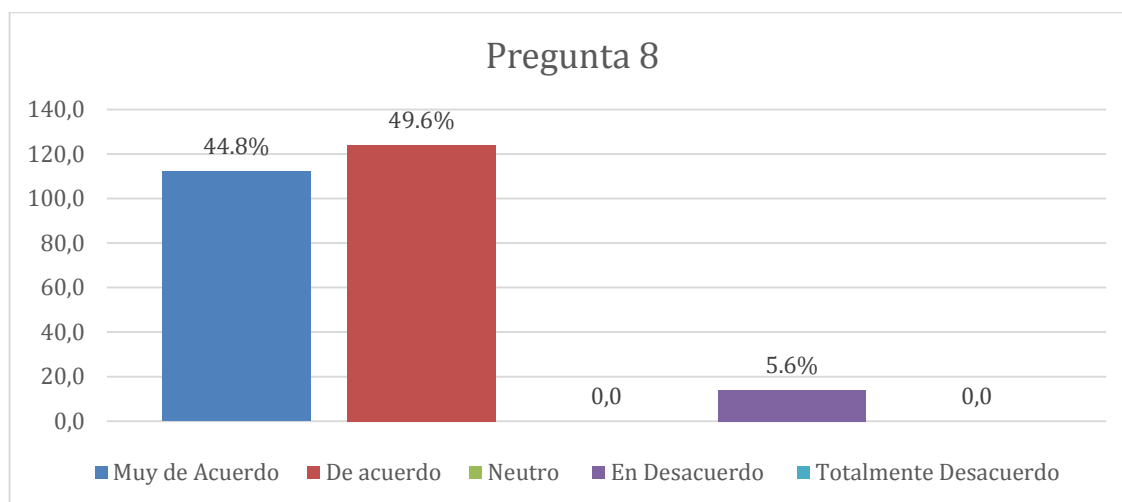
De los 250 participantes, el 33% con 84 participantes consideran estar muy de acuerdo, con el 50% de los participantes siendo 115 personas De acuerdo, el 16,4% con 41 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo. Lo que según Cerquera & Orjuela (2015) se asegura puesto a que el café tiene un papel importante en el desarrollo de la historia de todo el país, no solo por la importancia económica que incide en el comportamiento del PIB de Colombia, sino también por su impacto en la realidad social y cultural de sus ciudadanos, en el cual la Asociatividad puede generar una amplia alternativa.

Tabla 9 Pregunta 8. ¿Cree usted que, al formar parte de una Asociación, su calidad de vida mejora?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Totalmente Desacuerdo
112.0	124.0	0.0	14.0	0.0
44.8%	49.6%	0.0%	5.6%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 9 Pregunta 8. ¿Cree usted que, al formar parte de una Asociación, su calidad de vida mejora?



Fuente: Elaboración Propia

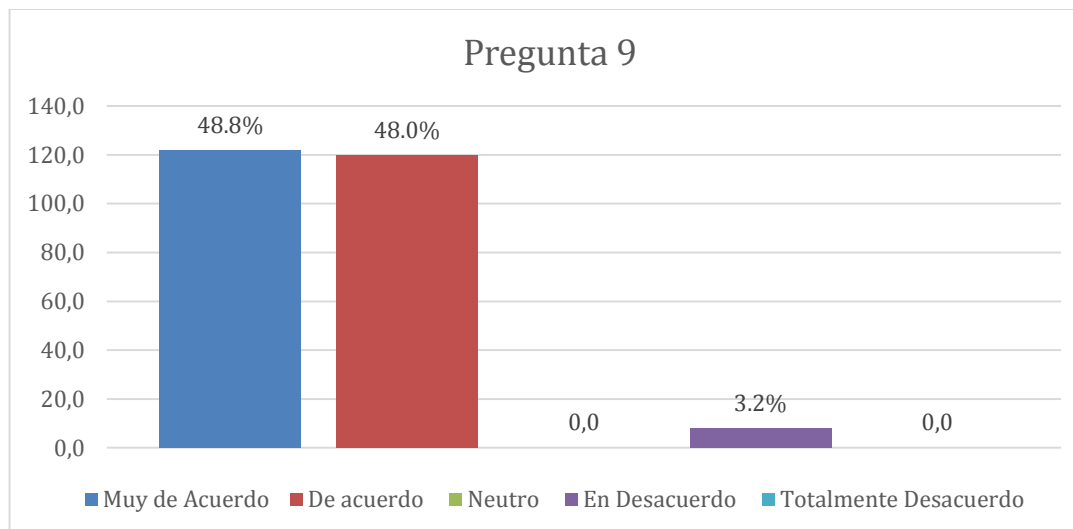
De los 250 participantes, con el 44.8% con 112 personas entrevistadas consideran estar muy de acuerdo, el 49.6% con 124 participantes están De acuerdo, el 5.6% con 14 participantes están en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, estos porcentajes obtenidos nos revela la importancia de crear condiciones para que los pequeños productores puedan desarrollar hábitos comerciales comunes, mayores ventajas económicas, mejor calidad, oportunidades para ingresar al mercado, acceso a recursos financieros y menores costos para desarrollar su actividad económica.

Tabla 10 Pregunta 9. ¿Considera que una constante capacitación del personal mejora la producción y la calidad de su Café?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Totalmente Desacuerdo
122.0	120.0	0.0	8.0	0.0
48.8%	48.0%	0.0%	3.2%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 10 Pregunta 9. ¿Considera que una constante capacitación del personal mejora la producción y la calidad de su Café?



Fuente: Elaboración Propia

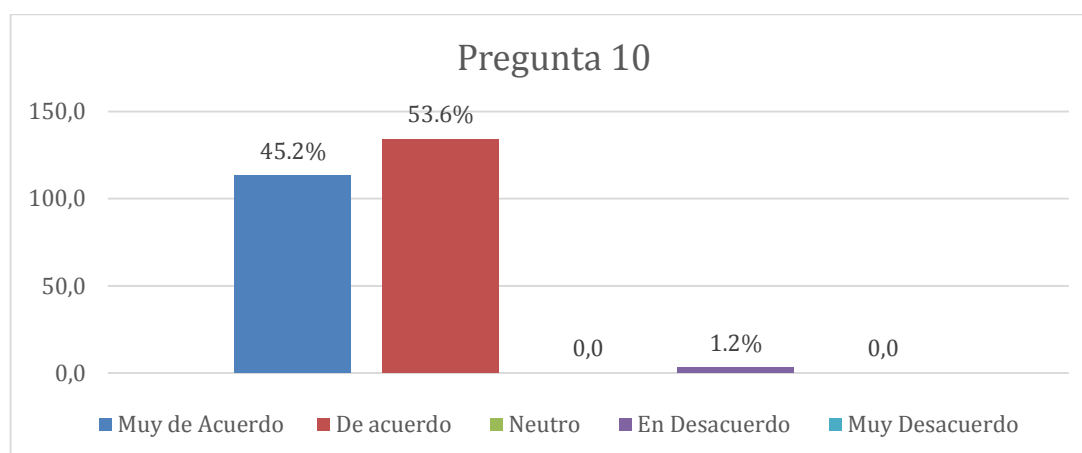
De los 250 participantes, el 48.8% con 122 entrevistados consideran estar muy de acuerdo, el 48% con 120 participantes De acuerdo, el 3.2% con 8 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que evidencia según Santucci et al. (2013) la necesidad de promover la gerencia del conocimiento para incentivar el desarrollo de clúster (grupos empresariales) con la finalidad de promover actividades asociativas que mejoran en la competitividad.

Tabla 11 Pregunta 10. ¿Considera que las Asociaciones deben tener reconocimiento y credibilidad?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy Desacuerdo
113.0	134.0	0.0	3.0	0.0
45.2%	53.6%	0.0%	1.2%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 11 Pregunta 10. ¿Considera que las Asociaciones deben tener reconocimiento y credibilidad?



Fuente: Elaboración Propia

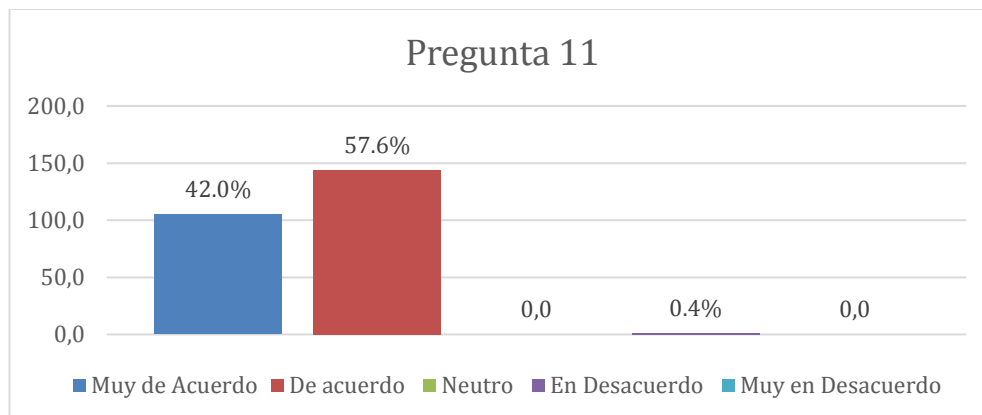
De los 250 participantes, el 42.2% para un total de 113 participantes consideran estar muy de acuerdo, 53.6% con 134 participantes están De acuerdo, el 1.2% con solo 3 participantes están en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que explica que las asociaciones logran un buen manejo del conocimiento y de la innovación en las empresas que los conforman, cumpliendo con las políticas públicas relacionadas con la asociatividad promoviendo competitividad y desarrollo a la comunidad.

Tabla 12 Pregunta 11. ¿Para usted sería importante un liderazgo lleno de valores y buena comunicación con el resto de los miembros de una asociación?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
105.0	144.0	0.0	1.0	0.0
42.0%	57.6%	0.0%	0.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12 Pregunta 11. ¿Para usted sería importante un liderazgo lleno de valores y buena comunicación con el resto de los miembros de una asociación?



Fuente: Elaboración Propia

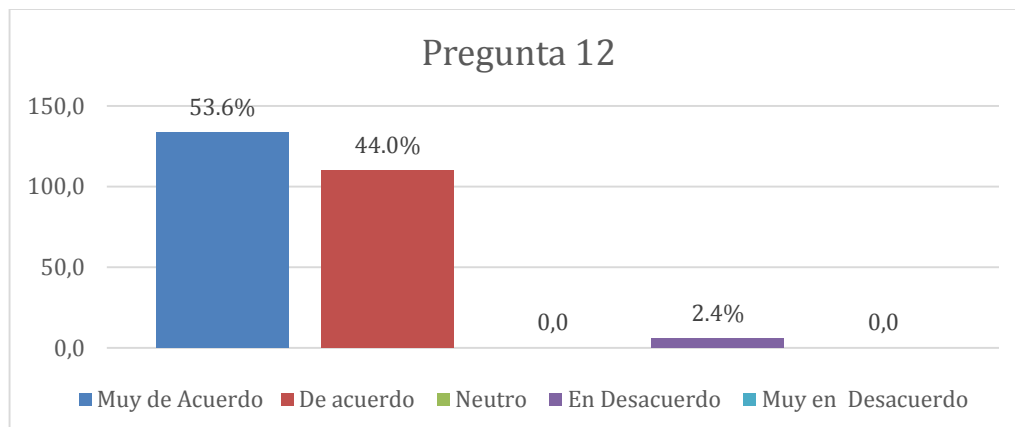
De los 250 participantes, con el 42% con 105 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 57,6% con 144 participantes están De acuerdo, el 0,4% con 1 participante está en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, podríamos decir que según Porter (2017) quien destaca las contribuciones positivas que hace el liderazgo en el fomento de las dinámicas competitivas y colaborativas entre empresas u organizaciones, estas estrategias pueden conducir a un mejor desarrollo e innovación, permitiendo que el desempeño de los grupos planetarios mejore significativamente sus métricas.

Tabla 13 Pregunta 12. ¿Considera importante que los integrantes de una Asociación sean comprometidos con el propósito de ésta?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
134.0	110.0	0.0	6.0	0.0
53.6%	44.0%	0.0%	2.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 13 Pregunta 12. ¿Considera importante que los integrantes de una Asociación sean comprometidos con el propósito de ésta?



Fuente: Elaboración Propia

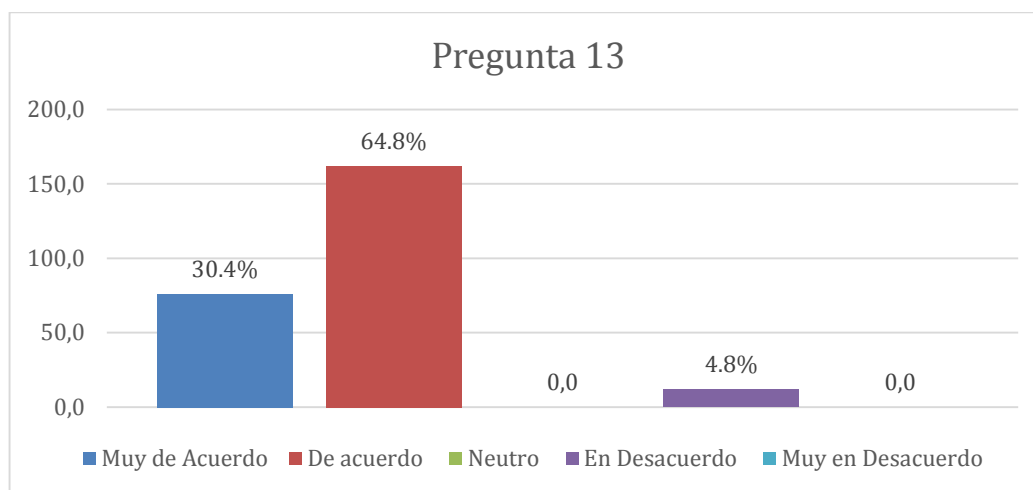
De los 250 participantes, el 53.6% con 134 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 44% con 110 participantes están De acuerdo, el 2,4% con 4 participantes están en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que argumenta que el entorno social, la cultura, la infraestructura de investigación y las redes logran establecer una relación entre la empresa y los actores regionales que terminan siendo los factores que configuran el éxito duradero del desarrollo de la actividad económica.

Tabla 14 Pregunta 13. ¿Cree usted que las asociaciones promueven el Bienestar Social?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
76.0	162.0	0.0	12.0	0.0
30.4%	64.8%	0.0%	4.8%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 14 Pregunta 13. ¿Cree usted que las asociaciones promueven el Bienestar Social?



Fuente: Elaboración Propia

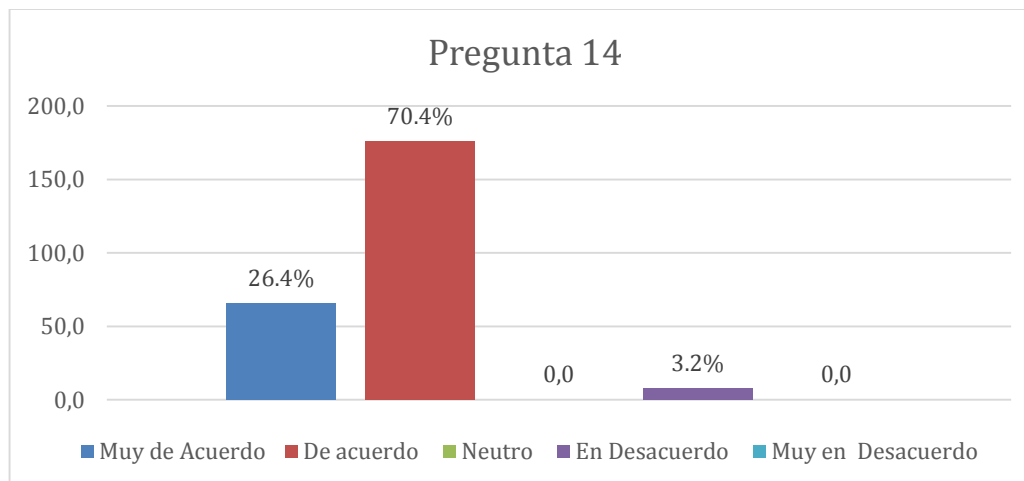
De los 250 participantes, con el 30.4% 76 participantes consideran estar muy de acuerdo, con el 64.8% 162 participantes están De acuerdo, el 4.8% con 12 participantes están en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que muestra que la asociatividad propone formas de integración social para lograr la satisfacción de necesidades materiales, principalmente la reciprocidad, definiendo finalmente esta economía solidaria como una forma de producir, intercambiar, consumir y distribuir la riqueza centrada en la valorización del ser humano.

Tabla 15 Pregunta 14. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?

<i>Muy de Acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Neutro</i>	<i>En Desacuerdo</i>	<i>Muy en Desacuerdo</i>
66.0	176.0	0.0	8.0	0.0
26.4%	70.4%	0.0%	3.2%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 15 Pregunta 14. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?



Fuente: Elaboración Propia

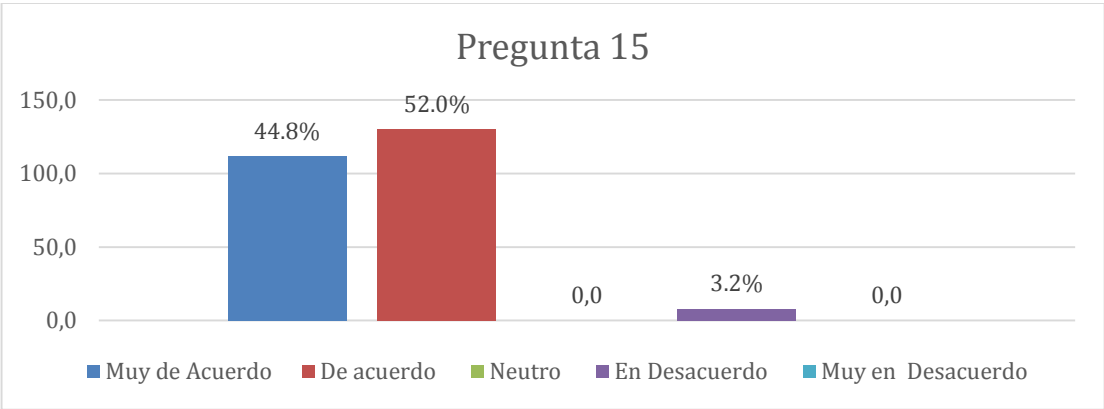
De los 250 participantes, el 26.4% con 66 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 70.4% con 176 participantes están De acuerdo, el 3.2% con 8 participantes están en Desacuerdo y 0 en Muy Desacuerdo, evidenciando lo que Según Mathews (2014) en el libro “*Asociatividad Empresarial*” menciona y es que, la asociatividad es el esfuerzo de cooperación interempresarial en el que su objetivo es mejorar la gestión, productividad y competitividad de las empresas participantes, distinto a las asociaciones o gremios empresariales.

Tabla 16 Pregunta 15. ¿Cree usted que las asociaciones analizan el entorno para aprovechar oportunidades que se puedan presentar?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
112.0	130.0	0.0	8.0	0.0
44.8%	52.0%	0.0%	3.2%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 16 Pregunta 15. ¿Cree usted que las asociaciones analizan el entorno para aprovechar oportunidades que se puedan presentar?



Fuente: Elaboración Propia

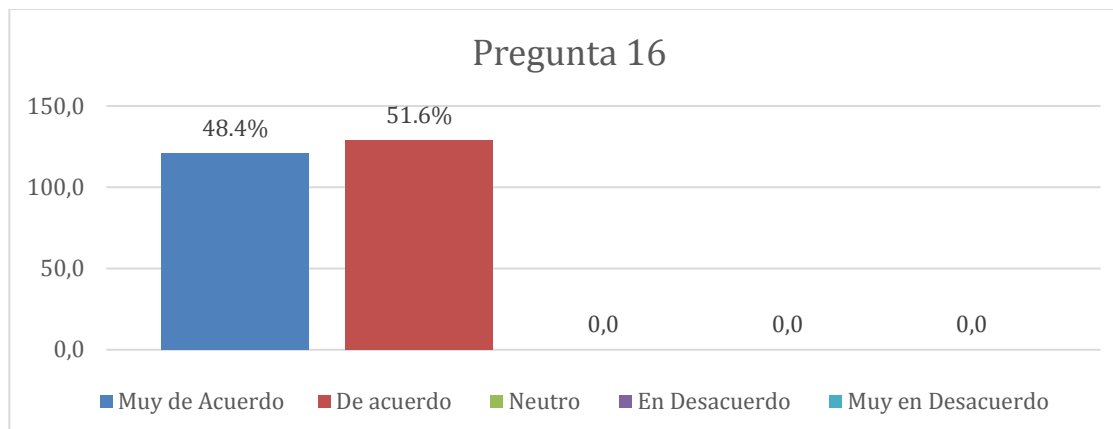
De los 250 participantes, el 44.8% con 112 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 52% con 130 participantes están De acuerdo, el 3.2% con 8 participantes están en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, establece que, la asociatividad empresarial es: comprometer, mediante la identificación de objetivos y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esfuerzos individuales dispersos, en propósitos de mejoramiento de los niveles de desempeño empresarial (Franco, 2009).

Tabla 17 Pregunta 16. ¿Cree usted que las asociaciones deben analizar las características del entorno para ser pertinentes con las expectativas de los asociados?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
121.0	129.0	0.0	0.0	0.0
48.4%	51.6%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 17 Pregunta 16. ¿Cree usted que las asociaciones deben analizar las características del entorno para ser pertinentes con las expectativas de los asociados?



Fuente: Elaboración Propia

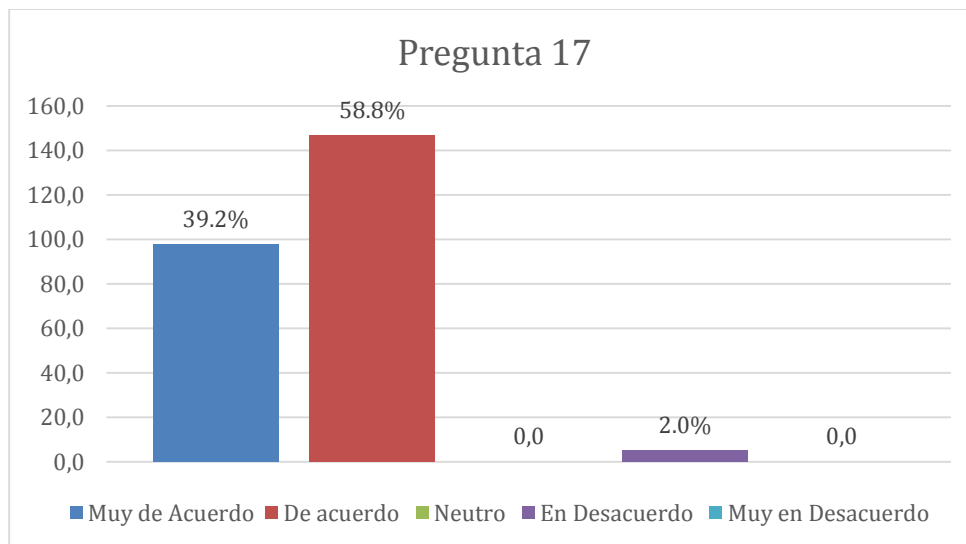
De los 250 participantes, el 48.4 % con 121 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 51.6% con 129 participantes están De acuerdo, el 0% 0 en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que se argumenta según Porres (2006), quien dice que una organización económica se define como “una organización cuyo objeto es la producción participativa de bienes, y en cuyo beneficio sólo participan los individuos que contribuyen a ese grupo significativo”.

Tabla 18 Pregunta 17. ¿Como productor de café, considera que la asociatividad puede impulsar el cuidado del medio ambiente en los procesos relacionados en esta actividad agrícola?

<i>Muy de Acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Neutro</i>	<i>En Desacuerdo</i>	<i>Muy en Desacuerdo</i>
98.0	147.0	0.0	5.0	0.0
39.2%	58.8%	0.0%	2.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 18 Pregunta 17. ¿Como productor de café, considera que la asociatividad puede impulsar el cuidado del medio ambiente en los procesos relacionados en esta actividad agrícola?



Fuente: Elaboración Propia

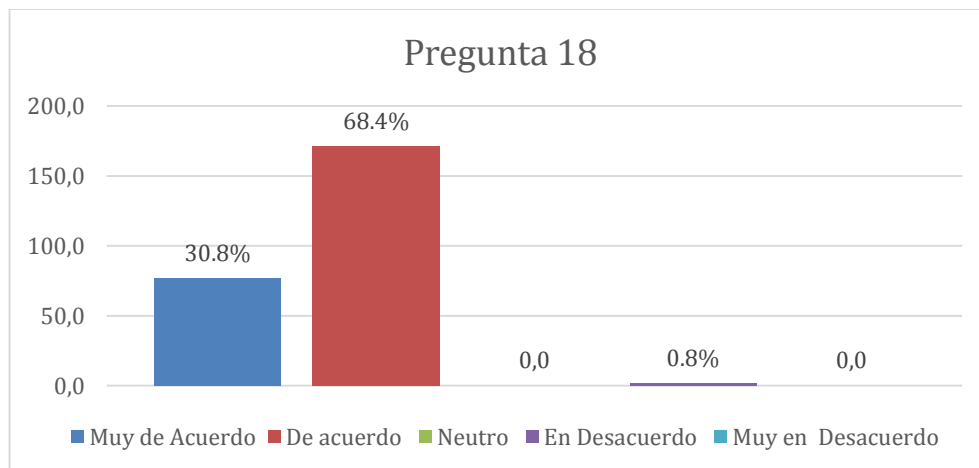
De los 250 participantes, el 39.2% con 98 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 58.8% con 147 participantes están De acuerdo, el 2.0% con 5 participantes están en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, de acuerdo al porcentaje arrojado en esta pregunta se evidencia que la asociatividad se plantea como la forma más sofisticada y avanzada en el proceso de integración empresarial, teniendo de este modo a empresas independientes colaborando entre sí, complementándose de recursos orientándose por tanto a ventajas competitivas que trabajando de manera individual no se podrían lograr.

Tabla 19 Pregunta 18. ¿Considera que una Asociación puede incentivar la incorporación de ciencia y tecnología en el desarrollo de la producción de café?

	En			
Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
77.0	171.0	0.0	2.0	0.0
30.8%	68.4%	0.0%	0.8%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 19 Pregunta 18. ¿Considera que una Asociación puede incentivar la incorporación de ciencia y tecnología en el desarrollo de la producción de café?



Fuente: Elaboración Propia

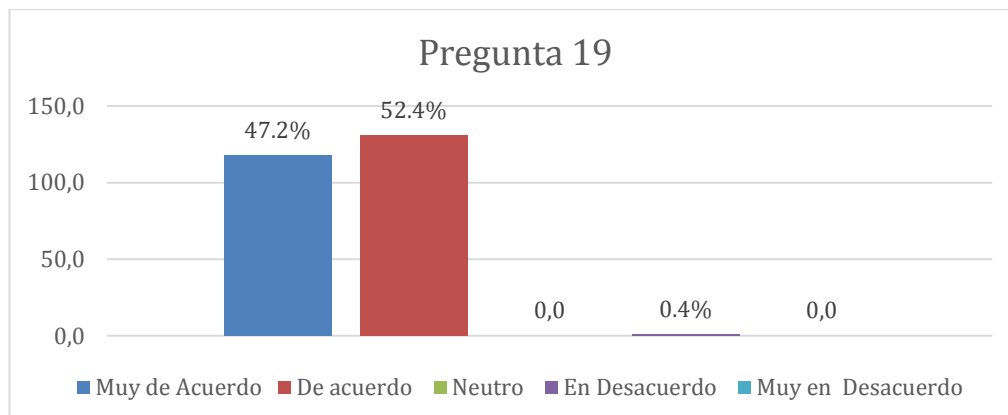
De los 250 participantes, el 30.8% con 77 participantes consideran estar muy de acuerdo, con el 68.4% con 171 participantes están De acuerdo, el 0.8% con 2 participantes están en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que muestra que el sector agropecuario colombiano ha hecho un aporte muy importante a la economía nacional, tal como se analiza en el Plan Estratégico del Plan Nacional de Ciencia y Tecnología Agropecuaria de Colciencias 2005-2015.

Tabla 20 Pregunta 19. ¿Cree usted que al pertenecer a un grupo asociativo mejorara la eficiencia en los costos de inversión sin afectar la calidad del producto?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
118.0	131.0	0.0	1.0	0.0
47.2%	52.4%	0.0%	0.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 20 Pregunta 19. ¿Cree usted que al pertenecer a un grupo asociativo mejorara la eficiencia en los costos de inversión sin afectar la calidad del producto?



Fuente: Elaboración Propia

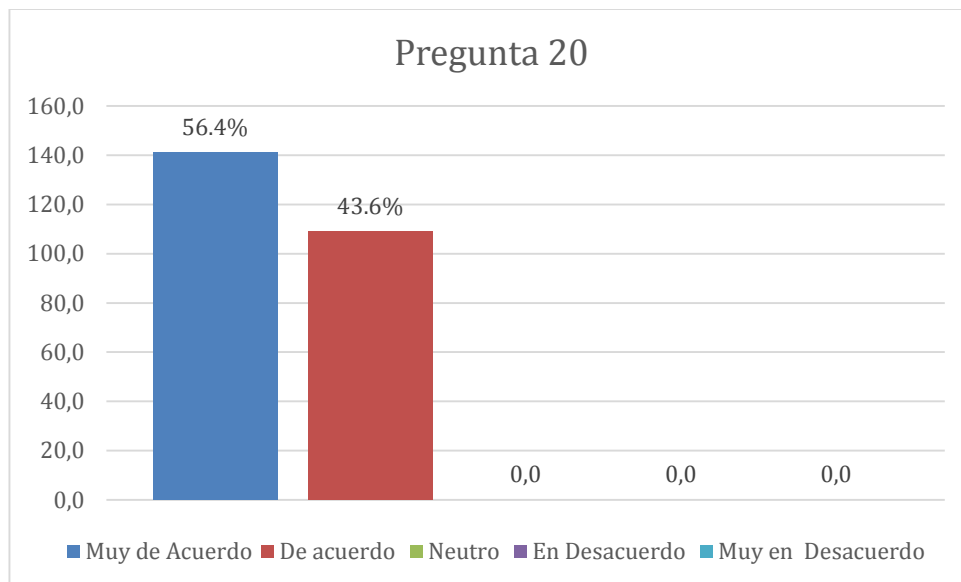
De los 250 participantes, el 47.2% con 118 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 52.4% con 131 participantes están De acuerdo, el 0.4% con 1 participantes están en Desacuerdo y 0 en Muy Desacuerdo, lo que evidencia al autor Alarcón Villamil (2016) ya que menciona que la empresa debe estar inserta en una sociedad articulada, esta articulación se produce en sus regiones, en sus autonomías locales. En términos generales, las PYMES se desarrollan y generan su competitividad desde las regiones.

Tabla 21 Pregunta 20. ¿Considera que la innovación en los productos mejora la competitividad en el mercado?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
141.0	109.0	0.0	0.0	0.0
56.4%	43.6%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 21 Pregunta 20. ¿Considera que la innovación en los productos mejora la competitividad en el mercado?



Fuente: Elaboración Propia

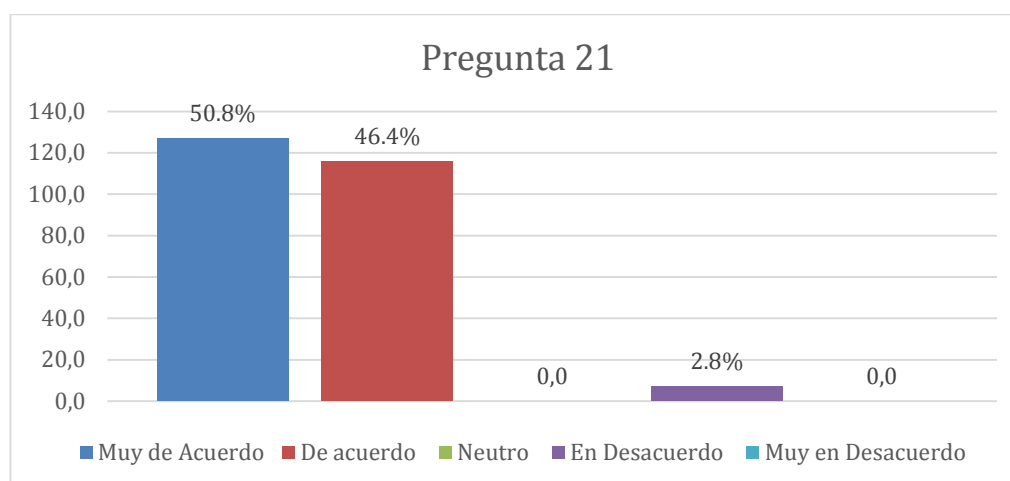
De los 250 participantes, el 56.4% con 141 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 43.6% con 109 participantes están De acuerdo, el 0% en Desacuerdo y 0% Muy en Desacuerdo, en el libro “Reingeniería socioeconómica y desarrollo endógeno sostenible. Un Programa para el desarrollo” los autores Colmenarez & Delgado (2003) definen la asociatividad como una estrategia colectiva que poco a poco se ha transformado en una exigencia para que las empresas puedan mantenerse y crear ventajas competitivas, compartiendo riesgos para de esta manera poder tener una disminución en costos.

Tabla 22 Pregunta 21. ¿Considera que en las asociaciones existe equidad para todos sus asociados?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
127.0	116.0	0.0	7.0	0.0
50.8%	46.4%	0.0%	2.8%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 22 Pregunta 21. ¿Considera que en las asociaciones existe equidad para todos sus asociados?



Fuente: Elaboración Propia

De los 250 participantes, el 50.8% con 127 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 46.4% con 116 participantes están De acuerdo, el 2.8% con 7 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, a lo que según Edwin Muñoz destacado caficultor de la zona refiere que:

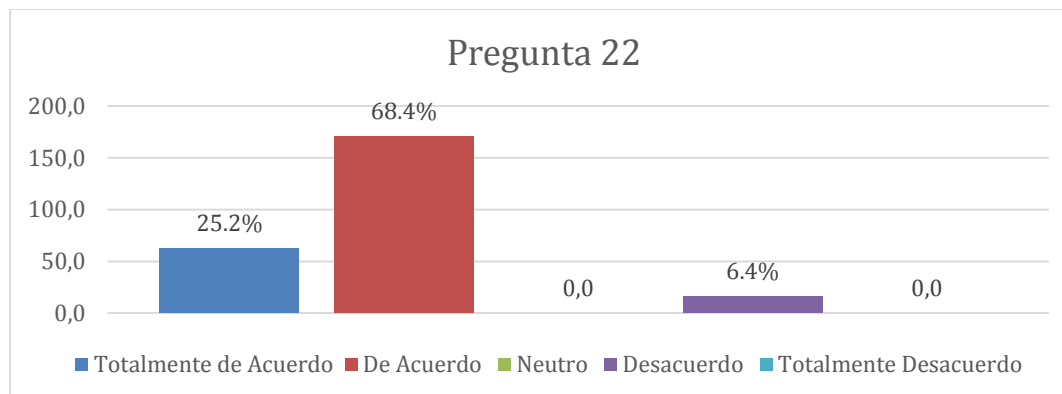
es muy importante la promoción de la asociatividad para conducir a la competitividad permitiendo que la población pueda incrementar sus mercados y desarrollar alianzas con compradores internacionales para en muchos casos evitar en las negociaciones los intermediarios y así mismo vender su producto en un valor favorable.

Tabla 23 Pregunta 22. ¿Cree usted que las asociaciones cumplen con el espíritu de la Economía Solidaria?

Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Neutro	Desacuerdo	Totalmente Desacuerdo
63.0	171.0	0.0	16.0	0.0
25.2%	68.4%	0.0%	6.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 23 Pregunta 22. ¿Cree usted que las asociaciones cumplen con el espíritu de la Economía Solidaria?



Fuente: Elaboración Propia

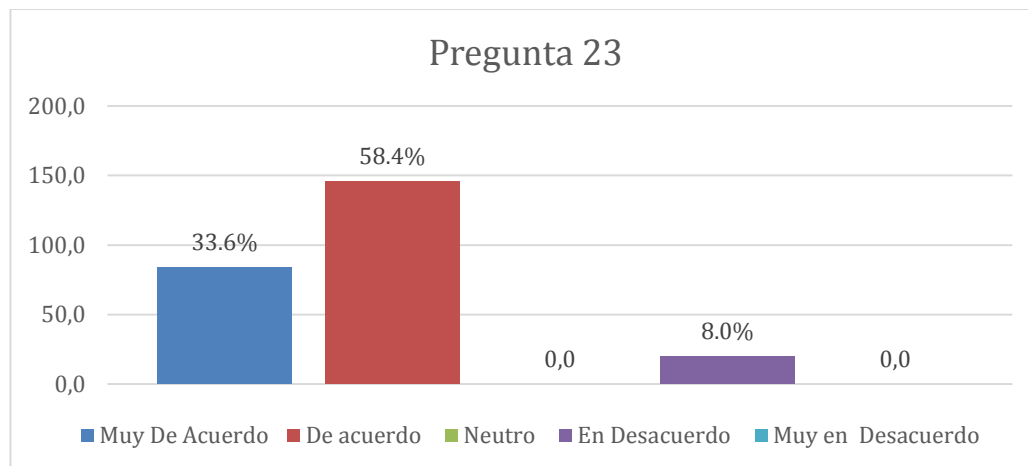
De los 250 participantes, el 25.2% con 63 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 68.4% con 171 participantes están De acuerdo, el 6.4% con 16 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que demuestra que la Asociatividad contribuye a la calidad de vida de la población rural que se dedica a esta actividad económica, donde se promueve de manera muy frecuente esta alternativa con incentivos a la capitalización para la población del campo.

Tabla 24 Pregunta 23. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?

Muy De Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
84.0	146.0	0.0	20.0	0.0
33.6%	58.4%	0.0%	8.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 24 Pregunta 23. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?



Fuente: Elaboración Propia

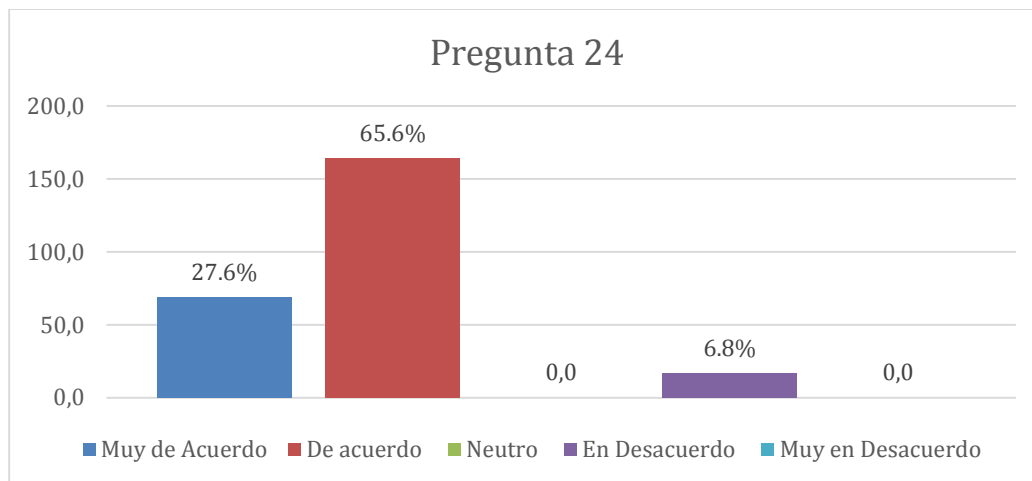
De los 250 participantes, el 33.6% con 84 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 58.4% con 146 participantes De acuerdo, el 8.0% con 20 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que evidencia es que la Asociatividad Según Piedrahita (2011) “Contribuye de manera significativa a los campesinos tuvieron que buscar una alternativa para la promoción de la producción y comercialización de sus productos”. Por lo que han tenido que desarrollar diferentes formas de agremiación con la finalidad de apertura nuevos mercados.

Tabla 25 Pregunta 24. ¿Considera que si perteneciera a una Asociación tendría más estrategias de mercado para que se reconozca un precio justo para los Productores de Café?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
69.0	164.0	0.0	17.0	0.0
27.6%	65.6%	0.0%	6.8%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 25 Pregunta 24. ¿Considera que si perteneciera a una Asociación tendría más estrategias de mercado para que se reconozca un precio justo para los Productores de Café?



Fuente: Elaboración Propia

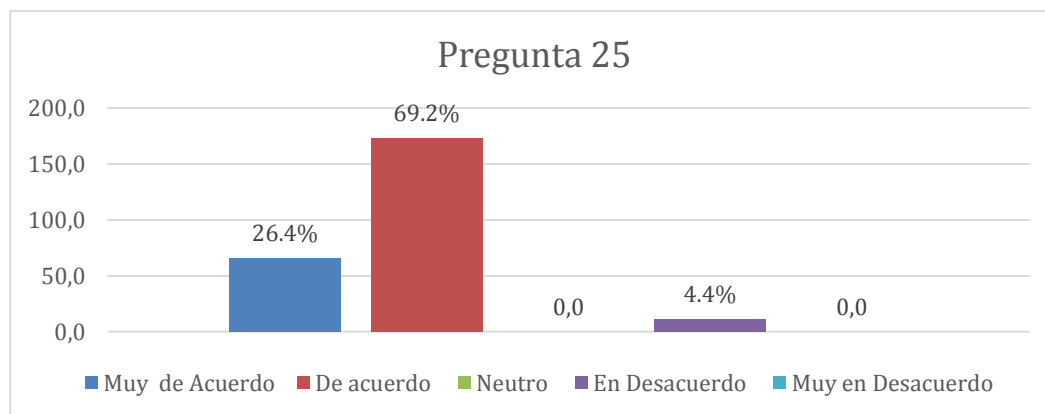
De los 250 participantes, el 27.6% con 69 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 65.6% con 164 participantes De acuerdo, el 6.8% con 17 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo.

Tabla 26 Pregunta 25. ¿Considera que las Asociaciones promueven el acceso a productos financieros en condiciones más favorables?

<i>Muy de Acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Neutro</i>	<i>En Desacuerdo</i>	<i>Muy en Desacuerdo</i>
66.0	173.0	0.0	11.0	0.0
26.4%	69.2%	0.0%	4.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 26 Pregunta 25. ¿Considera que las Asociaciones promueven el acceso a productos financieros en condiciones más favorables?



Fuente: Elaboración Propia

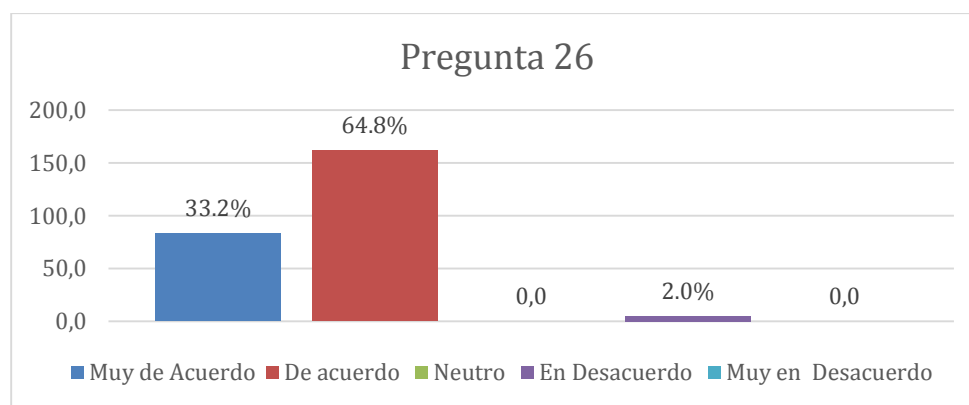
De los 250 participantes, el 26.4% con 66 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 69.2% con 173 participantes De acuerdo, el 4.4% con 11 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, demostrando la importancia de promover la asociatividad para que permita ampliar la comercialización justa de sus productos, en los cuales los beneficios deben reflejar una mejor calidad de vida de los habitantes de las áreas mencionadas, sin afectar el territorio y el desarrollo de la capacidad agrícola.

Tabla 27 Pregunta 26. ¿Cree usted que las asociaciones trabajan para consolidar canales para la comercialización e internacionalización de los productos que cosechan los asociados?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
83.0	162.0	0.0	5.0	0.0
33.2%	64.8%	0.0%	2.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 27 Pregunta 26. ¿Cree usted que las asociaciones trabajan para consolidar canales para la comercialización e internacionalización de los productos que cosechan los asociados?



Fuente: Elaboración Propia

De los 250 participantes, el 33.2% con 83 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 64.8% con 162 participantes De acuerdo, el 2.0% con 5 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que evidencia que es necesario Según Mathews (2014) en el libro “Asociatividad Empresarial”, promover el esfuerzo de cooperación interempresarial en el que su objetivo es mejorar la gestión, productividad y competitividad de las empresas participantes, distinto a las

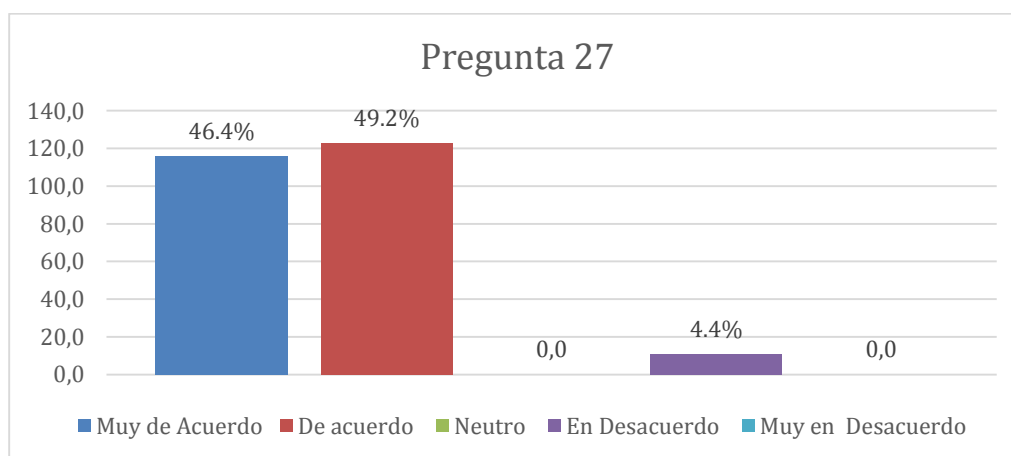
asociaciones o gremios empresariales para los que su objetivo es la representatividad frente al sector público y la defensa de intereses sectoriales.

Tabla 28 Pregunta 27. ¿Si perteneciera a una Asociación estaría de acuerdo en invertir los recursos adquiridos por los asociados para crear bienestar?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
116.0	123.0	0.0	11.0	0.0
46.4%	49.2%	0.0%	4.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 28 Pregunta 27. ¿Si perteneciera a una Asociación estaría de acuerdo en invertir los recursos adquiridos por los asociados para crear bienestar?



Fuente: Elaboración Propia

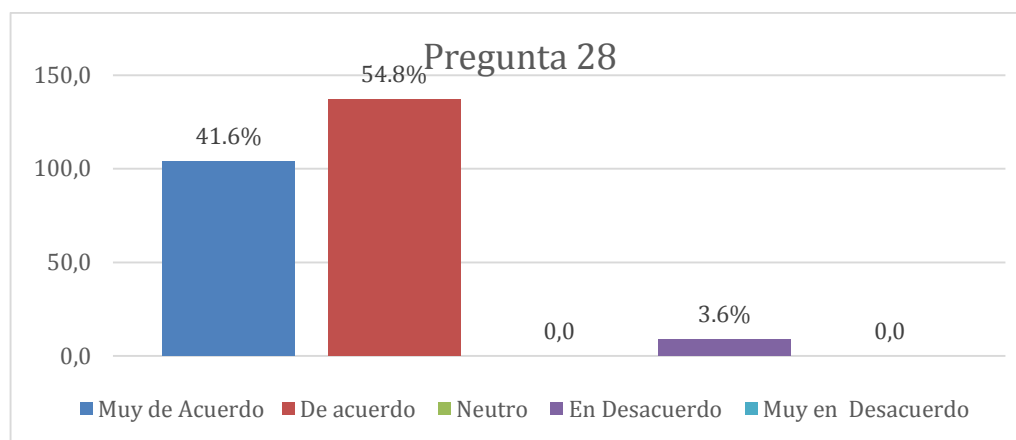
De los 250 participantes, el 46.6% con 116 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 49.2% con 123 participantes De acuerdo, el 4.4% con 11 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo, lo que evidencia que es necesario según Narváez et al. (2009) en referencia a su trabajo “*Asociatividad Empresarial: Un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná*” que la condición para que un sector empresarial sea competitivo no solo implica la producción, eficiencia y manejo de sus costos, sino que además se deben conformar competencias para aumentar el valor agregado de los productos.

Tabla 29 Pregunta 28. ¿Ha recibido apoyo de organizaciones institucionales (Gobierno) en su proceso productivo (Maquinaria o Abono)?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
104.0	137.0	0.0	9.0	0.0
41.6%	54.8%	0.0%	3.6%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 29 Pregunta 28. ¿Ha recibido apoyo de organizaciones institucionales (Gobierno) en su proceso productivo (Maquinaria o Abono)?



Fuente: Elaboración Propia

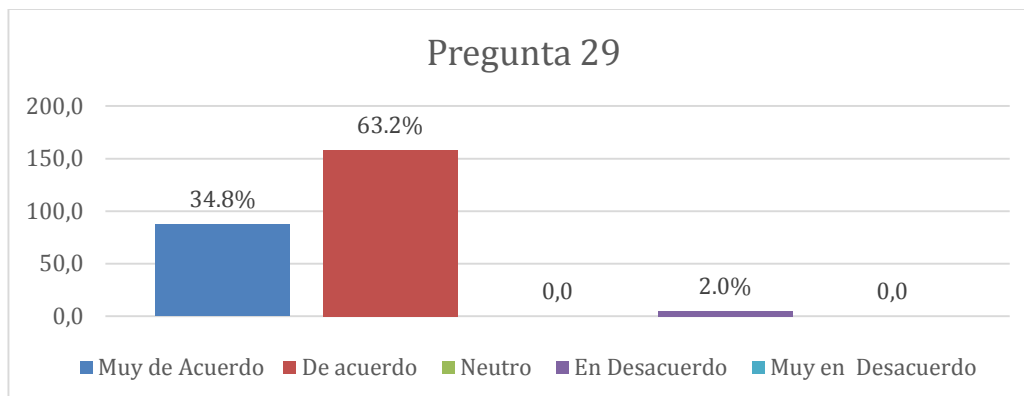
De los 250 participantes, el 41.6% con 104 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 54.8% con 137 participantes De acuerdo, el 3.6% con 9 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo.

Tabla 30 Pregunta 29. ¿Considera que las reuniones en las Asociaciones deben ser de manera permanente para lograr los objetivos?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
87.0	158.0	0.0	5.0	0.0
34.8%	63.2%	0.0%	2.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 30 Pregunta 29. ¿Considera que las reuniones en las Asociaciones deben ser de manera permanente para lograr los objetivos?



Fuente: Elaboración Propia

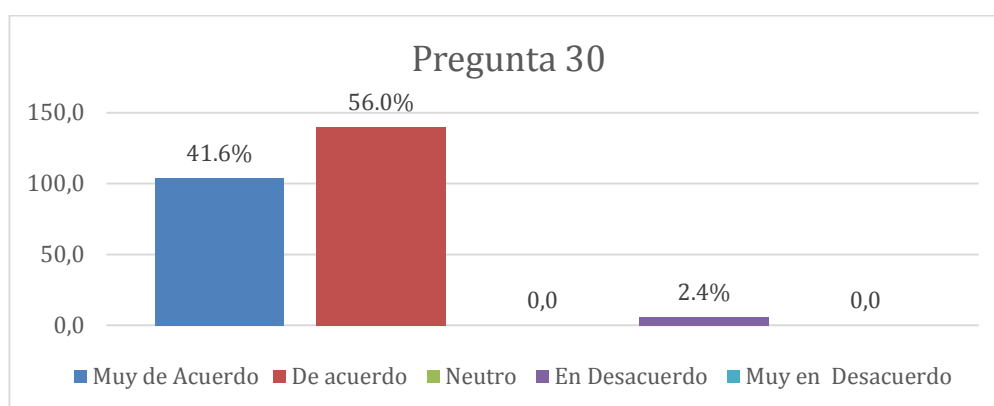
De los 250 participantes, el 34.8% con 87 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 63.2% con 158 participantes De acuerdo, el 2.0% con 5 participantes en Desacuerdo y 0 Muy en Desacuerdo.

Tabla 31 Pregunta 30. ¿Le gustaría ser miembro activo de una Asociación en los próximos 5 años?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En	
			Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
104.0	140.0	0.0	6.0	0.0
41.6%	56.0%	0.0%	2.4%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 31 Pregunta 30. ¿Le gustaría ser miembro activo de una Asociación en los próximos 5 años?



Fuente: Elaboración Propia

De los 250 participantes, con el 41.6% con 104 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 56.0% con 140 participantes De acuerdo, el 2.4% con 6 participantes en Desacuerdo y 0

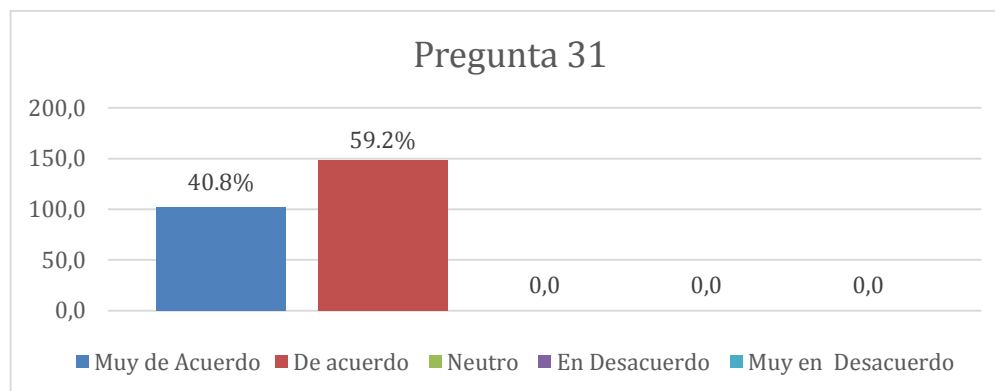
Muy en Desacuerdo, lo que evidencia que es Según Rosales (1997) en su publicación “La Asociatividad como estrategia de Fortalecimiento de las Pymes” nos cuenta que “la Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial donde cada una de las empresas que lo integran posee su independencia legal, jurídica y gerencial.

Tabla 32 Pregunta 31. ¿Considera que por medio de las Asociaciones su empresa puede llegar a ser más competitiva?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
102.0	148.0	0.0	0.0	0.0
40.8%	59.2%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 32 Pregunta 31. ¿Considera que por medio de las Asociaciones su empresa puede llegar a ser más competitiva?



Fuente: Elaboración Propia

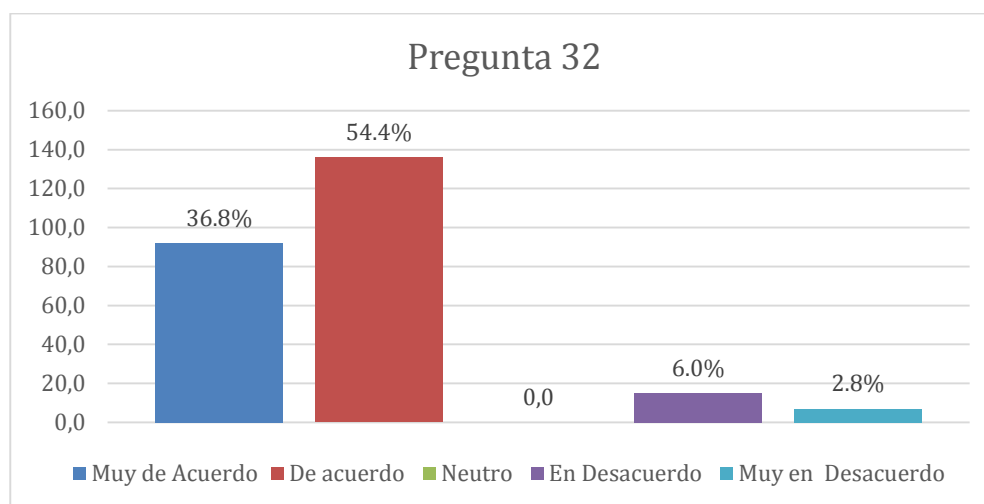
De los 250 participantes, el 40.8% con 102 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 59.2% con 148 participantes De acuerdo, el 0% con 0 participantes en Desacuerdo y o Muy en Desacuerdo, lo que evidencia a Dini (1997) en la presentación de “Forjando Aglomeraciones en Chile y Centroamérica. Enseñanzas de la Experiencia” se refiere a la asociatividad como la forma más sofisticada y avanzada en el proceso de integración empresarial.

Tabla 33 Pregunta 32. ¿Cree Usted que las Asociaciones trabajan por una meta en común?

Muy de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
92.0	136.0	0.0	15.0	7.0
36.8%	54.4%	0.0%	6.0%	2.8%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 33 Pregunta 32. ¿Cree Usted que las Asociaciones trabajan por una meta en común?



Fuente: Elaboración Propia

De los 250 participantes, el 36.8% con 92 participantes consideran estar muy de acuerdo, el 54.4% con 136 participantes De acuerdo, el 6.0% con 15 participantes en Desacuerdo y el 2.8% con 7 participantes Muy en Desacuerdo, lo que evidencia que la asociatividad es tratada por la Ley 617 de (2000), como un instrumento que permite la racionalización de gastos administrativos.

Resultados Entrevista Semiestructurada

Entrevista 1

Pitalito agosto 2/2022

Hora 5:pm

Nombre del Entrevistado: Edwin Muñoz Delgado

Género: Masculino

Edad: 46

Nivel educativo: Técnico

¿Tiempo de experiencia en el sector comercial? 15 años

Nombre de la Organización grupo asociativo de cafeteros de Guacacallo.

Municipio: Pitalito Huila

Cargo en la Organización: presidente

Fecha: mayo de 2014

Datos de la Organización:

Misión y visión del grupo asociativo: promover acciones de conservación del medio

ambiente y mejorar la calidad de vida de los asociados y sus familias.

Fecha de creación: mayo 23/2014 (persona jurídica)

Origen del grupo asociativo: trabajar por medio de la asociatividad.

Integrantes con los que inicio el grupo: 53 familias

La siguiente entrevista es realizada con el fin de desarrollar la investigación “**La Asociatividad como factor de Fortalecimiento de Competitividad en los Productores de Café del Corregimiento Guacacallo, Pitalito – Huila**”, elaborada por estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Surcolombiana, en el que su objetivo principal es **determinar de qué manera la asociatividad puede conducir a la competitividad en los productores de Café del corregimiento de Guacacallo Pitalito-Huila.**

Los datos que se requieren a continuación estarán amparados por la Ley Estatutaria 1581 (2012) garantizando que los datos personales sean protegidos y que el tratamiento de los mismos cumpla los principios, derechos y procedimientos, así como prohíbe la transferencia de datos.

1. ¿Cuál es el primer pensamiento cuando escucha la palabra asociatividad?

Respuesta: El primer pensamiento es trabajo en grupo, o sea en equipo, como reunirnos los de la vereda para trabajar por un bien en común.

2. ¿Cómo puede ayudar a la región el poder asociarse con otros caficultores?

Respuesta: Bueno el tema es complejo porque es una población grande y se reúnen cuando hay bingos o principalmente los domingos, entonces seria convocar a las personas del corregimiento y ante la experiencia que tenemos y los resultados obtenidos motivarlos a participar del tema de la asociatividad.

3. ¿Podría indicarnos las razones para que en Guacacallo no prospere el trabajo comunitario que permite lograr la competitividad?

Respuesta: Son varias las razones del porque no funciona, primero por la falta de tiempo, falta de compromiso, individualismo también, otros han tenido malas experiencias con otras asociaciones en Pitalito.

4. ¿Cuáles limitaciones y fortalezas que se presentan cuando todos trabajan para un bienestar común?

Respuesta: fortalezas el trabajo en equipo, responsabilidad por parte de los asociados, limitaciones, el tiempo principalmente la falta de compromiso gubernamental

5. ¿Cómo considera usted que pueda existir un trabajo en conjunto con los demás caficultores de la región?

Respuesta: como le decía al principio eso se puede lograr, pero con compromisos porque la gente no quiere hacer nada, solo quiere ver los beneficios, pero no quieren trabajar y no sacan tiempo para este tipo de prácticas.

Entrevista 2

Pitalito agosto 9/2022

Hora 2:pm

Nombre del Entrevistado: **Pablo Rojas**

Género: Masculino

Edad: 46

Nivel educativo: básica primaria

¿Tiempo de experiencia en el sector comercial? 23 años

Nombre de la Organización: Asociación de Trabajadores de la Vereda el Tigre

Municipio: Pitalito Huila

Cargo en la Organización: presidente

Fecha: agosto de 2012

La siguiente entrevista es realizada con el fin de desarrollar la investigación “**La Asociatividad como factor de Fortalecimiento de Competitividad en los Productores de Café del Corregimiento Guacacallo, Pitalito – Huila**”, elaborada por estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Surcolombiana, en el que su objetivo principal es **determinar de qué manera la asociatividad puede conducir a la competitividad en los productores de Café del corregimiento de Guacacallo Pitalito-Huila.**

Los datos que se requieren a continuación estarán amparados por la Ley Estatutaria 1581 (2012), garantizando que los datos personales sean protegidos y que el tratamiento de los mismos cumpla los principios, derechos y procedimientos, así como prohíbe la transferencia de datos.

1. ¿Cuál es el primer pensamiento cuando escucha la palabra asociatividad?

Respuesta: Pues es trabajo en conjunto, todos por un bienestar en común

2. ¿Cómo puede ayudar a la región el poder asociarse con otros caficultores?

Respuesta: pues yo pienso que si asignan a un dignatario para que les enseñe los beneficios que trae la asociación seria convocar los caficultores de la región y de mi parte mostrarles todo lo que se puede lograr

3. ¿Podría indicarnos las razones para que en Guacacallo no prospere el trabajo comunitario que permite lograr la competitividad?

Respuesta: en la experiencia que tenemos porque empezamos muchos y ya vamos pocos es por la falta de compromiso, la gente que se asocia no solo no quiere aportar si no que creen que reciben los beneficios sin trabajar y así es difícil que prospere

4. ¿Cuáles limitaciones y fortalezas que se presentan cuando todos trabajan para un bienestar común?

Respuesta: principalmente la falta de tiempo y el conocimiento que es poco para mejorar cada día.

5. ¿Cómo considera usted que pueda existir un trabajo en conjunto con los demás caficultores de la región?

Respuesta: pues si la gente sacara tiempo y se comprometiera a trabajar con este tema se lograrían muchas cosas y seguramente sería una región cafetera más reconocida.

Análisis y Discusiones

(Entrevistas 1 y 2)

En la primera entrevista, según lo que refiere el Señor Edwin Muñoz Delgado presidente del **grupo asociativo de cafeteros de Guacacallo**, se puede establecer que el papel de la Asociatividad como estrategia de fortalecimiento en las actividades de los agricultores puede promoverse a través de las siguientes situaciones: “el grupo de asociados les ha ayudado a crecer, la idea de la asociación nació con la necesidad de recibir ayudas gubernamentales y mejorar tanto la parte económica como la parte técnica agrícola permitiéndoles tener una mejor calidad de vida”, en ese sentido según Cerquera & Orjuela (2015) el café tiene un papel importante en el desarrollo de la historia de todo el país, no solo por la importancia económica que incide en el comportamiento del PIB de Colombia, sino también por su impacto en la realidad social y cultural de sus ciudadanos.

Usualmente, no les aprobaban los proyectos porque a pesar que era un grupo grande no tenían experiencia el cual era fundamental la antigüedad y también era de importancia contar con ayuda del políticos, eso hizo que algunos miembros se retiraran al no obtener beneficios en el corto plazo, los asociados que quedaron empezaron a trabajar, se reunían de manera periódica, estudiaban e indagaban con otros grupos asociativos como los del corregimiento de Bruselas el cual les permitió estar más informados de los beneficios que se obtenían al pertenecer a un grupo asociativo.

Así mismo refiere: “siente gratitud por el aprendizaje que este le ha dejado y que también le ha permitido viajar conocer a profundidad la dinámica de las asociaciones, nos cuenta que aunque la experiencia es buena también requiere de dedicación e influencias para lograr que se les apruebe proyectos, también ha vivido la experiencia de poder educar a sus asociado” en ese sentido, Porter (2017) destaca las contribuciones positivas que hacen las dinámicas competitivas y colaborativas

entre empresas u organizaciones. Estas estrategias pueden conducir a un mejor desarrollo e innovación, permitiendo que el desempeño de los grupos planetarios mejore significativamente sus métricas, mientras que la teoría de redes enfatiza la importancia de aumentar el poder de la innovación.

Así mismo, lograron posesionar un proyecto de un rotativo el cual fue aprobado por el congreso en la ciudad de Bogotá quedando de sexto lugar, pero cuando el proyecto llegó al departamento no fue aprobado porque no lograron según ellos convencer al gobernador del momento, la asociación cuentan con registro Invima y código de barras para poder sacar el producto tostado y molido, sin embargo nos comenta el señor Edwin que para llegar a comercializar el producto la tasa arancelaria y todo lo que lleva a exportar es un tema complejo debido a intereses ya de la Federación Nacional de Cafeteros el cual solo les interesa que ellos vendan la materia prima y no el producto terminado como tal “la piedra en el zapato de muchos caficultores”.

Finalmente refiere: “Sin embargo, han obtenido logros importantes como la asociación ocupó el cuarto lugar en la mejor taza de café en el año 2014” en ese sentido según: Mathews (2014) en el libro “Asociatividad Empresarial”, es el esfuerzo de cooperación interempresarial en el que su objetivo es mejorar la gestión, productividad y competitividad de las empresas participantes.

Con respecto a la segunda entrevista y según lo que refiere el Señor Pablo Rojas Presidente de la Asociación de Trabajadores de la Vereda el Tigre, nos informa que lleva más de treinta años como caficultor y once años aproximadamente en la asociación con el cargo de presidente, este manifestó que empezaron haciendo aportes de cinco mil pesos mensuales por asociados para viajes y gastos, además, se puede establecer que el papel de la Asociatividad como estrategia de

fortalecimiento en las actividades de los agricultores se pueden impulsar a través de las siguientes orientaciones:

“Las familias pertenecientes a este grupo se sienten satisfechas porque aprendieron a organizarse realizando reuniones periódicas que sirve para mejorar la parte técnica agrícola y la calidad de vida de los integrantes”, de este modo Narváez et al. (2009) mencionan en su artículo “Asociatividad Empresarial: Un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná” que la condición para que un sector empresarial sea competitivo no solo implica la producción, eficiencia y manejo de sus costos, sino que además se deben conformar competencias para aumentar el valor agregado de los productos y servicios que estas presentan.

El propósito del fortalecimiento de la asociatividad comprende la necesidad de poder trabajar en equipo para lograr los objetivos propuestos por el grupo ante las necesidades que presentan en sus fincas, esto les ha permitido acumular recursos económicos que les ha permitido realizar préstamos entre los asociados el cual los integrantes se benefician con intereses bajos que les permite acceder a flujo de capital para abonar a tiempo sus cultivos, así mismo también lograron que el gobierno les subsidiara una máquina para cada asociado (despulpadoras de café con su respectivo motor), eso les sirvió mucho para mejorar los procesos de sus cultivos reduciendo los tiempos de descerezado del grano. También han recibido ayuda técnica el cual les ha permitido prepararen técnicamente avanzar y crecer en los procesos agrícolas el cual se ha mejorado la calidad y productividad volviéndose más competitivos.

Así mismo refiere: “Como resultado al compromiso que los asociados presentan con el cuidado del Medio Ambiente constituye una responsabilidad de carácter social y empresarial, realizando campañas a partir de las buenas prácticas agrícolas en el cual reciben apoyo de diversas organizaciones en el fortalecimiento de los procesos de recolección, lavado y sacado del producto”. Por su parte Franco (2009) menciona que, la asociatividad empresarial es: comprometer, mediante

la identificación de objetivos y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esfuerzos individuales dispersos, en propósitos de mejoramiento de los niveles de desempeño empresarial, que facilite la sostenibilidad y crecimiento de las empresas en aras de la competitividad de los negocios.

Finalmente, “El grupo asociativo también ha presentado dificultades, debido a la aparición de la pandemia se vieron obligados a suspender sus labores como asociados y se vieron obligados a tomar distancia ante la situación y el riesgo que se corría al contraer este peligroso virus”. En ese sentido, Colmenarez & Delgado (2003) definen a la asociatividad como una estrategia colectiva que poco a poco se ha transformado en una exigencia para que las empresas puedan mantenerse y crear ventajas competitivas, compartiendo riesgos para de esta manera poder tener una disminución en costos.

En conclusión y de acuerdo con el trabajo realizado, analizando las entrevistas realizadas a los dos presidentes de las asociaciones donde se indaga sobre la validez que tienen los mecanismos que fomentan la asociatividad como estrategia que conduce a la competitividad en las actividad que desarrollan los caficultores del corregimiento de Guacacallo, demuestra que son favorables las múltiples actividades e iniciativas que se han desarrollado en búsqueda del bienestar de los asociados, así mismo, como actividad que se desarrolla en un grupo social que evidencia un bajo nivel de escolaridad con múltiples dificultades que se han presentado en la apropiación de las actividades relacionadas con la asociatividad, está claro que su fortalecimiento los puede hacer más competitivos contribuyendo la calidad de vida. Al igual, se evidencia que deben ser consolidados aspectos que están relacionados con la articulación de entidades y gremios que deberían servir eventualmente como canal de fortalecimiento, en el cual se podrían atender algunas dificultades que la mayoría de los caficultores presentan por varias razones como, falta de tiempo, desconocimiento, malas experiencias, conformismo o simplemente no les interesa el tema y

prefieren seguir en sus fincas trabajando de manera individual sin querer aprender del tema y conocer todas las bondades que tienen las asociaciones.

Los presidentes entrevistados nos han comentado la importancia de pertenecer a una asociación, sus logros, aunque es un trabajo arduo y que requiere de tiempo y dedicación, el trabajo en equipo para ellos no es fácil, pero han logrado muchos beneficios, sus experiencias son buenas sienten que son reconocidos, aunque son grupos muy pequeños, siguen trabajando cada día para lograr sus diferentes objetivos.

De acuerdo a los objetivos propuestos en el trabajo de investigación podemos determinar lo siguiente:

- **La asociatividad como factor de fortalecimiento de competitividad en los productores de Café de Guacacallo Pitalito (Huila).**

La asociatividad es un factor de fortalecimiento que puede lograr que los caficultores sean más competitivos, por tanto se requiere en primer lugar, capacitaciones continuas para que ellos puedan reconocer las ventajas de pertenecer a un grupo asociativo y de qué manera se puede implementar, en segundo lugar se les puede incentivar y guiar a crear un grupo asociativo que les permita el trabajo colaborativo y los objetivos que se puedan plantear de acuerdo a sus necesidades, para que, de este modo puedan analizar las mejoras en cuanto a productividad, las técnicas agropecuarias, comercialización y mejoras en su calidad de vida, finalmente, se les debe realizar un seguimiento en un plazo considerable para que los caficultores puedan afianzar y fortalecerse en los grupos asociativos y por ende, logren ser reconocidos como agricultores con calidad en sus productos.

- **Caracterizar a los principales productores de Café del corregimiento de Guacacallo.**

Se logra caracterizar a los principales productores de café del corregimiento de Guacacallo,

con respecto al género donde el 75% son hombres y el 25% mujeres, a la edad donde el 4% están dentro del rango de edad de 18 a 28 años, el 15% entre 29 y 35 años, el 30% entre 35 y 45 años y mayores de 45 años con un 51%, con relación al nivel educativo encontramos que el 3.2% no tiene educación, el 0.4% es tecnólogo, el 4% tienen un nivel técnico, el 29.2% es bachiller y el 63.2% tiene nivel educativo en básica primaria, identificando los grados de asociatividad según el alcance de la zona investigada, es decir, a cada una de las veredas mencionadas y visitadas, los cuales son bastante bajos puesto que, a pesar de que a la mayoría les parece importante pertenecer a una asociación, son muy pocos los que pertenecen a una de ellas.

- **Identificar los grados de asociatividad según el alcance: geográfico, sectorial, especializado**

Identificamos dos asociaciones activas, la primera es la asociación de trabajadores de la vereda el tigre cuyo presidente es el señor Pablo Rojas con más de 10 años de experiencia en la actividad de las asociaciones, la otra asociación es asociación de trabajadores de Guacacallo cuyo presidente es el señor Edwin Muñoz con más de 8 años de experiencia en el tema de las asociaciones.

- **Establecer las prácticas de comercialización que realizan los caficultores del corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila), que influyen en la competitividad**

Se establece que las prácticas de comercialización que realizan los caficultores del corregimiento de Guacacallo, Pitalito (Huila), que influyen en la competitividad son: la manera cómo se comercializa el café, ya que el café húmedo tiene más demanda en la zona seguido del café en pergamino seco, además la compra y venta de este producto en el sector, como entre cooperativas y asociaciones puede aumentar la competitividad, finalmente, los caficultores en su totalidad han venido comercializando su producto basados en el precio del día, ninguno ha establecido nuevas maneras como, contratos futuros, manejo de créditos o convenios corporativos.

- **Estructurar una propuesta que permitirá que los caficultores del corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila), reconocer los diversos modelos de asociatividad en la búsqueda de la competitividad**

Partiendo de los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados en la investigación se sugiere una propuesta la cual sería: Implementar un convenio entre la Universidad Surcolombiana junto con la Cámara de Comercio Seccional Pitalito teniendo en cuenta que la Universidad Surcolombiana divulga la existencia y la misión del centro de desarrollo empresarial, de emprendimiento e innovación para crear programas de capacitación, programas académicos y muestras de experiencias con asociaciones caficultoras exitosas, considerando importante para el gremio y que les permite formar no solo a los caficultores, si no, también a los comerciantes y los emprendedores, generando espacios que contribuyen al crecimiento económico de la zona para poder crecer con programas de estudios como: Administración de empresas agropecuarias y agronomía, con las que la población accederá a conocimientos multidisciplinarios sobre la organización, el control, asesorías, dirección y las técnicas agropecuarias que pueden ser aplicadas a las asociaciones. Esta sería una propuesta propia que se presenta con el fin de que los caficultores del corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila) reconozcan los diversos modelos de asociatividad en búsqueda de la competitividad.

Este tipo de conocimientos junto con las muestras de experiencias de otras asociaciones, le podrá demostrar a la comunidad cafetera en general, las grandes ventajas que puede traer a su negocio las asociaciones, aplicando nuevas técnicas agropecuarias y comercialización caficultura para llevar sus procesos a un paso más allá y no solo producir café húmedo, si no, entregar un café tostado y molido, listo para el consumidor final, y lograr posesionar en los mercados internacionales sus productos, sin embargo, esto no se podrá realizar, si los caficultores no adquieren una cultura y disciplina organizacional, por lo cual, la Cámara de Comercio juega un papel muy importante al

realizar un seguimiento en un tiempo prudente para evaluar los procesos organizacionales y el cumplimiento de los objetivos de cada una de las nuevas asociaciones.

Entre las ventajas que se les puede hacer ver a los caficultores asociados es que tendrán un mayor reconocimiento, gracias a que nuestro municipio es el principal producto de Café en el departamento del Huila, pero no es tan reconocido por los niveles de comercialización a los que llegan los productores, además, mayor competitividad, puesto a que estarán fortalecidos con otras empresas de manera económica, de mano de obra y procesos de producción, además de una mejoría en su nivel productivo, logrando un aumento en el número de compradores y podrán con el tiempo y la experiencia adquirida convertir sus fincas caficultoras en turismo regional, haciendo aún más atractivo nuestro municipio y por ende el departamento.

Se anexa una sugerencia de cronograma para implementar la propuesta a partir del año 2023 hasta el año 2025, tiempo en el cual se pueden realizar las actividades y convenios pertinentes, además de un seguimiento para corroborar la hipótesis planteada el cual menciona que la asociatividad fortalece la competitividad del sector cafetero del corregimiento Guacacallo Pitalito (Huila).

Tabla 34 Cronograma infográfico anual de las actividades planteadas en la propuesta. Fuente: Propia

 UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN		CONVENIO ENTRE LA UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA Y CAMARA DE COMERCIO SECCIONAL PITALITO PARA CREAR PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN	
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
	2023	2024	2025
PROCESO 01	Crear convenio entre la USCO y cámara de comercio seccional Pitalito	Crear los diferentes grupos asociativos	Seguimientos de los procesos
	Invitar por los diferentes medios de comunicación de los nuevos programas a las comunidades agropecuarias y comercio en general	Realizar el trabajo de acompañamiento en el proceso de creación de grupos asociativos	
PROCESO 02	Socialización de los diferentes programas a implementar, Además de la convocatoria entre los involucrados e interesados	Socializaciones	
	Invitar los presidentes de grupos asociativos fuertes en la región y aprender de sus experiencias y logros	Socializar con los grupos creados las diferentes actividades a trabajar en búsqueda de los objetivos.	
PROCESO 03		Supervisión de trabajos	
		Realizar las capacitaciones continuas con revisión de los procesos implementados diferentes grupos asociativos	

Conclusiones

La asociatividad como actividad principal de desarrollo y progreso para los caficultores del corregimiento de Guacacallo del municipio de Pitalito en el Departamento del Huila, está enfocada en el reconocimiento del papel que tiene el trabajo colectivo en el logro de nuevos mercados, pero evidenciando en algunos casos la falta de compromiso e identidad de algunos agricultores, situación que de manera frecuente limita la promoción de iniciativas para el desarrollo de nuevos modelos organizativos representados en las distintas expresiones económicas que se pueden derivar del acto de asociarse, visto así en las entrevistas y otros instrumentos realizados a los caficultores . Por ende, se estaría validando la pregunta de investigación en la cual la asociatividad conduce a la competitividad. En este sentido, queda claro que debe fortalecerse las mecánicas de trabajo para el desarrollo de un modelo asociativo que logre superar la diversidad de percepciones y experiencias de los agricultores de la zona. La percepción que se obtuvo fruto de la aplicación de los instrumentos planteados en el desarrollo del estudio (Encuesta – Entrevista) evidencian, que si bien es cierto se reconoce el papel de la asociatividad como insumo para el desarrollo de estrategias de la comercialización del café, también existen muchos agricultores que deciden no actuar en colectivo, sino solos. Es decir, la cooperación y gestión como una de las bondades del modelo asociativo debe fortalecerse mediante estrategias mucho más amplias que permitan convertirlo en herramienta de preferencia en los productores de café en la zona objeto de estudio.

Así mismo, se percibió que los productores además de preferir actuar solos, no se especializan o se dividen el trabajo. Por lo cual, en un espacio asociativo como los mercados campesinos, la división y especialización del trabajo ayudaría en términos de cooperación a la productividad y mejores niveles de ingreso. Por otra parte, mejoraría la organización de nuevos mercados apoyados por la solidaridad como elemento fundamental del modelo asociativo, este

impulsaría el establecimiento de acuerdos entre los productores con el fin de obtener mayores beneficios colectivos a través de vender desde su especialidad.

Recomendaciones

En este capítulo, se presentan las recomendaciones de acuerdo a los resultados encontrados en el trabajo de investigación, es importante que, desde las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, se promuevan más acciones de intervención en el ámbito educativo las universidades juegan un papel muy importante, incluyendo en este caso, la Universidad Surcolombiana, para así fortalecer las prácticas culturales propias de los caficultores entre ellos el modelo asociativo y sus beneficios, en este sentido así sería posible que otros actores de la cadena comercial del café se pudieran vincular para así promover desde sus experiencias empresariales la construcción de una identidad en papel de la asociatividad frente al mundo globalizado, toda vez que para este caso es importante no solo ver las formas de asociación como figuras de trabajo en equipo sino que desde la práctica se pueden establecer distintas expresiones económicas que pueden derivarse en líneas empresariales que permitan especializar la actividad del caficultor, lo cual necesariamente no debe ser el resultado de la comercialización de su producto. Por último, la apertura de nuevos mercados debe ser el propósito más importante de los grupos asociativos en el cual deben enfocarse la promoción de los derivados del café como estrategia comercial para iniciar el tránsito en el cual la sola promoción de las materias primas no es suficiente para atender el mercado competitivo que está inmerso en este producto.

Bibliografía

- Alarcón Villamil, N. O. (2016). LA ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO COMPETITIVO PARA LAS PYMES. *Pensamiento Republicano*, 2. <http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/pensamientorepublicano/article/view/306/278>
- Bada Carbajal, L. M., Rivas Tovar, L. A., & Littlewood Zimmerman, H. F. (18 de Agosto de 2017). *Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales*. Science Direct: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0186104217300682?token=5AE9E0CCA9ACBA87F50D5CEF91BD0E4EF8EE052147FEB5300421C161E069A42C7F63D2CFCE94EF3A4B143DE6464671A0&originRegion=us-east-1&originCreation=20220529154555>
- Castaño, L., & Gutiérrez, A. (2011). *PROPUESTA PARA DETERMINAR LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DEL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE AMCO*. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/bbc6a09c-e31c-43d2-a4b8-d8da8fac6f3b/content>
- Cerquera Losada, Ó. H., & Orjuela Yacue, C. F. (2015). EL ACOMPAÑAMIENTO INSTITUCIONAL EN EL DESARROLLO DEL SECTOR CAFETERO COLOMBIANO. *Finanzas y Política Económica*, 7(1), 169-191.
- Colmenarez, S., & Delgado, R. (2003). *Reingeniería socioeconómica y desarrollo endógeno sostenible. Un Programa para el desarrollo*. Caracas: Organización Profuturo UNESCO.
- Comité de Cafeteros del Huila. (2007). *Informe Comité Departamental de Cafeteros del Huila 2007*. Federación Nacional de Cafeteros. <https://federaciondefcafeteros.org/static/files/Huila3.pdf>

- Comité de Cafeteros del Huila. (2021). *Informe de gestión 2021*. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. https://huila.federaciondecafeteros.org/app/uploads/sites/4/2022/05/FNC-Informe-de-Gestion-2021-Comite-Huila_compressed-2-comprimido.pdf
- Congreso de Colombia. (1994). *Ley 136 de 1994*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=329>
- Congreso de Colombia. (1998). *Ley 489 de 1998*.
[funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=186](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=186)
- Congreso de Colombia. (2000). *Ley 617 de 2000*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3771>
- Congreso de Colombia. (2012). *Ley 1551 de 2012*.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1551_2012.html
- Congreso de Colombia. (2012). *Ley 1581 de 2012*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>
- Const., C. (1991). Artículo 286. <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-11/capitulo-1/articulo-286>.
- D' Alessio Ipinza, F. (2015). *El Proceso Estratégico. Un enfoque de gerencia*.
<http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/0376.%20El%20proceso%20estrat%C3%A9gico%20%20Un%20enfoque%20de%20gerencia.pdf>
- DANE. (2017). *Cuentas trimestrales - Colombia Producto Interno Bruto (PIB) 2017*. DANE.
- Departamento Nacional de Planeación. (2014). *EVALUACION DE LAS POLITICAS DE INVERSION SOCIAL RURAL Y DE COMPETITIVIDAD AGROPECUARIA*. Documento CONPES 2858-Minagricultura-UDA:DNP:
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/2858.pdf>

- Departamento Nacional de Planeación, D. (Febrero de 2013). *Definición Legal y Funcional de los Esquemas Asociativos de Entidades Territoriales en Colombia*.
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/DEFINICI%C3%93N%20LEGAL%20Y%20FUNCIONAL%20DE%20LOS%20ESQUEMAS%20ASOCIATIVOS%20DE%20ENTIDADES%20TERRITORIALES%20EN%20COLOMBIA.pdf>
- Díaz Muñoz, J. G. (2015). *Economías Solidarias en América Latina*. ITESO.
https://www.researchgate.net/publication/309764091_Economias_solidarias_en_America_Latina
- Dini, M. (1997). Forjando Aglomeraciones en Chile y Centroamérica. Enseñanzas de la Experiencia. *SELA Lima*.
- Duarte, J. R. (2017). Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia. *Universidad Militar Nueva Granada*.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16086/Duartecasta%F1edaJennyRocio2017.pdf;jsessionid=38771235BAA37AAFDB8D8786E5E12DEC?sequence=1>
- FNC, F. (2014). *Ensayos sobre Economía Cafetera*. Caficultura sostenible, moderna y competitiva.
https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2019/12/Econom%C3%ADa-Cafetera-No.-30_Web.pdf
- Franco. (2009). *Conceptos de Asociatividad*. https://cidecuador.org/wp-content/uploads/congresos/2016/i-congreso-internacional-de-administracion-de-empresas/diapo/78a1de_deae6eee57704995bbd1b3be2912415b.pdf
- Fuentes, J. E., & Llanos, C. E. (2016). Formulación de una estrategia para desarrollar la capacidad dinámica de innovación en las microempresas del clúster de confecciones del Municipio de Juan de Acosta. *Universidad Simón Bolívar*. <https://hdl.handle.net/20.500.12442/8119>

- García, P., & Ramos, P. (Enero de 1 de 2017). *Asociatividad como base del crecimiento del comercio minorista de las tiendas de barrio en la localidad de Engativá, Bogotá*.
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1225&context=finanzas_comercio
- Grueso Hinestroza, M. P., Gómez Cardona, J. H., & Garay Quintero, L. (11 de Enero de 2011). *REDES EMPRESARIALES E INNOVACIÓN: EL CASO DE UNA RED DEL SECTOR COSMÉTICO EN BOGOTÁ (COLOMBIA)*. El Selvier:
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0123592311701528?token=F7E9C308359CE0E3FF16E2F69905339086D7301BC417851414C74E4CBD60E71E24833F9B605D1D7FCE0E1DEE63A19111&originRegion=us-east-1&originCreation=20220529205028>
- Hernandez Arteaga, I., Gomez, M. E., & Perez Muñoz, C. (2019). Educación superior y economía solidaria hacia un enfoque territorial. *Sophia*, 16-30.
- Hernandez Sampieri, R. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. McGraw Hill Mexico.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Machado, A. (2 de Marzo de 2022). Cinco municipios del Huila en el top 10 de productores de café en Colombia. *Diario del Huila, Regional*. <https://diariodelhuila.com/cinco-municipios-del-huila-en-el-top-10-de-productores-de-cafe-en-colombia/>
- Mathews Salazar, J. C. (2014). Asociatividad Empresarial. *Universidad del Pacífico. Centro de Investigación*. <http://hdl.handle.net/11354/2373>
- Mendez, N., & Vinasco, M. (2015). *Análisis de Competitividad de asociaciones de productores que prestan servicios ecoturísticos en los municipios de San Agustín y Pitalito, departamento del Huila*. Revista Libre Empresa:

https://www.unilibre.edu.co/cali/images/revista-libre-empresa/pdf_articulos/volumen12-1/LIBRE-EMPRESA-12-1-P_29-44.pdf

Mendoza, T., & Guerrero, X. (2020). *ANÁLISIS DE FACTORES RELACIONADOS CON LA ASOCIATIVIDAD EN EL SECTOR CONFECCIÓN ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA*.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18335/1/2020_an%C3%A1lisis_factores_relacionados.pdf

Mojica Sastoque, F. (1991). El ábaco de Reigner. En *En la Prospectiva* (págs. 21-33). Legis.

Muñoz Hernandez, L. D. (2019). *ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SECTOR MODA DE MÉXICO Y COLOMBIA*.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17822/ASOCIATIVIDAD%20EMPRESARIAL%20COMO%20%20ESTRATEGIA%20PARA%20LA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Narváez, M., Fernández, G., Gutiérrez, C., Revilla, J. G., & Pérez, C. (Mayo-Agosto de 2009).

Asociatividad Empresarial: Un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná.

Multiciencias. Revista Multiciencias: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411687007>

Piedrahita, I. (2011). *IDENTIDADES ESTRATÉGICAS, IDENTIDADES CERTIFICADAS: EL CASO DE LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ, ASPROCAFÉ INGRUMÁ*.

https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/11417/1/PiedrahitaIrene_2011_IdentidadesEstrategicasIdentidades.pdf

Porres, M. (2006). *Dirigir y Gestionar Personas en las Organizaciones. Comportamiento Organizacional*.

Porter, M. (2017). *Ser Competitivo*. Grupo Planeta.

https://www.academia.edu/43090742/SER_COMPETITIVO_Edici%C3%B3n_actualizada_y_aumentada

POT. (2007). *Acuerdo 018 de 2007*. Plan de Ordenamiento Territorial: tempo.sirhuila.gov.co/wp-content/uploads/2021/07/Acuerdo-No.-018-de-2007-Pitalito-Huila.pdf

Ramírez, A., & Pérez, C. (2018). *Competitividad en las organizaciones de productores de aguacate en Sucre, Colombia*. Pontificia Universidad Javeriana:

[https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CDR/15-81%20\(2018-I\)/11757604005/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CDR/15-81%20(2018-I)/11757604005/)

Rosales, R. (Julio - Septiembre de 1997). La Asociatividad como estrategia de Fortalecimiento de las Pymes. *Revista Capítulos - SELA*, 57.

Ruiz, Y. B., & Naranjo, J. C. (2012). La investigación sobre cultura organizacional en Colombia: una mirada desde la difusión en revistas científicas. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 8(2), 285-307. <https://www.redalyc.org/pdf/679/67925837006.pdf>

Sanchez, K. (2012). SOCIAL EXCLUSION, SOCIAL COHESION: DEFINING NARRATIVES FOR DEVELOPMENT IN LATIN AMERICA. *Journal of International Development*, 24(6), 728-744. <https://doi.org/10.1002/jid.2864>

Santiago, D. (2014). *LA INCIDENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA REGIÓN DE LOS VALLES CENTRALES, OAXACA*. Observatorio de la Economía Latinoamericana: <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2014/asociatividad-competitividad.html>

Santiago, D., Cruz, B., Acevedo, J., Ruíz, A., & Maldonado, J. (2015). ASOCIATIVIDAD PARA LA COMPETITIVIDAD EN LA AGROINDUSTRIA DE OAXACA, MEXICO. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 1167-1177. <https://www.redalyc.org/pdf/141/14132408003.pdf>

- Santucci, M., Welsh, S., & de Arteche, M. (24 de Septiembre de 2013). *Redes y clusters para la innovación y la transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina*. Elsevier España: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v29n127/v29n127a02.pdf>
- Serrano Amado, A. M., Puentes Montañez, G. A., & Amado Cely, N. P. (2017). Formalización Empresarial hacia la Construcción de Estrategias Empresariales, para la población Vulnerable Mujeres Cabeza de Familia localizada en el municipio de Duitama departamento de Boyacá. *Revista Espacios*, 38.
- Sociedad Geográfica de Colombia. (1978). *Academia de Ciencias Geográficas*.
https://www.sogeocol.edu.co/documentos/dos_interrog.pdf
- SurveyMonkey. (2022). *Calculadora del tamaño de muestra*. SurveyMonkey :
<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Tafur, R. (2008). *Tesis Universitaria*. Montero.
- Unda Lara, J. D. (2008). *Asociatividad de pequeños productores en organizaciones económicas campesinas : Cadena del brócoli, 2005 - 2007*. Quito: USFQ, 2008.
- Vásquez, J. F. (2015). PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO PARA EXPORTAR CAFÉS ESPECIALES A LA REPÚBLICA DE COREA DEL SUR. *Universidad EAFIT, Medellín-Colombia*.
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/7378/JuanFernando_VasquezEscobar_2015.pdf;jsessionid=143775DEFBA19E2A18B51FAE9DDEEE19?sequence=2
- Velaochaga Eustaquio, K. J. (2020). *Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de Los pequeños productores de Mandarina del distrito de Huando, Huaral - Lima, periodo 2020*. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/8055>
- Velaochaga, K. J. (2021). *RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE MANDARINA DEL*

DISTRITO DE HUANDO, HUARAL - LIMA, PERIODO 2020.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8055/velaochaga_ekj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villarreal, R. &. (2002). *México competitivo 2020:Un modelo de Competitividad Sistemática para el Desarrollo*. Océano.

Anexos

Anexo 1

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – ENCUESTA A PRODUCTORES DE CAFÉ DEL CORREGIMIENTO GUACACALLO, PITALITO – HUILA

Objetivo General:

Determinar de qué manera la asociatividad puede conducir a la competitividad en los productores de Café del corregimiento de Guacacallo Pitalito-Huila.

Instrumento de Estudio

La información se obtiene a partir de las encuestas que como se menciona en el Diseño metodológico será la herramienta principal para probar la conducta y comportamiento de los caficultores seleccionados en la muestra con relación a la asociatividad que promueve a su vez la productividad de sus empresas y serán analizados por medio del ábaco de Regnier (Mojica Sastoque, 1991).

Esta encuesta en su parte inicial tendrá el objetivo de conocer los datos esenciales de las empresas encuestadas y en su segunda parte se explorarán aspectos relacionados con las variables estudiadas que son la asociatividad y la competitividad, además de dimensiones como lo son la confianza, el liderazgo, la comunicación, la participación y el compromiso (Mathews Salazar, 2014) así como la corporación, unidad de negocio y proceso (D' Alessio Ipinza, 2015) y se anexará a este documento (

Anexo 1), adicionalmente se le realizará el instrumento de estudio a dos presidentes de asociaciones del corregimiento de Guacacallo municipio de Pitalito Huila (

Anexo 2).

Otros autores que investigan la relación que tiene la asociatividad como factor de fortalecimiento de la competitividad podemos mencionar a Santiago et al. (2015), Velaochaga (2021), Mendoza & Guerrero (2020), García & Ramos (2017), Santiago (2014), Ramírez & Pérez (2018) y Castaño & Gutiérrez (2011).

Hipótesis Principal

La Asociatividad entre los productores de café del corregimiento de Guacacallo, Pitalito – Huila está directamente relacionada con la competitividad empresarial en el mercado en el que se encuentran obteniendo así ventajas dentro del mismo

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN – ENCUESTA A PRODUCTORES DE CAFÉ DEL CORREGIMIENTO GUACACALLO, PITALITO – HUILA

Objetivo General:

Determinar de qué manera la asociatividad puede conducir a la competitividad en los productores de Café del corregimiento de Guacacallo Pitalito-Huila.

Nombre completo: _____

Género: Masculino _____ Femenino _____

Edad: Menor de 18 años _____ 18 – 28 años _____ 29 – 35 años _____ 36 – 45 _____ Mayor de 46 años _____

Nivel educativo

Bachiller _____ Técnico _____ Tecnólogo _____ Profesional _____ Posgrado _____

¿Cuántos años lleva como productor de café?

Entre 1 y 3 años _____ entre 3 y 5 años _____ entre 5 y 10 años _____ más de 10 años _____

Ubicación de la finca _____

A continuación, se presentan unas preguntas que van dirigidas a evaluar los grados de asociatividad según el alcance: geográfico, sectorial, especializado, establecer las prácticas de comercialización que realizan los caficultores del corregimiento de Guacacallo Pitalito (Huila), que influyen en la competitividad.

1. ¿Pertenece usted a alguna de las siguientes cooperativas o asociaciones? Puede marcar varias opciones con una X
 - a. Federación Nacional de Cafeteros _____
 - b. Cadefihuila _____
 - c. Asociación de caficultores de Guacacallo _____
 - d. Empresa asociativa de trabajadores del Tigre _____
 - e. Ninguna _____
 - f. Otra _____ ¿Cuál? _____
2. ¿Hace cuánto tiempo pertenece a la cooperativa o asociación?

- a. Entre uno y dos años_____
 - b. Entre 2 y 5 años_____
 - c. Entre 5 y 10 años_____
 - d. Más de 10 años_____
3. ¿La mayoría del café producido en su finca en qué estado lo vende o comercializa?
- a. Café Pergamino Seco_____
 - b. Café húmedo _____
 - c. Café tostado y molido_____
4. ¿La producción de café de su finca la comercializa en?
- a. Comercializadoras de Compra y venta de café del sector_____
 - b. Cooperativas o asociaciones a las que se encuentra afiliado_____
 - c. A alguna exportadora que se encuentra en la región_____
5. ¿Ha vendido o comercializado su café mediante qué forma?
- a. Precio del día _____
 - b. Contrato futuro_____
 - c. Crédito_____
 - d. Convenios corporativos _____
6. ¿Su producción de café la vende o comercializa con el mismo comprador?
- a. Si_____
 - b. No_____
- ¿De qué depende?
- c. Precio_____
 - d. Forma de Pago _____
 - e. Análisis del producto _____
 - f. Rapidez en los pagos _____

Las siguientes preguntas son valorativas, marque con una X la respuesta con la cual se sienta más identificado. La escala variará entre que tan positivo o negativo considere la situación planteada.

7. ¿Considera Importante pertenecer a una Asociación?

Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
☐	☐	☐	☐

8. ¿Cree usted que al formar parte de una asociación su calidad de vida mejorara?

Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
☐	☐	☐	☐

9. ¿Considera que una constante capacitación del personal mejora la producción y calidad de su café?

Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
☐	☐	☐	☐

10. ¿Considera que las asociaciones deben tener reconocimiento y credibilidad?

Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
☐	☐	☐	☐

11. ¿Para usted sería importante un liderazgo lleno de valores y buena comunicación con el resto de los miembros de una asociación?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

12. ¿Considera Importante que los Integrantes de una Asociación sean comprometidos con el propósito de esta?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

13. ¿Cree usted que las asociaciones promueven el bienestar social?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

14. ¿Cree importante en las asociaciones la inversión de dinero por parte de los participantes?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

15. ¿Cree usted que las asociaciones analizan el entorno para aprovechar oportunidades que se puedan presentar?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

16. ¿Cree usted que las asociaciones deben analizar las características del entorno para ser pertinentes con las expectativas de los asociados?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

17. ¿Como productor de café, considera que la asociatividad puede impulsar el cuidado del medio ambiente en los procesos relacionados con esta actividad agrícola?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

18. ¿Considera que una Asociación puede incentivar la incorporación de ciencia y tecnología al desarrollo de la producción de café?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

19. ¿Cree usted que al pertenecer un grupo asociativo mejorara la eficiencia en los costos de inversión sin afectar la calidad del producto?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
☐	☐	☐	☐

20. ¿Considera que la innovación en los productos mejora la competitividad en el mercado?

<i>Muy de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>
-----------------------	-------------------	----------------------	--------------------------

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

21. *¿Considera usted que en las asociaciones existe equidad para todos sus asociados?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

22. *¿Cree usted que las asociaciones cumplen con el espíritu de la economía solidaria?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

23. *¿Cree usted que las Asociaciones promueven la formación continuada de sus asociados?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

24. *¿considera que si perteneciera a una asociación tendría más estrategias de mercado para que se reconozca un precio justo para los productores de café?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

25. *¿Considera que las asociaciones promueven el acceso a productos financieros en condiciones más favorables?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

26. *¿Cree usted que las asociaciones trabajan para consolidar canales para la comercialización e internacionalización de los productos que cosechan los asociados?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

27. *¿Si perteneciera a una asociación estaría de acuerdo en invertir los recursos adquiridos por los asociados para crear bienestar?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

28. *¿Ha recibido apoyo de organizaciones institucionales (gobierno) en su proceso productivo (maquinaria o abono)?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

29. *¿considera que las reuniones en las asociaciones deben ser de manera permanente para lograr los objetivos?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

30. *¿Le gustaría ser miembro activo de una asociación en los próximos 5 años?*

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

☐☐☐☐

31. *¿considera que por medio las asociaciones su empresa puede llegar a ser más competitiva?*

Muy de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

☐☐☐☐

32. *¿Cree usted que las asociaciones trabajan por una meta en común?*

Muy de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

☐☐☐☐

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 2

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA FOCUS-GROUP

La siguiente encuesta es realizada con el fin de desarrollar la investigación “La

Asociatividad como factor de Fortalecimiento de Competitividad en los Productores de Café del Corregimiento Guacacallo, Pitalito – Huila”, elaborada por estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Surcolombiana, en el que su objetivo principal es **determinar de qué manera la asociatividad puede conducir a la competitividad en los productores de Café del corregimiento de Guacacallo Pitalito-Huila.**

Los datos que se requieren a continuación estarán amparados por la Ley Estatutaria 1581 de 2012 (Congreso de Colombia, Ley 1581 de 2012, 2012) garantizando que los datos personales sean protegidos y que el tratamiento de los mismos cumpla los principios, derechos y procedimientos, así como prohíbe la transferencia de datos.

Nombre completo: _____

Género: Masculino ____ Femenino ____

Edad: Menor de 18 años ____ 18 – 28 años ____ 29 – 35 años ____ 36 – 45 ____ Mayor de 46 años ____

Nivel educativo

Bachiller ____ Técnico ____ Tecnólogo ____ Profesional ____ Posgrado ____

¿Tiempo de experiencia en el sector comercial?

Entre 1 y 3 años ____ entre 3 y 5 años ____ entre 5 y 10 años ____ más de 10 años ____

Nombre de la Organización _____ Municipio: Pitalito Huila

Cargo en la Organización: _____ Fecha: _____

¿Cuál es el primer pensamiento cuando escucha la palabra asociatividad?

¿Cómo puede ayudar a la región el poder asociarse con otros caficultores?

¿Podría indicarnos las razones para que en Guacacallo no prospere el trabajo comunitario que permite lograr la competitividad?

¿Cuáles limitaciones y fortalezas que se presentan cuando todos trabajan para un bienestar común?

¿Cómo considera usted que pueda existir un trabajo en conjunto con los demás caficultores de la región?

¡¡Gracias por su participación!!

Anexo 3

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
Facultad de Economía y administración
Programa de administración de empresas

Sede Pitalito

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de esta, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **ANGÉLICA MARIA ORTIZ**, de la **Universidad Surcolombiana**. El objetivo principal de este estudio es: **Determinar como la asociatividad puede conducir a la competitividad en los productores de Café del corregimiento de Guacacallo Pitalito-Huila.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esto tomará aproximadamente 60 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista que una vez se cuente con su autorización se utilizarán fines estrictamente académicos.

La participación en este estudio es **estrictamente voluntaria**. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruirán o eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Angélica María Ortiz. He sido informado (a) sobre el objetivo del estudio.

Me han indicado también que tendré que responder preguntas en una entrevista a profundidad, lo cual tomará aproximadamente **60 minutos**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar al investigador al teléfono 3229120618.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al investigador a los teléfonos antes mencionados.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha:

(en letras de imprenta)

Imágenes

Visita en la vereda primavera

Ilustración 34 Visita en la vereda primavera



Ilustración 35 Visita en la vereda primavera



Entrevistando a un agricultor vereda Guacacallo

Ilustración 36 Entrevistando a un agricultor vereda Guacacallo



Visita vereda La Colina

Ilustración 37 Visita vereda La Colina



Visita en la vereda Monserrate

Ilustración 38 Visita en la vereda Monserrate



Visita vereda El Tigre

Ilustración 39 Visita vereda El Tigre



Visita en la vereda Buenos Aires

Ilustración 40 Visita en la vereda Buenos Aires



Visita vereda la Palma

Ilustración 41 Visita vereda la Palma



**Visita vereda el tigre con el señor Pablo Rojas presidente de la asociación de
Trabajadores del Tigre**

Ilustración 42 Visita vereda el tigre con el señor Pablo Rojas presidente de la asociación de Trabajadores del Tigre



Visita vereda Guacacallo con el señor Edwin Muñoz Delgado presidente Grupo

Asociativo de Cafeteros Guacacallo

Ilustración 43 Visita vereda Guacacallo con el señor Edwin Muñoz Delgado presidente Grupo Asociativo de Cafeteros Guacacallo

