



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y
RELACIONES INTERNACIONALES - MBA

Relación de la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la
Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales -
MBA

AUTORA:

Br. Dávila Sánchez Rosa (ORCID: 0000-0003-3396-6461)

ASESOR:

Mag. Sánchez Dávila Keller (ORCID: 0000-0003-3911-3806)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de Organizaciones

TARAPOTO - PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios, por permitirme llegar a este punto. A mi mamá por su admirable labor, desprendimiento y amor brindado, a mi padre por su apoyo a pesar de la distancia.

A Jair, por su apoyo y a mis hijas Annie Luisa y Ghya Valentina por su comprensión, que más que el motor de mi vida son parte muy importante de lo que hoy puedo presentar como tesis, gracias a ellas por cada momento en familia sacrificado, por entender que el éxito demanda algunos sacrificios y que el compartir tiempo con ellas, hacia parte de estos sacrificios.

Rosa

Agradecimiento

Quiero agradecer a todas las personas que, de alguna manera, hicieron posible finalizar esta investigación. A los socios agricultores de la Asociación de Productores Agrarios Allima Cacao, por su disposición y tiempo brindado.

Un agradecimiento muy especial a Carlos Angulo, Gerente de la Cooperativa Allima Cacao, quien con su buena actitud, paciencia, y tiempo dedicado, hizo realmente posible esta investigación.

Finalmente, agradecimiento especial a mi asesor Mg, Keller Sánchez Dávila, por su paciencia y disposición mostrada en este largo proceso.

La autora

Página del jurado

ESCUELA DE POSGRADO

DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES - MBA

La bachiller **Dávila Sánchez Rosa**, para obtener el Grado Académico de Maestra en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales-MBA, ha sustentado la tesis titulada:

"Relación de la Gestión Empresarial con la Comercialización de Cacao en Grano de la Cooperativa Agraria Allima Ltda, 2018"

El Jurado evaluador emitió el dictamen de

Aprobar por unanimidad

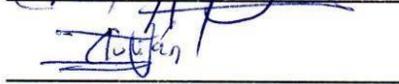
Habiendo hecho las recomendaciones siguientes:

[Empty box for recommendations]

Dra. Katia Dávalos La Torre - **Presidente**



Dra. Rosa Mabel Contreras Julian - **Secretario/a**



Mgtr. Kelle Sánchez Dávila - **Vocesi**



Tarapoto 06 de agosto 2019

Declaratoria de Autenticidad

Yo, **ROSA DÁVILA SÁNCHEZ**, identificada con DNI N° 41445777, estudiante del programa de Maestría en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales - MBA, de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, con la tesis Titulada: **“Relación de la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018”**, presentado en 57 folios, para la obtención del grado académico de Maestra en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales - MBA es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

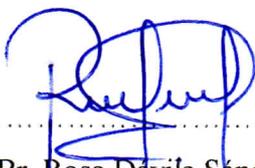
He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios. De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Tarapoto, 12 de Junio de 2019



Br. Rosa Dávila Sánchez
DNI N° 41445777

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de figura.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	14
2.1. Tipo y diseño investigación.....	14
2.2. Variables, Operacionalización	14
2.3. Población, muestra y muestreo	16
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	16
2.5. Procedimiento.....	17
2.6. Método de análisis de datos	17
2.7. Aspectos éticos.....	17
III. RESULTADOS	18
IV. DISCUSIÓN	23
V. CONCLUSIONES.....	26
VI. RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS.....	32
Matriz de consistencia.....	33
Instrumentos de recolección de datos	34
Índice de confiabilidad.....	37
Validación de instrumentos	38
Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación	42
Autorización para la publicación electrónica de las tesis	43

Informe de originalidad	44
Acta de aprobación de originalidad	45
Autorización de la versión final del trabajo de investigación	46

Índice de tablas

Tabla 1 Nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018.....	18
Tabla 2 Nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018	19
Tabla 3 Correlación entre gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018	20

Índice de figura

Figura 1. Nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018.	18
Figura 2. Nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018	19
Figura 3. Dispersión entre gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018.....	21
Figura 4 Varianza entre la gestión empresarial y la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018.....	21

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo conocer la relación de la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018.

El estudio se fundamenta en los elementos de la gestión empresarial, focalizada en la comercialización en el mercado. La investigación fue de tipo no experimental, con un diseño de estudio descriptivo correlacional. La población y la muestra estuvo formada por 105 socios. El instrumento empleado fue el cuestionario. Entre los resultados del estudio destaca la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda con un nivel “Regular” de 35%, y nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, con nivel “Regular” de 37%, Finalmente, el estudio concluyo que existe una correlación alta positiva entre la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA, con un coeficiente de correlación de Pearson (0.904). Asimismo, se muestra un coeficiente de determinación de (0.818) explicando que el 81.8% de la comercialización de cacao en grano es influenciado por la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda.

Palabras claves: Gestión empresarial, comercialización, cacao en grano, gestión logística

ABSTRACT

This research aimed to know the relationship of business management in the marketing of cocoa beans from the agricultural cooperative ALLIMA Ltda, 2018. The study is based on the elements of business management, focused on marketing in the market. The research was non-experimental, with a descriptive correlational study design. The population and the sample consisted of 105 partners. The instrument used was the questionnaire. Among the results of the study, the business management of the agricultural cooperative ALLIMA Ltda stands out with a “Regular” level of 35%, and the level of commercialization of cocoa beans from the agricultural cooperative ALLIMA Ltda, with a “Regular” level of 37%, Finally The study concluded that there is a high positive correlation between business management and the commercialization of cocoa beans from the agricultural cooperative ALLIMA, with a Pearson correlation coefficient (0.904). It also shows a coefficient of determination of (0.818) explaining that 81.8% of the commercialization of cocoa beans is influenced by the business management of the agricultural cooperative ALLIMA Ltda.

Keywords: Business management, marketing, cocoa beans, logistics management

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente en países desarrollados se observan a grandes cooperativas generar mayores niveles de comercialización con respecto de pequeñas y medianas organizaciones. A comparación de estas pequeñas organizaciones las grandes tiene facilidades de acceso a mercados además utilizan estrategias de gestión empresarial adecuadas que les permite acceder a grandes oportunidades comerciales y acceder a nuevos mercados. Por ello es importante que toda organización desarrolle estrategias pertinentes en el manejo de sus instrumentos de gestión. Castells, M. (1998) menciona que las herramientas tecnológicas y las capacidades del recurso humano originan la productividad y competitividad. Cabe indicar, que la información y el conocimiento son elementos valorados en el contexto económico, ya que son los encargados de mejorar la productividad y rendimiento, precisamente por la capacidad de apoderarnos de la información para procesarla en tiempo real. Otra de las particularidades de la economía actual, al cual hace referencia Castells, M. (1998) es que todas las principales actividades desarrolladas por las economías, funcionan en tiempo real, trabajan de manera sinérgica, es como una red interconectada con otra red.

En el Perú existen un sin número de organizaciones, los cuales buscan efectuar su capacidad de gestión empresarial, orientados en obtener mejor comercialización, pero el problema a que se afrontan las empresas en el Perú, es por el hecho que la gestión empresarial no está siendo aplicada, generando grandes pérdidas ya que los beneficios alcanzados son menores a lo invertido, es por esta razón las organizaciones sienten la necesidad de establecer un adecuada gestión empresarial, el cual le permita una adecuada organización institucional, que lo conllevara a dar cumplimiento a los objetivos propuestos. De igual forma en San Martín se encuentran un sin número de organizaciones que presentan problemas en su gestión empresarial, por el hecho de que no cuentan con estrategias adecuadas de gestión, una clara señal del mal manejo de la gestión empresarial, el cual se ve reflejado por las ventas efectuadas. En tal sentido la Cooperativa Agraria Allima Cacao con RUC 20531441757 ubicado en el Pje. José Olaya S/N CP Banda de Chazuta, Distrito de Chazuta, dedicada al acopio y comercialización de grano de cacao de sus socios para la exportación y consumo

nacional -local, en los últimos periodos ha venido presentado problemas en su gestión empresarial, el cual se debe básicamente por el escaso personal que cuente para cada área, esta situación viene afectando a la rentabilidad de la empresa, ya que ha mostrado disminución de sus utilidades con respecto a periodos anteriores, es un claro síntoma que no se está desarrollando eficientemente la gestión empresarial. Es por ello que la presente investigación surge como interrogante conocer como la gestión empresarial se relaciona con la comercialización en la Cooperativa Agraria Allima Cacao.

De esta manera existen trabajos previos a nivel internacional: según Egas, O. (2017) en su trabajo de investigación titulado: *Influencia de la marca país “Ecuador” en el Proceso de comercialización de productos de Consumo masivo Caso: chocolates amargos.* (Tesis Pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Donde tuvo un enfoque mixto, con la aplicación de entrevistas y cuestionarios, donde participaron 300 empresarios, concluyendo que la marca país, en un 78 % de personas encuestadas indicaron que prefieren consumir chocolates americanos, por sentirse confiados en las marcas extranjeras; y tan solo el 22% consumen productos nacionales (marca ecuatoriana).

Álvarez, J. (2015). En su trabajo de investigación titulado: *Análisis y validación de la factibilidad de un plan de negocios para la elaboración de barras energéticas como producto alternativo, a base de cacao fino de aroma, su comercialización nacional e internacional.* (Tesis pre grado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Tuvo un estudio analítico prospectivo, participaron 80 representantes, donde aplicó entrevistas, concluyo que el cacao de variedad “Fino y de Aroma”, cultivado en Los Ríos con 35%, El Oro con 5%, Guayas con 25%; con 184.736 TM del grano, correspondiente a un 69% como proveedor a nivel mundial. En consecuencia, el Estado inició la regulación para promover el crecimiento productivo, recogiendo elementos del arte privada para un crecimiento sostenible.

Quintero, M. (2015). En su trabajo de investigación titulado: *Productos básicos agrícolas y desarrollo: Producción y Comercialización de Cacao en Venezuela.* (Tesis doctoral). Universidad de La Laguna. Santa Cruz, Tenerife – España. Estudio

exploratorio, con una participación de 92 comerciantes, donde empleo entrevistas, concluyendo que uno de los elementos de crecimiento es la agroalimentación y la comercialización, los mismos que deben tener un desarrollo geográfico.

Así mismo se han realizado estudios a nivel nacional los cuales muestran la importancia de una buena gestión para el éxito comercial: según Álvarez, K. (2017). En su trabajo de investigación titulado: *La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017.* (Tesis pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Desarrollo una investigación descriptiva, donde participaron 250 empresarios Mypes La Victoria, y 152 empresarios Mypes entre hombres y mujeres, concluyendo que las variables tienen una relación positiva baja, en tal sentido, la gestión empresarial se relaciona con la competitividad de las ventas.

Para Camposano, I. (2015). En su trabajo de investigación titulado: *Influencia de la Gestión Estratégica en la comercialización del café en la cooperativa agraria cafetalera Satipo Ltda. 2014.* (Tesis pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú. Presento un estudio descriptivo, con una participación de 110 comerciantes, donde se desarrolló cuestionarios, concluyendo que la gestión estratégica influye en forma positiva en la Comercialización del café de la Cooperativa Agraria Cafetalera Satipo Ltda, con un Spearman $\rho = 0,900$; asimismo, la gestión estratégica se encuentra en condiciones desfavorables, donde no aplica las técnicas actuales de gestión empresarial.

Según Gonzales, J. (2014) En su trabajo de investigación titulado: *“Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria - año 2013”.* (Tesis pre grado). Desarrollando un trabajo descriptivo, con la participación de 65 trabajadores, aplicando cuestionarios, concluyendo que en un gran número de empresas del sector textil no hacen uso adecuado de la diversidad de mecanismos empresariales, los mismos que repercuten en un desempeño.

Para Navarro, J. (2018). En su trabajo de investigación titulado: *La gestión empresarial como factor de la rentabilidad de la comercialización del café en el Alto Mayo 2015.*

(Tesis doctorado). Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. Desarrollo un estudio descriptivo, donde participaron 23 comerciantes, donde se aplicó cuestionario, concluyendo que las empresas con mayor porcentaje de rentabilidad fueron la Cooperativa de servicios múltiples CAPEMA con 63%, la Asociación de Cafetaleros "Los Cedros" con 55% y la Asociación progresista de desarrollo ambiental con 54%. Las empresas con menor rentabilidad fueron la Cooperativa de servicios múltiples APESA con 11% y la Asociación de Productores Ecológicos – APROECO con 8%. Además, las empresas cafetaleras tuvieron un nivel de valoración “Muy bueno” en sus perspectivas de gestión empresarial con índices de rentabilidad entre 54 y 63%. Las correlaciones de Spearman con p -valor $< 0,05$ entre la rentabilidad y gestión empresarial demuestran que para la perspectiva de clientes internos la correlación (0,303) positiva es baja; para la perspectiva de la formación y el crecimiento la correlación (0,462) positiva es moderada; para la perspectiva de la visión, misión y estrategias la correlación (0,207) positiva es baja y para la perspectiva de los procesos internos la correlación (0,367) positiva es baja.

Para Pérez, A. (2018). En su trabajo de investigación titulado: *Relación entre la administración financiera y la rentabilidad de la Cooperativa Agraria el Gran Saposoa Ltda. 2016*. (Tesis para Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú. Desarrollo un estudio correlacional, donde intervinieron 12 colaboradores, aplicando un cuestionario, donde concluyó que existe relación entre las variables, con una significancia bilateral es 0.011; siendo la rentabilidad influenciado en un 49,2% por la administración financiera.

Herrera, H. (2017), En su trabajo de investigación titulado: *La Producción del Cacao y el Desarrollo Humano Local de Tocache-San Martín. 2006-2015*. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Estudio descriptivo, con la participación de 83 productores, aplicando un cuestionario, concluyendo que la producción de cacao obtuvo un maximizó de rentabilidad (30%), bordeando la tonelada por hectárea en promedio por productividad, el más alto a nivel nacional. El impacto que tuvo este estudio en la producción de cacao en Tocache, es la disminución de la pobreza y extrema pobreza, según reporte del INEI.

Dichas investigaciones se sustentan en teorías relacionadas al tema tales como: Gestión empresarial, para Domingo (2008), es la sinergia e interacción entre los miembros del para alcanzar resultados. Para Jaime, J. (2003), los involucrados en la gestión determinan acciones, con repercusiones en la institución. Según León (2007), la tarea de la gestión empresarial es desarrollar la productividad y competitividad empresarial y una óptima gestión hace mejor lo correcto y para lo cual es importante que se identifiquen los factores que tienen influencia en el éxito o que contribuye a una mejora en el resultado de la gestión. De acuerdo a Gitman (1986), refiere que la gestión empresarial abarca el cumplimiento de normas, a través de la ejecución de una variedad de instrumentos. La política se sustenta de acuerdo a los principios o directrices de un sector fundamental en la organización. No tiene carácter de ser un documento legal, pero es el reflejo de cómo van las organizaciones en cuanto al trabajo que realizan y cómo este se está siendo dirigido.

Para Koontz (2004), tradicionalmente la gestión empresarial, se encarga de estudiar cómo está estructurada la organización y define las funciones de cada miembro. Pero lo más importante, es que hace un análisis para determinar las tareas que tienen mayor importancia en el proceso de creación y ser más competitivos. Por su parte, Silva (2016), describe a un conjunto de actividades que tienen por finalidad sacar provecho de los recursos que cuenta la institución, teniendo como objetivo cumplir metas trazadas en la administración empresarial. En ese mismo sentido, surge la gestión empresarial, que según Coulter (2016), quienes la entienden como las acciones coordinadas, buscando la eficiencia de los colaboradores, en ello sus responsabilidades como parte de la institución Por último, para Weihrich (2016), describe a la gestión empresarial como procesos de implementar un contexto laboral adecuado, los colaboradores cumplan de manera eficiente objetivos específicos.

Bembibre (2009) comenta al respecto de las capacidades de la gerencia, que ésta tiene dos principales maneras de entenderse, la primera, conocida como parte de la institución, y la segunda, como la acción de gerenciar y desarrollar actividades destinadas a organizar y planificar. En conjunto con otra terminología, se asociada con el ambiente de

trabajo, relacionado con las actitudes y capacidades del recurso humano para dar cumplimiento de objetivos empresariales.

Según Udaondo (1992), la gestión y la cultura organizacional, deben responder de manera rápida a los cambios del entorno, que podrían dificultar su crecimiento, estos cambios sugieren que las organizaciones busquen la manera de ser más competitivos. Según Barceló, (2001), nos dice que: lejos de involucrar a programas innovadores para ofrecer una mejor experiencia a los clientes que hacen uso de los servicios, la gestión empresarial debe reconocerse como un bien público. Según Shaw (1991), indica que, en el caso de Norteamérica, en el ámbito empresarial, hacen uso de estrategias que provienen de la parte privada son necesarias para un desempeño. En el proceso se esperaba que este concepto se adapte de forma errónea al de los servicios. A falta de estudios relacionados en la gestión empresarial, se han generado nuevas estrategias como emplear guías los estudios desarrollados en el sector industrial; por otro lado, la gestión empresarial cumple funciones que están vinculados con la administración de empresas, a diferencia de la gestión empresarial, el cual gana una posición de superior (nivel gerencial) y contiene múltiples conocimientos. Chiavenato (2016) refiere que gestionar es planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos institucionales con la finalidad de lograr resultados.

Henri (1916), menciona también que es un acto de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Donde las responsabilidades del responsable están estrechamente vinculadas a las funciones administrativas: Planeación: mirar hacia el futuro y planear acciones; organización: desarrollar de manera estructural a las instituciones; dirección: dirigir a los colaboradores; control: verificar que las actividades se ejecuten de acuerdo a lo estipulado por la institución, donde cada recurso tiene sus funciones y sus propias responsabilidades independientemente de su cargo que abstente. Para Hernández, (2008), define a la planificación como una de las funciones más importantes de la administración, ya que trata de tomar decisiones acerca del qué hacer, cómo, dónde, quién lo va a hacer y cuándo, es decir, la planeación da respuesta a las interrogantes antes mencionadas y se relacionan con las áreas principales (producción, mercados, finanzas y personal), para (Munch, 2014). Es la determinación de los posibles escenarios

y el camino que seguirá la empresa, además de delimitan los resultados que se esperan alcanzar y aquellas estrategias que se emplearán para lograrlo minimizar riesgos”, dependiendo del nivel jerárquico en el que suceda: Planificación estratégica. Se desarrolla a nivel gerencial, hace referencia a una planeación general que tiene que ver con el mediano y largo plazo y en base a ello se elaboran los planes para toda la organización. Táctica o funcional. Son los planes elaboradas en cada una de las áreas de la organización con el propósito de cumplir el plan estratégico Operativa. En los planes tácticos, es llevar a cabo en los niveles operativos.

Como segunda función tenemos a la Organización: Para Hernández, (2008), pone estructuralmente a la empresa, en parte definidas como las finanzas, producción u operaciones, comercialización y recursos humanos. El motivo esta que no todas las organizaciones o instituciones tienen el mismo tamaño, y otras más características que los diferencian. Así también, (Anzola, 2010) explica que las organizaciones de una empresa de menor tamaño, es importante que las actividades se realicen de manera coordinada entre cada una de las áreas, con el propósito de que se cumplan los objetivos. Además, se debe tener en cuenta que su estructura organizacional debe ser diseñada de tal manera que cada una de las funciones y los responsables de ello, estén claramente identificadas.

La tercera función de Dirección que está vinculado con los líderes o ejecutivos, para Fayol (1916), de refiere a la acción de motivar e impulsar a los colaboradores para que desempeñen las funciones que les fueron asignadas; encamina a la organización, su meta es lograr el mayor rendimiento posible de sus colaboradores, en miras del cumplimiento de los intereses del negocio; y por ultima la función de control: Según (Münch, 2014), las técnicas de control ayudan evaluar el cumplimiento de los objetivos. Por tanto, un control adecuado se relaciona con la consecución de resultados mediante elementos conocidos y descritos. De Jaime (2013) comenta que, a su opinión, la gestión del control empresarial debería de estructurarse, sistematizarse y ejecutarse. También incluye una pirámide metodológica que articula elementos y con ello alcanzar el cumplimiento de metas. Münch (2014) también comenta respecto a los tipos de control, pero de manera simplificada, exponiendo que debe de ser continua y de manera integral. El control

puede ser: Preliminar, cuando se realiza previo a las actividades; Concurrente, cuando sucede simultáneamente; y Posterior, se aplica al final de actividades. Para Pérez (2013) refiere que el control es el uso de los recursos de manera adecuada y que permite alcanzar resultados.

Respecto a la comercialización, Morales (2009) es elaborar estrategias direccionadas a cumplir un objetivo, asegurando que, desde el proceso de obtención, traslado y almacenamiento de producto, se efectúe de manera articulada, permitiendo una mejor efectividad y expectativas de los involucrados. Kotlet (1995) describe a la comercialización en cuatro aspectos, ¿cuándo? el momento preciso de llevarlo a efecto; ¿dónde? a la estrategia geográfica; ¿a quién? a la definición del target (público objetivo) y ¿cómo? se hace una referencia a la estrategia para el lanzamiento del producto al mercado. Un punto crítico en la comercialización es la decidir cuándo ingresar al mercado. Tras el desarrollo de un producto nuevo y sabiendo de la presencia de un competidor, las empresas se enfrentan a tres elecciones: El primero al ingresar, disfruta de "ventajas al ser primero", consistente en la obtención de algunos distribuidores y clientes claves y en obtener el reconocimiento. Al no ocurrir ello, el producto es presentado al mercado, sin haber cumplido con los requerimientos necesarios, el mismo que genera repercusiones negativas a la empresa. Entrega paralela: podría tomar la decisión de esperar su entrada al igual que su competidor y si este se precipita al lanzamiento, se respondería de la misma forma. Si el competidor se toma su tiempo, la empresa también, usando este tiempo para asegurar que su producto sea el mejor. En la estructura corporativa es necesario involucrar a tus sus miembros. La entrega posterior: caracterizada por postergar su lanzamiento y esperar que la empresa competidora realiza su lanzamiento. En ese sentido, la comercialización es una compilación de actividades donde se dirige, planifica, fija precio, promoción y distribuir productos y servicios a los principales demandantes (Stanton, 1987).

Según, el autor Carthy (1974) indica que la comercialización se vincula con la producción de bienes y servicios otorgados por el productor con la finalidad de cumplir con sus expectativas y cumplir con sus objetivos empresariales. El proceso se inicia con el cliente y no con la producción, debe tomarse la decisión de su fabricación, donde

incorpora productos. De acuerdo a la mencionado, Morales, F. (2009), nos dice que la comercialización trata de construir estrategias en función a un objetivo, con la finalidad que, desde los procesos de comercialización, la obtención, traslado y almacenamiento de producto, se realice de forma coordinada, mejorando la efectividad y satisfacción de las partes interesadas (cliente, accionista, personal, proveedor y sociedad en general).

Porter, (2010) conjunto de acciones con la finalidad de alcanzar determinados propósitos, los mismos que se pondrán e oferta a los potenciales consumidores. Santesmases, (1993); conceptualiza a la comercialización como un modo de intercambiar un bien o servicio a la sociedad a través del desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes a la otra que tiene la necesidad de ofertar productos.

La productividad en San Martín se sustenta en la educación del productor, su experiencia en el cultivo del cacao, cantidad de integrantes de la familia, el cultivar de cacao instalado, el acceso al crédito formal, la poda, el abonamiento y la fertilización. La literatura sobre el análisis de los determinantes de los rendimientos del cultivo del cacao es escasa para los latinoamericanos y especialmente sobre el Perú. La mayor parte se refiere a los países del África. Ojinimi A, N. Janet y A Ifeyinwa, (2012), analizan los determinantes de la rentabilidad y de los rendimientos del cultivo del cacao en el estado de Ondo, usando un modelo econométrico de mínimos cuadrados ordinarios (MCO). Los resultados muestran que los rendimientos están positivamente relacionados con el uso de mano de obra, lo cual se explica porque muchas de las labores de poda son intensivas en mano de obra. Otra variable que tiene un impacto positivo son los plántones sembrados. Effah E, H Yusif y W Kwasi, (2017), en un estudio en la región de Ashanti, encuentran que la producción está positivamente relacionada a las ganancias y al uso de mano de obra remunerada. Sorprendentemente el estudio muestra una relación negativa entre el uso de bolsas de fertilizantes y la producción. Los autores explican esto por métodos erróneos en la aplicación de los fertilizantes. Antwi S y N Verter 2014 (2014), analizan el comportamiento de la producción de cacao en Ghana durante el periodo 1990-2011, y encuentran que la producción de cacao está positivamente relacionada al área cosechada, las exportaciones y el PBI per cápita. Sin embargo, se

haya una relación negativa con el precio mundial, que los autores explican porque el gobierno fija los precios domésticos y por consiguiente las variaciones en el precio mundial no se refleja en los precios que reciben los productores. Tosam J y N Godfrey (2013), analizan los determinantes de los rendimientos de la producción de cacao en un lapso de 33 años en el departamento de Meme en Camerun. Utilizando un modelo de Método de Momentos Generalizados. La mano de obra familiar, las hectáreas dedicadas al cacao multiplicadas por el precio de la hectárea (una aproximación al capital), el precio por kilogramo de cacao, y el apoyo del gobierno (variable dummy) tienen un impacto positivo sobre el rendimiento del cacao, mientras que el género tiene una relación negativa. Taher (1996), analiza los procesos de adopción y uso de tecnología moderna en pequeños productores de cacao en Indonesia, y muestra que aunque la mayoría de los productores usan fertilizantes y pesticidas, lo usan en cantidades menores a las óptimas. Para América Latina, los estudios son pocos y principalmente descriptivos. Entre ellos destacamos el trabajo de Scott (2016) que analiza la producción del cacao en América Latina durante el periodo de 1961 al 2013. Se encuentra un importante crecimiento del cultivo de cacao, sobre todo en los últimos 15 años en donde la producción del cacao se incrementó en más de 125%; sin embargo, este crecimiento no ha sido igual entre los países, destaca el Perú, pero también Ecuador, México y República Dominicana registraron crecimientos significativos. Según el Ministerio de Agricultura - MINAG (2005), el beneficio post cosecha se llama así al conjunto de actividades articuladas que forman parte del proceso de transformación que permiten explotar su verdadera calidad, y su alta demanda en la industria chocolatera y el mercado externo. Un mejor desarrollo de postcosecha permitirá que el producto genere mayor interés, en el mercado y esto se verá justificado en ofrecer un mejor precio, garantizando su exportación y comercio en el mercado nacional. Hay diversidad en el trato de la poscosecha y el beneficio que se obtienen del cacao, que va desde la recolección y partida de mazorcas, la fermentación y secado del grano y finaliza con la clasificación y almacenamiento; mientras que otros, consideran más bien que se trata del proceso inicial de la transformación e industrialización y que abarca sólo las fases de fermentación, secado y almacenamiento.

Coase R, (2004), refiere y pone en relevancia en la parte logística, el mismo que tiene una relación directa con la gestión empresarial, donde planifica y controla determinados procedimientos iniciando desde la producción, empaque, almacenamiento y transporte de bienes y servicios. Donde además identificas los clientes en sus diversos procesos de producción. Por tanto, el área logística tiene una gran responsabilidad para un buen posicionamiento del producto.

En este sentido esta investigación se plantea un problema general, ¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018?; de las cuales tenemos problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018? y ¿Cuál es nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018?

Justificando el estudio por conveniencia: Las variables investigadas permitió conocer la percepción de los trabajadores de la Cooperativa Agraria Allima Cacao sobre el nivel de la gestión empresarial, así como el nivel de comercialización de la cooperativa ya que al parecer ambas variables no se están gestionando adecuadamente, además de ello saber si existe relación entre ambas variables y también determinamos cuanto influye la primera variable sobre la segunda variable; esta información resultante permitirá a los directivos de la cooperativa tomar mejores decisiones o en algunos casos corregirlos según se requiera. Elegí la cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda. porque tengo vínculos laborales con la misma y también esta investigación me permitirá cumplir el objetivo de graduarme como magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales, también se justifica por Relevancia social: La investigación desarrollada permite que los miembros de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda. conozcan cómo está marchando la organización ya que como cooperativistas conocerán mejor la marcha desde el punto de la comercialización y su administración en gestión empresarial, esto llevara a la organización a prestar un mejor servicio a los cooperativistas de la comunidad Chazutina. En tal sentido, se justifica de manera social, en la medida de que ayuda a mejorar ciertas actividades administrativas dentro de la cooperativa; así mismo por Valor teórica: La investigación permitió determinar la relación entre las variables

gestión Empresarial y Comercialización, esto permitió saber si la gestión Empresarial está relacionada, y si también influye en la comercialización de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda., si bien en el marco teórico da a entender que si influye la primera variable con la segunda con el presente estudio reforzamos esa teoría, confirmando que ambas variables están relacionadas positivamente y de forma directa, teniendo una Implicancia práctica: con la presente investigación se determinó en la práctica cómo está funcionando la gestión empresarial de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda. en sus diferentes componentes y como está la comercialización, también, en sus diferentes componentes para mejor toma de decisiones por parte de los directivos que son las dos variables que se está estudiando, que conllevara a las conclusiones y recomendaciones del trabajo para mejorarlas y por ultimo una Utilidad metodológica: en esta investigación se pondrá a conocimiento la relación existente entre la gestión empresarial y la comercialización con la finalidad de informarnos acerca de los valores de las dos variables para ello se expone un camino metodológico para determinar la prueba de correlación que más se adapte para llegar a la solución del problema planteado (prueba de Pearson), que sumado a ello ayudará a otros investigadores a tomarlo como referencia en sus investigaciones generándose un aporte metodológico que además puede facilitar la gestión empresarial de las Cooperativas. También el trabajo proporciona instrumentos de recolección de información que bien pueden ser empleados en futuras investigaciones, ya que estos fueron validados por expertos, entregándole de esta manera mayor importancia y relevancia.

Respecto a la hipótesis general, se planteó la H_i : La gestión empresarial se relaciona significativa con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018, la Hipótesis nula H_0 : La gestión empresarial no se relaciona significativa con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018, Así mismo se plantea Hipótesis específicas: H_1 : La gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., tiene un nivel bajo. H_2 : La comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, es de nivel bajo.

En este sentido se planteó como objetivo general; Conocer la relación de la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018 y específicos: Determinar el nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018 y determinar el nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño investigación

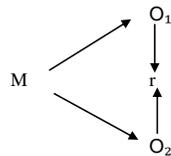
Tipo investigación

Desarrollo un estudio no experimental, cuyo fin es mantener intacto a los elementos que se investigara (Hernández Sampieri, 2016).

Diseño investigación

Aplico un diseño correlacional, con el propósito de verificar la vinculación entre los elementos que se investiga (Hernández Sampieri, 2016).

Esquema:



Siendo:

M = Muestra

O₁ = Gestión empresarial

O₂ = Comercialización

r = Relación entre variables investigadas

2.2. Variables, Operacionalización

Variables

V1: Gestión empresarial

V2: Comercialización

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión empresarial	Fayol (1916), refiere que gestionar planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar, donde abarca elementos de la administración institucional	La gestión empresarial, es la articulación de los procesos internos, el mismo ha sido medido por niveles de empleado cuestionario.	Planificación	Instrumentos de gestión Normas estipuladas por la institución Planifica actividades Planificación temporal Plan de monitoreo de producción Actividades enmarcadas en objetivos y metas Plan de capacitación técnica laboral	Ordinal
			Organización	Desarrollo de capacitación a los colaboradores Estructura funcional y articulación La comunicación institucional permite Estrategias de procesos Estrategias de seguimiento Vínculo comunicacional	
			Dirección	horizontal Plan de incentivos	
			Control	Involucramiento e interacción de actores. Plan de monitoreo y control Reuniones pertinentes Monitoreo como proceso institucional Procesos de control Procesos de pesado, selección y almacenado del cacao de manera	
				Productividad	
Comercialización	Ojinimi, Janet y Ieyinwa, (2012), analizan los determinantes de la rentabilidad y de los rendimientos del cultivo del cacao en el estado.	Es un proceso que permite colocar sus productos en el mercado, medidos por niveles mediante el uso de cuestionarios	Beneficio post cosecha	Infraestructura y equipos el proceso de post cosecha Competencia del personal Consideras que las certificaciones Procesos de evaluación Almacén institucional cuenta con las condiciones para almacenar la producción Considera objetivo, estrategias de posicionamiento y comercialización	Ordinal
			Gestión comercial y logística	Información de sus competidores directos e indirectos Plan de marketing Crecimiento institucional La logística instalada	

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

Formada por 105 socios de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda, durante el periodo 2018.

Muestra

Formada por 105 socios de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda, durante el periodo 2018.

Muestreo

El muestreo utilizado, no probabilístico y por conveniencia de la investigadora.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas

Se utilizó la encuesta con la finalidad de obtener los datos necesarios para llevar a cabo la investigación, los mismos que fueron aplicados a los socios de la cooperativa.

Es necesario esclarecer que también aportara en responder a la hipótesis planteada en el estudio (Ñaupas, 2009).

Instrumentos

Respecto al instrumento, para ambas variables se empleó el cuestionario para responder a la pregunta de investigación.

Validez

Lo realizaron expertos relacionados y conocedores de la metodología y del tema abordado.

Mg. Keller Sánchez Dávila, Metodólogo

MBA Ángel Pérez Macedo – Gerente del Instituto de la cooperación

MBA Vanessa Sánchez Sánchez – Directora Cite acuícola Ahuashiyacu

Confiabilidad del instrumento

Se utilizó la Escala Alfa de Cronbach, cuyos resultados fueron mayores a lo estipulado (0.70), siendo confiables para su aplicación.

2.5. Procedimiento

Para la gestión empresarial, el cuestionario se estructuró en base a planeación, organización, dirección y control, donde hicieron una sumatoria de 20 ítems evaluables. Cada ítem tuvo 5 alternativas a ser respondida, con una valoración de 1 a 5 con calificativo deficiente, malo, regular, bueno y muy bueno.

En la comercialización estuvo conformado por tres dimensiones, productividad, beneficio post cosecha y gestión comercial y logística; donde ambos sumaron 15 ítem para formar el instrumento. La valoración de cada ítem estuvo denominada por deficiente, mala, regular bueno y muy bueno, siendo un puntaje mínimo de 1 y el máximo de 5.

2.6. Método de análisis de datos

Se empleó el paquete estadístico SPSS Ver24, donde se pudo hacer uso del coeficiente de Pearson, con ello observar la relación y afinidad de las variables.

La relación el rango oscila entre -1 y 1, donde un resultado positivo y cercano a 1 se denominará dependencia directa o positivo), caso contrario se definirá como inversa o negativa, y cuando recae en el valor cero, se definirá independencia total (Valderrama, 2016).

2.7. Aspectos éticos

Los participantes del estudio, tuvieron un involucramiento a voluntad propia, con un consentimiento previo a la recolección de datos. De la misma manera, la información procesa y analizada concierne únicamente a la parte académica. Con el fin de coadyuvar en iniciativas innovadoras.

III. RESULTADOS

3.1. Gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda. 2018

Tabla 1

Nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., 2018

Nivel	Intervalo	N°	%
Deficiente	20 - 36	9	9%
Malo	37 - 52	12	11%
Regular	53 - 68	37	35%
Bueno	69 - 85	28	27%
Muy bueno	86 -100	19	18%
Total		105	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a socios de la cooperativa

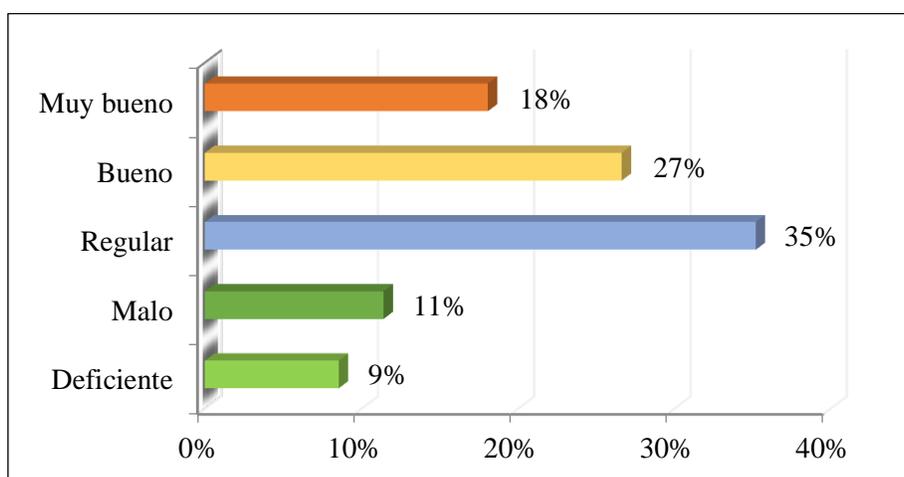


Figura 1. *Nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018.*

Fuente: Cuestionario aplicado a socios de la cooperativa

Interpretación: Se aprecia la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, donde se encuentra un nivel “Regular” de 35% (37), un nivel “Bueno” de 27% (28). Un nivel “Muy bueno” con 18% (19). También, un nivel “Malo” con 11% (12), y el nivel “Deficiente” con 9% (9); siendo el nivel “Regular” con mayor representación en la gestión empresarial.

3.2. Comercialización de cacao en grano de la Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018

Tabla 2

Nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018

Nivel	Intervalo	N°	%
Deficiente	15 - 27	5	5%
Malo	28 - 39	8	8%
Regular	40 - 51	39	37%
Bueno	52 - 63	33	31%
Muy bueno	64 -75	20	19%
Total		105	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a socios de la cooperativa

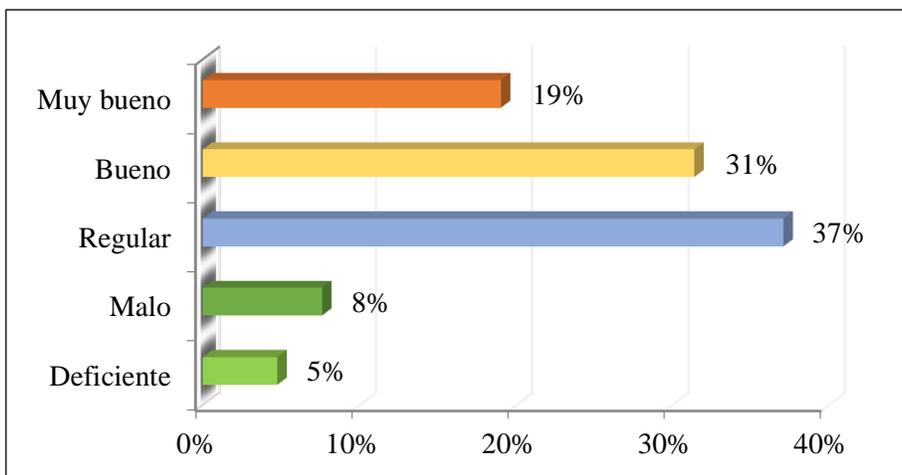


Figura 2. *Nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a socios de la cooperativa

Interpretación: Se determina la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, alcanzando un nivel “Regular” con 37% (39), un nivel “Bueno” con 31% (33). De la misma manera el nivel “Muy bueno” con 19% (20), un nivel “Malo” con 8% (8), y el nivel de “Deficiencia” alcanza un 5% (5); por lo que destaca el nivel “Regular”.

3.3. Relación de la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018

Posterior al desarrollo de la parte descriptiva de las variables estudiadas, y poder responder a los objetivos planteados es necesario formular la hipótesis estadística:

Ho: La gestión empresarial no se relaciona significativamente con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018.

H₁ : La gestión empresarial se relaciona significativamente con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018.

En síntesis: La significancia es de $\alpha = 0,05$; con una confiabilidad del 95%.

Tabla 3

Correlación entre gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018

Estadísticas de la correlación	
Coefficiente de correlación	0.904
Coefficiente de determinación R ²	0.818
R ² ajustado	0.816
Error típico	8.600
Observaciones	105

Fuente: Base de datos trabajado en SPSS ver 24.

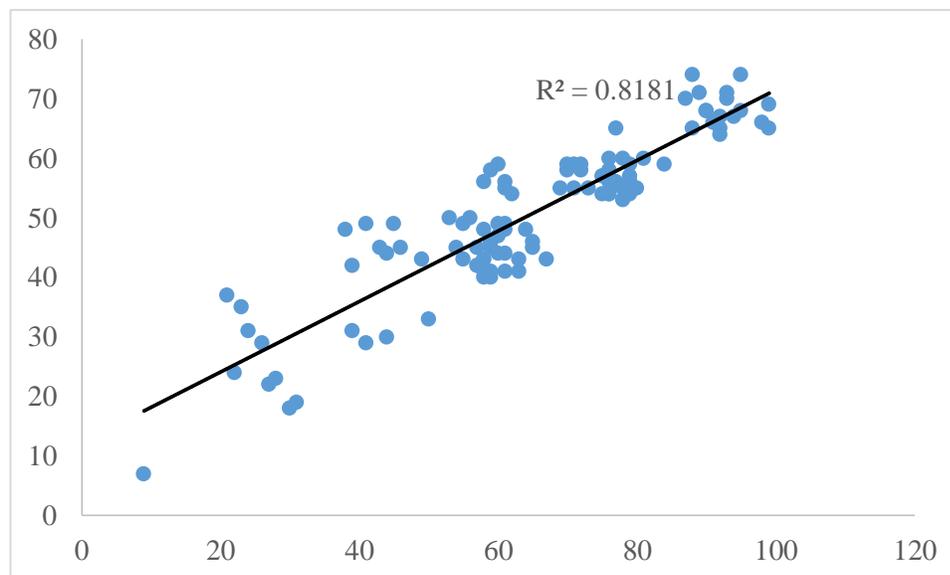


Figura 3. *Dispersión entre gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018*

Fuente: Base de datos trabajado en SPSS ver 24.

Interpretación: Se aprecia un R de Pearson (0.904), indicador que la gestión empresarial se relaciona de manera alta positiva con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda. También, presenta un coeficiente de determinación (0.818), donde el 81.8% de la comercialización de cacao en grano es influenciado por la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda.

Figura 4

Varianza entre la gestión empresarial y la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	34256.7843	34256.7843	463.1600	0.000
Residuos	103	7618.2061	73.963		
Total	104	41874.991			

Fuente: Base de datos trabajado en SPSS ver 24.

Interpretación: De acuerdo al valor crítico de Fisher (0.000), es inferior a (0.05), infiriendo que el modelo se ajusta a los datos, en consecuencia, se acepta la correlación entre la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda.

IV. DISCUSIÓN

Presenta entre sus hallazgos, una correlación alta positiva de (0.904) entre la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., y un coeficiente de determinación de (0.818) donde explica que un 81.8% de la comercialización de cacao en grano es influenciado por la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda. Mostrando que la gestión que viene desarrollando la cooperativa tiene repercusiones en la comercialización de manera positiva, haciendo que este se fortalezca para asegurar la cadena de producción.

Álvarez (2018) en su estudio concluyó que existen grandes dificultades en empresas denominadas Mypes, donde muestran deficiencias en su manejo empresarial. En base a ello, se puede inferir a priori que el tipo de gestión que desarrolla una empresa, cooperativa y/o Mypes es determinante para un buen despliegue, pudiendo asegurar la entrega de los productos y hacer cada vez más competente. De la misma manera, Álvarez hace referencia entre sus hallazgos la existencia de una relación positiva baja entre la gestión empresarial y la competitividad de ventas. Por tanto, difiere significativamente con los resultados encontrados en el estudio, con una correlación significativa.

De la misma manera el estudio de Ítalo (2014), destaca como principal hallazgo en la Cooperativa Agraria Cafetalera “Satipo” LTDA. Donde muestra que la gestión estratégica se relación significativa con la comercialización de café. En tal sentido, el presente estudio muestra similares resultados con el estudio, donde encuentra una relación alta positiva, haciendo de ver una vez más, lo que tan influyente y determinante en una empresa es la gestión.

De la misma manera, el estudio de Pérez (2016), donde menciona que en la Cooperativa Agraria El Gran Saposoa, la rentabilidad es influenciado en un 49,2% por la administración financiera. En base a este hallazgo, la administración financiera es de suma importancia para una mayor rentabilidad.

Al comparar con el estudio, se encuentra similitud en ambos resultados, pero difiere en el nivel de correlación y de determinación de una variable con otra. En este caso, el valor más alto de influencia lo tiene el estudio donde encontró que el 81.8% de la comercialización de cacao en grano es influenciado por la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., superando en un porcentaje significativo, en comparación con el estudio de Pérez.

El estudio también encontró como resultado, vinculados con la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA CACAO Ltda., donde el nivel “Regular” de gestión empresarial donde alcanzo un 35%, seguido del nivel “Bueno” con un 27% de gestión empresarial; donde es vital mantener estos niveles, para que la cooperativa mantenga niveles de competencia adecuados y ello permitirle posicionarse de la mejor manera en su rubro.

Al comparar con el estudio de Navarro (2018), donde resalta el mayor porcentaje de rentabilidad fueron la Cooperativa de servicios múltiples CAPEMA con 63%, la Asociación de Cafetaleros "Los Cedros" con 55% y la Asociación progresista de desarrollo ambiental con 54%. Las empresas con menor rentabilidad fueron la Cooperativa de servicios múltiples APESA con 11% y la Asociación de Productores Ecológicos – APROECO con 8%. En este nivel no se muestra la Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda., pero muestra un nivel “Regular” de gestión empresarial con 35%, ubicándole en una buena posición de acuerdo al resultado mostrado como gestión.

Asimismo, el estudio de Navarro, valora a las empresas cafetaleras estudiadas con un nivel de valoración “Muy bueno” en sus perspectivas de gestión empresarial con índices de rentabilidad entre 54 y 63%, de acuerdo a este hallazgo en particular, difiere significativamente, alcanzando un nivel “Regular” y nivel “Muy bueno” solo muestra un 18%, extendiéndose aún más la diferencia. De acuerdo a los hallazgos, es necesario mejorar los niveles de gestión empresarial, iniciando desde los procesos internos que tiene cada cooperativa, fortaleciendo en cada uno de ellos, siendo necesario insertar acciones que impulsen la gestión y con ello asegurar el cumplimiento de la planificación, debiendo ser este último participativo.

También entro los hallazgos destaca la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda., mostrando un nivel “Regular” con un 37%, nivel “Bueno” con 31%, y un nivel “Muy bueno” de 19%. En ese sentido, desde un enfoque prospectivo la empresa tiene un gran potencial en crecimiento como cooperativa, de la misma manera, posee un gran potencial para instalarse en el mercado competitivo.

Gonzales (2014), en su estudio hace referencia que en las instituciones privadas aún no se ha llegado a desarrollar de manera adecuada elementos que permitan un buen desenvolvimiento. Con este hallazgo se puede inferir que no solo basta con una adecuada gestión empresarial, si no es necesario incorporar otros elementos que coadyuven para un accionar integral, haciendo que la empresa sea competitiva y de un amplio accionar en el mercado local, regional y nacional, siendo este de manera gradual, llegando a incursionar en el entorno internacional.

También, es necesario priorizar los elementos de gestión institucional de manera interna, como los documentos normativos, enfatizando en el planeamiento empresarial para avizorar nuevas competencias, pero siendo fortalecida desde lo institucional, ya que en muchos casos existe una influencia negativa en los espacios comerciales del nacional e internacional, tal como lo menciono Gonzales, entre uno de sus hallazgos.

V. CONCLUSIONES

- 5.1.** La gestión empresarial se relaciona con la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA, sustentado con un R de Pearson de 0.904. También, un coeficiente de determinación de (0.818) donde el 81.8% de la comercialización de cacao en grano es influenciado por la gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda.
- 5.2.** La gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, muestra un nivel “Regular” de 35%, un nivel “Bueno” con 27%, un nivel “Muy bueno” con 18%. De la misma manera, un nivel “Malo” con 11%, y el nivel “Deficiente” un 9%.
- 5.3.** La comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, tiene un nivel “Regular” de 37%, un nivel “Bueno” con 31%, un nivel “Muy bueno” con 19%, el nivel de “Malo” con un 8%, y el nivel de “Deficiencia” alcanza solamente un 5%.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1.** Al gerente de la Cooperativa agraria ALLIMA, fortalecer la gestión empresarial para asegurar la comercialización de su producto, con ello mejorar su rentabilidad de la institución, el mismo que repercutirá en mejorar los niveles socioeconómicos de los socios de la Cooperativa agraria ALLIMA Ltda.

- 6.2.** Al gerente de la Cooperativa agraria ALLIMA, mantener e innovar los procesos de gestión empresarial para permanecer en un mercado competitivo y ser referente en la región San Martín, no solo por su nivel de producción si no como modelo de gestión empresarial y asociatividad inclusiva de productores de cacao.

- 6.3.** Al gerente y a los socios de la Cooperativa agraria ALLIMA, asegurar la producción de buena calidad y concretizar una amplia cartera de clientes potenciales que permita una comercialización estandarizada de su producción, así evitar la sobre producción de sus productos que estaría repercutiendo en su historial financiero.

REFERENCIAS

- Agricultura, M. d. (2005). *Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao*.
- Alvarado, J. (2015). *Análisis y Validación de la Factibilidad de un plan de negocios para la elaboración de barras energéticas como producto alternativo, a base de cacao fino de aroma, su comercialización nacional e internacional*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Alvarez, J. (2017). *La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Antwi, S., & Verter, N. (2014). *An Empirical Analysis of Cocoa Bean Production in Ghana*. Ghana.
- Anzola. (2010). *Administración de pequeñas Empresas*. México: McGraw -Hill.
- Barceló. (2001). *Hacia una Economía del conocimiento*. Retrieved from https://books.google.com.pe/books?id=jn3FdhlNuBIC&pg=PA200&dq=gestion+empresarial+concepto&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion%20empresarial%20concepto&f=false.
- Bembibre. (2009). *Gerencia*. Retrieved from <https://www.definicionabc.com/negocios/gerencia.php>.
- Camposano, I. (2015). *Influencia de la Gestión Estratégica en la comercialización de café en la Cooperativa Agraria Cafetalera Satipo Ltda.* . Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Carthy. (1974). *Comercialización Un Enfoque gerencial* . Argentina: El Ateneo.
- Castell, M. (1998). *La Gestión empresarial bajo el enfoque de las organizaciones inteligentes en la sociedad de la información*. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/782/78220603.pdf>.
- Chiavenato, I. (2016). *Escuela Europea de Management*. Retrieved from <http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/que-es-gestion-empresarial-y-cuales-son-sus-funciones>.

- Coase, R. (2004). *Logística, Administración de la cadena de suministro*. Mexico: Pearson Education.
- Coulter, R. y. (2016). *Qué es gestión empresarial y cuáles son sus funciones*. Retrieved from <http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/que-es-gestion-empresarial-y-cuales-son-sus-funciones>.
- Dominguez, P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Retrieved from <https://es.slideshare.net/chkn/introduccion-a-la-gestionempresarial-pedro-rubio-dominguez>.
- Effah, E., Yusif, H., & Kwasi, W. (2017). *Determinants of cocoa Production in the Ashanti region*. Ghana.
- Egas, O. (2017). *Influencia de la marca país "Ecuador" en el proceso de comercialización de productos de consumo Masivo, caso: Chocolates Amargos*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Gitman, J. (1986). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: Editorial Harper .
- Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la Victoria*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Henry, F. (1916). *Administration Industrielle et Generale*. Retrieved from <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>.
- Hernandez. (2008). *Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. Mexico: McGraw- Hill.
- Hernández Sampieri, R. (2016). *Metodología de la Investigación*. Lima: Mc Graw Hill.
- Herrera, H. (2017). *LA producción del cacao y el Desarrollo Humano local de Tocache, San Martín*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Jaime, J. (2003). *Análisis económico - financiero de las decisiones de gestión empresarial*. Retrieved from https://books.google.com.pe/books?id=G782j28CNo8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Koontz, O. (2004). *Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas* . Mexico: Ingramex S.A.

- Kotler. (1995). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice - Hall.
- Leon, H. D. (2007). *Gestión empresarial para agronegocios*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/4031835/Varios-Gestion-Empresarial-Para-Agronegocios>.
- Munch. (2014). *Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México : Pearson Education .
- Navarro, J. (2018). *La Gestión empresarial como factor de rentabilidad de la comercialización del café en el Alto Mayo*. Tarapoto: Universidad Nacional de San Martín.
- Ñaupas, H. (2009). *Metodología de la Investigación científica y asesoramiento de tesis*. Lima - Perú.
- Ojinimi, A., Janet , N., & Ifeyinwa, A. (2012). *Profitability and Yield Determinants in Nigerian Cocoa farms: Evidence from Ondo State*. Nigeria.
- Pérez, A. (2018). *Relación entre la administración financiera y la Rentabilidad de la Cooperativa el Gran Saposoa Ltda*. Tarapoto: Universidad Cesar Vallejo.
- Quintero, M. (2015). *Productos básicos Agrícolas y desarrollo: Producción y comercialización de Cacao en Venezuela*. Tenerife: Universidad de La Laguna.
- Shaw. (1991). *Gestión de Servicios*. Retrieved from https://books.google.com.pe/books?id=fBcY4AWAiyYC&pg=PA25&dq=gestion+empresarial+concepto&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion%20empresarial%20concepto&f=false.
- Silva, D. (2016). *Qué es gestión empresarial y cuáles son sus funciones*. Retrieved from <http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/que-es-gestion-empresarial-y-cuales-son-sus-funciones>.
- Stanton. (1987). *Fundamentals of marketing*. New York: Mc Graw -Hill.
- Taher, S. (1996). *Factors Influencing Smallholder Cocoa Production*. Indonesia.
- Tosam, J., & Godfrey, N. (2013). *An Analysis of the Socio - Economic Determinants of cocoa Production in Meme Division, Cameroon*.
- Udaondo. (1992). *Gestión de Calidad*. Retrieved from <https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&pg=PA103&dq=gestion>

n+empresarial+concepto&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion%20empresarial%20concepto&f=false.

Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica* (6 ta ed.). Lima: San Marcos.

Weihrich, K. y. (2016). *Qué es gestión empresarial y cuáles son sus funciones*. Retrieved from <http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/que-es-gestion-empresarial-y-cuales-son-sus-funciones>.

ANEXOS

Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos											
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018?</p> <p>¿Cuál es nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018?</p>	<p>Objetivo general Conocer la relación de la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018</p> <p>Objetivos específicos Determinar el nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018</p> <p>Determinar el nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018</p>	<p>Hipótesis general Hi: Existe relación significativa entre la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018</p> <p>H0: No existe relación significativa entre la gestión empresarial en la comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, 2018</p> <p>Hipótesis específicas H1: El nivel de gestión empresarial de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, es alta.</p> <p>H2: El nivel de comercialización de cacao en grano de la cooperativa agraria ALLIMA Ltda, es alta.</p>	<p>Técnica encuesta</p>											
<p style="text-align: center;">Diseño de investigación</p>	<p style="text-align: center;">Población y muestra</p>	<p style="text-align: center;">Variables y dimensiones</p>												
<p>Tipo: No experimental Diseño: Descriptivo Correlaciona</p> <p>M: Muestra O₁: Gestión Empresarial O₂: Comercialización R: Relación entre Gestión empresarial y comercialización</p>	<p>Población: La población de la investigación estuvo constituida por 105 socios de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda, durante el periodo 2018.</p> <p>Muestra Conformada por 105 socios de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Ltda, durante el periodo 2018.</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Gestión Empresarial</td> <td>Planificación</td> </tr> <tr> <td>Organización</td> </tr> <tr> <td>Dirección</td> </tr> <tr> <td>Control</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Comercialización</td> <td>Productividad</td> </tr> <tr> <td>Beneficio Post Cosecha</td> </tr> <tr> <td>Mercado</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Gestión Empresarial	Planificación	Organización	Dirección	Control	Comercialización	Productividad	Beneficio Post Cosecha	Mercado	<p>Instrumentos cuestionarios</p>
Variables	Dimensiones													
Gestión Empresarial	Planificación													
	Organización													
	Dirección													
	Control													
Comercialización	Productividad													
	Beneficio Post Cosecha													
	Mercado													

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: Gestión empresarial

Datos generales:

N° de cuestionario: Fecha de recolección:/...../.....

Introducción:

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el nivel de gestión empresarial

Instrucción:

Lee atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Escala de conversión	
Deficiente	1
Malo	2
Regular	3
Bueno	4
Muy bueno	5

N°	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Escala de calificación				
		1	2	3	4	5
Planificación						
01	Como consideras los instrumentos de gestión, POA, MOF, ROF de la institución					
02	Las normas estipuladas por la institución se cumplen con compromiso y responsabilidad de manera					
03	La cooperativa planifica sus actividades con participación de los trabajadores y socios, al cual lo valoras como					
04	La cooperativa planificada temporalmente el aporte de cacao a la institución, lo calificas de					
05	En plan de monitoreo de producción de los socios es calificado como					
Organizacional						
06	La cooperativa realiza actividades enmarcadas en sus objetivos y metas,					

	considerándole como						
07	El plan de capacitación de la cooperativa integra diversas actividades enfocadas en mejorar las capacidades técnico laborales, calificándole como						
08	Como consideras a las facilidades que otorga la cooperativa para el desarrollo de capacitación a los colaboradores						
09	La cooperativa cuenta con una estructura funcional por áreas y se articulan de manera						
10	La comunicación institucional permite articular acciones y tomar decisiones adecuadas, el mismo que es valorado como						
Dirección							
11	La gerencia de la cooperativa incorpora estrategias para garantizar el desarrollo de planes anuales, considerado como						
12	La cooperativa tiene incorporado estrategias que permita el seguimiento de sus colaboradores para e de metas, siendo considerada como						
13	La gerencia se caracteriza por tener un vínculo comunicacional horizontal entre los diferentes actores de las instituciones, considerándole como						
14	La cooperativa cuenta con un plan de incentivos para mejorar la calidad del producto, al cual lo valoras como						
15	Como consideras el involucramiento e interacción del Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, Comité de Educación y Comité Electoral.						
Control							
16	Como evaluás el plan de monitoreo y control de los comités						
17	Consideras las reuniones pertinentes para medir y evaluar el nivel de avance como						
18	El monitoreo es incorporado como un proceso institucional, valorándole como						
19	En el área de acopio se realizan los procesos de control (cacao en baba), lo consideras como.						
20	En el área de almacén se realizan los procesos de pesado, selección y almacenado del cacao de manera						

Cuestionario: Comercialización

Datos generales:

Nº de cuestionario:

Fecha de recolección:/...../.....

Introducción:

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el nivel de Comercialización.

Instrucción:

Lee atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Escala de conversión	
Deficiente	1
Malo	2
Regular	3
Bueno	4
Muy bueno	5

Nº	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Escala de calificación				
		1	2	3	4	5
Productividad						
01	Como valoras la producción por hectáreas de los socios					
02	La aplicación de poda y abonamiento a sus parcelas lo consideras como					
03	El control de plagas en las plantaciones son realizadas de manera					
04	Las herramientas e insumos utilizadas para la cosecha lo consideras como					
05	La programación de visita a sus proveedores permite mejorar la calidad del producto					
Beneficio post Cosecha						
06	La infraestructura y equipos son apropiados para el proceso de post cosecha					
07	El grado de competencia del personal para el manejo de cacao durante la post cosecha es					
08	Consideras que las certificaciones contribuyen a la mejora de la comercialización del producto, lo evalúas como					
09	Los procesos de evaluación incorporados por la cooperativa para determinar la calidad del cacao en físico y sensorial es					
10	Consideras que el almacén institucional cuenta con las condiciones para almacenar la producción, evaluándole como					
Gestión comercial y logística						
11	Considera que el mercado objetivo, las estrategias de posicionamiento y comercialización es catalogada como					
12	La cooperativa cuenta con información de sus competidores directos e indirectos sobre aspectos de calidad, precio y otros elementos, considerándole como					
13	El plan de marketing de la cooperativa es considerada como					
14	Los acuerdos comerciales de la cooperativos permiten crecimiento institucional de manera					
15	La logística instalada por la cooperativa para el traslado del producto es considerada como					

Índice de confiabilidad

Análisis de confiabilidad: Gestión empresarial

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	105	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.818	20

Análisis de confiabilidad: Comercialización

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	105	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,842	15

Validación de instrumentos



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : SANCHEZ DAVILA KELLER
 Institución donde labora : Universidad Cesar vallejo / UNSM -T
 Especialidad : Magister en Gestión y Políticas publicas
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Gestión Empresarial
 Autor del instrumento : Br. Rosa Dávila Sánchez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL , de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL						45

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente metodológicamente y articulado con los elementos de investigación, el mismo que se encuentra apto para su aplicación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

45

Tarapoto, 02 de junio del 2019.



Mg. Keller Sánchez Dávila
DOCENTE POS GRADO

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : PÉREZ MACEDO ANGEL
 Institución donde labora : Instituto de la Cooperación al Desarrollo
 Especialidad : Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales
 MBA
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Gestión Empresarial
 Autor del instrumento : Br. Rosa Dávila Sánchez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	INDICADORES				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL , de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: GESTIÓN EMPRESARIAL				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					45	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente metodológicamente y articulado con los elementos de investigación, el mismo que se encuentra apto para su aplicación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45

Tarapoto, 05 de junio del 2019.



Ing. MBA. Ángel Pérez Macedo
Gerente General
Instituto de la Cooperación al desarrollo

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : SÁNCHEZ SÁNCHEZ, VANESSA
 Institución donde labora : CITE Acuícola Ahuashiyacu - Instituto Tecnológico de la Producción
 Especialidad : Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales
 MBA
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: COMERCIALIZACIÓN
 Autor del instrumento : Br. Rosa Dávila Sánchez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: COMERCIALIZACIÓN en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: COMERCIALIZACIÓN					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: COMERCIALIZACIÓN de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: COMERCIALIZACIÓN .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						45

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

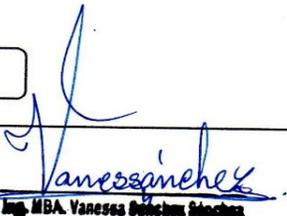
III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente metodológicamente y articulado con los elementos de investigación, el mismo que se encuentra apto para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

45

Tarapoto, 05 de junio del 2019.


Ing. MBA. Vanessa Sánchez Sánchez

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : PÉREZ MACEDO ANGEL
 Institución donde labora : Instituto de la Cooperación al Desarrollo
 Especialidad : Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales
 MBA
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: COMERCIALIZACIÓN
 Autor del instrumento : Br. Rosa Dávila Sánchez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: COMERCIALIZACIÓN en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: COMERCIALIZACIÓN					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: COMERCIALIZACIÓN de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: COMERCIALIZACIÓN .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL					45	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente metodológicamente y articulado con los elementos de investigación, el mismo que se encuentra apto para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

45

Tarapoto, 05 de junio del 2019.


Ing. MBA. Ángel Pérez Macedo
 Gerente General
 Instituto de la Cooperación al desarrollo

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



COOPERATIVA AGRARIA
ALLIMA CACAO
Chazuta - Perú



CONSTANCIA

El Gerente General de la Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda, del distrito de Chazuta, provincia y Región San Martín,

HACE CONSTAR

Que la Bach. Rosa Dávila Sánchez, alumna de la Maestría en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales – MBA de la Universidad Cesar Vallejo Sede Tarapoto, realizo su investigación de su tesis **“RELACIÓN DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL CON LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN GRANO DE LA COOPERATIVA AGRARIA ALLIMA LTDA. EN EL AÑO 2018”**, en el año que se menciona en dicha investigación.

Se Expide la presente constancia , a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.

Chazuta, 20 de Junio de 2019

Atentamente,


Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda.
Ing. Carlos Angelo Gonzales
GERENTE GENERAL

C.c.: Archivo

+51 945 679 222 / #945 679 222
Pje. José Olaya S/N - C.P. Banda de Chazuta, Chazuta
San Martín, Perú.
allimacacao@gmail.com



Autorización para la publicación electrónica de las tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
“César Acuña Peralta”**

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:

Dávila Sánchez, Rosa

D.N.I. : 41445777

Domicilio : Jr. Atahualpa N° 264 - Tarapoto

Teléfono : Fijo : Móvil: 963908981

E-mail : rdavilasanchez@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Posgrado

Maestría

Doctorado

Grado : Maestra

Mención : Administración de Negocios y Relaciones
Internacionales -MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Dávila Sánchez, Rosa

Título de la tesis:

**Relación de la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano
de la Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018**

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha : 19 de diciembre de 2019

Informe de originalidad

feedback studio | Rosa Dávila Sánchez Entrega 3 | /0 | 10 de 25



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES - MBA

"Relación de la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la Cooperativa Agraria ALLIMA Ltda, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES - MBA

AUTOR
Br. Rosa Dávila Sánchez

Resumen de coincidencias

18 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	7 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4 %
3	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
5	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1 %
6	documents.mx Fuente de Internet	1 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %

na: 1 de 29 | Número de palabras: 7077 | Text-only Report | High Resolution | Activado

12:41 p. m. 2/12/2019

Acta de aprobación de originalidad



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

El **Mg. KELLER SÁNCHEZ DÁVILA**, ha revisado la tesis de la estudiante **ROSA DÁVILA SÁNCHEZ** titulada "Relación de la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018", constato que la misma tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de originalidad del programa **TURNITIN**

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Tarapoto, 06 de Diciembre de 2019



Mg. Keller Sánchez Dávila
DOCENTE POS GRADO

Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO DE LA JEFA DE LA UNIDAD DE POSGRADO

Dra. ROSA MABEL CONTRERAS JULIÁN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Br. Rosa Dávila Sánchez

INFORME TÍTULADO:

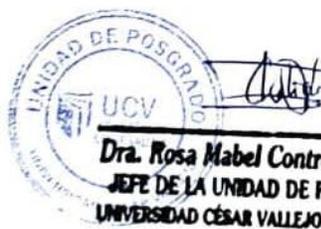
“Relación de la gestión empresarial con la comercialización de cacao en grano de la Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO Ltda, 2018”

PARA OBTENER EL GRADO DE:

Maestra en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales - MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 06 de agosto de 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobar por unanimidad


Dra. Rosa Mabel Contreras Julián
JEFE DE LA UNIDAD DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO - TARAPOTO