



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA
Ltda., Saposoa, 2018”

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS-MBA**

AUTORA:

Br. Luisa Gonzales Alegría

ASESOR:

Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias funcionales

TARAPOTO - PERÚ

2019

ESCUELA DE POSGRADO

DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

La bachiller **Gonzales Alegría, Luisa**, para obtener el Grado Académico de Maestra en Administración de Negocios, ha sustentado la tesis titulada:

"Identidad Organizacional y Gestión de la Calidad en Socios de Coopalgsa Ltda., Saposoa, 2018"

El Jurado evaluador emitió el dictamen de

APROBADO POR UNANIMIDAD (15)

Habiendo hecho las recomendaciones siguientes:

- Replantear los objetivos en función a los resultados obtenidos
- Corregir la ~~definición~~ definición operacional
- Mejorar las conclusiones y recomendaciones
- Definir los instrumentos a utilizar
- Adecuar al esquema y normas APA.

MBA. Jhon Bautista Fasabi

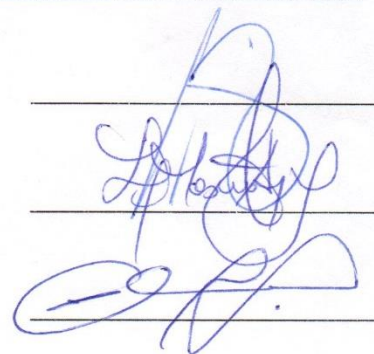
-Presidente

MBA. Lizeth Eryl Mescua Ampuero

- Secretario/a

Mg. Ivo Encomenderos Bancallán

-Vocal



Tarapoto 17 de enero 2019

Dedicatoria

Gracias Jerris Rojas Vela por ser mi compañero de vida, te amo y no habrá manera de agradecer todo lo que hacer por mí desde que te conocí, esta tesis es un logro más que llevo a cabo, y sin lugar a duda ha sido en gran parte gracias a ti. Y gracias a Dios porque su voluntad nunca me llevará, donde su gracia no pueda protegerme.

Luisa

Agradecimientos

A los socios, directivos, y Gerente de la COOPALGSA Ltda. por permitirme realizar mi investigación en tan importante organización en la provincia de Huallaga, que representa con honor el grano de cacao de calidad que los productores cacaoteros producen, y que ahora podrán hacer que llegue a los paladares de todo el mundo.

A mis compañeros y amigos por ayudarme a hacer la labor de campo en un tiempo record.

A mi asesor por sus conocimientos y gran apoyo.

A mis docentes por sus enseñanzas.

LA AUTORA

Declaratoria de autenticidad

Yo, **Luisa Gonzales Alegría**, estudiante de la Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI: 40082572, con la tesis titulada “Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018” Declaro bajo juramento que:

La tesis es de mi autoría.

He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.

La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 10 de enero del 2019



Br. Luisa Gonzáles Alegría

DNI 40082572

Presentación

Señores miembros del jurado calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grado y títulos de la Universidad César Vallejo; pongo a vuestra consideración la presente investigación titulada “Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018”, con la finalidad de optar el título de Maestría en administración de negocios

La investigación está dividida en siete capítulos:

I. INTRODUCCIÓN. Se considera la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

II. MÉTODO. Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y métodos de análisis de datos.

III. RESULTADOS. En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información.

IV. DISCUSIÓN. Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados en la tesis.

V. CONCLUSIONES. Se considera en enunciados cortos, teniendo en cuenta los objetivos planteados.

VI. RECOMENDACIONES. Se precisa en base a los hallazgos encontrados.

VII. REFERENCIAS. Se consigna todos los autores de la investigación.

Índice

Dictamen de sustentación de tesis	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación.....	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
RESUMEN	xi
I. INTRODUCCION	13
1.1. Realidad Problemática.....	13
1.2. Trabajos previos.....	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	20
1.4. Formulación del problema.....	26
1.5. Justificación del estudio.....	27
1.6. Hipótesis	28
1.7. Objetivos.....	28
II. MÉTODO.....	29
2.1. Diseño de investigación.....	29
2.2. Variables, Operacionalización.....	30
2.3. Población y muestra	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ...	31
2.5. Métodos de análisis de datos	32
2.6. Aspectos éticos.....	33
III. RESULTADOS.....	34

V. CONCLUSIONES	42
VI. RECOMENDACIONES	43
VI. REFERENCIAS	44

ANEXOS

Matriz de consistencia

Instrumentos de recolección de datos

Validación de instrumentos

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación

Autorización publicación electrónica de las tesis

Informe de originalidad

Acta de aprobación de originalidad

Autorización de la versión final del Trabajo de Investigación

Índice de tablas

Tablas		Pág.
Tabla 01	Frecuencias y % de la variable identidad organizacional en COOPALGSA Ltda.	33
Tabla 02	Frecuencias y % de la variable identidad organizacional en COOPALGSA Ltda., por dimensiones.	34
Tabla 03	Frecuencias y % de la variable gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda.	36
Tabla 04	Frecuencias y % de la variable gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., por dimensiones	38
Tabla 05	Tabla de contingencias	39
Tabla 06	Prueba de chi – cuadrado	39
Tabla 07	Relación entre las variables	40

Índice de figuras

		Pág.
Figura 01	Nivel de Identidad organizacional en COOPALGSA Ltda. (%)	34
Figura 02	Nivel de identidad organizacional en COOPALGSA Ltda., por dimensiones (%)	35
Figura 03	Nivel de gestión de la calidad en socios de la COOPALGSA Ltda. (%)	37
Figura 04	Nivel de gestión de la calidad en socios de la COOPALGSA Ltda., por dimensiones (%)	38
Figura 05	Campana de Gauss	41

RESUMEN

La tesis titulada “Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018” tuvo como objetivo, establecer la relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en esta empresa cooperativa. El estudio fue de tipo descriptivo correlacional, la muestra estuvo conformada por 90 productores socios. Se utilizó la técnica de la encuesta. Los principales resultados fueron que el nivel de identidad organizacional en la COOPALGSA Ltda., durante el año 2018, fue 29% “bajo”, 61% “medio” y 10% “alto”. El nivel de gestión de la calidad en socios de la COOPALGSA Ltda., en el año 2018, fue el 37% bajo, el 38% medio y el 25% alto. La principal conclusión fue, que existe relación entre la eficacia de la asistencia técnica y la cultura de la calidad en COOPALGSA Ltda., en el año 2018, que se fundamenta en los resultados de la prueba Chi – cuadrado de Pearson (X^2), cuyo resultado indica que X^2 calculado (11.53) > X^2 tabulado (9.49), ubicándose en la región de rechazo de la hipótesis nula (H_0); por tanto, se concluye que las variables están asociadas.

Palabras clave: identidad organizacional, gestión de la calidad.

ABSTRACT

The thesis entitled "Organizational identity and quality management in partners of COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018" had as objective, establish the relationship between organizational identity and quality management in this cooperative enterprise. The study was descriptive correlational type, the sample consisted of 90 partner producers. The survey technique was used. The main results were that the level of organizational identity in COOPALGSA Ltda., During the year 2018, was 29% "low", 61% "medium" and 10% "high". The level of quality management in partners of COOPALGSA Ltda., In 2018, was 37% low, 38% medium and 25% high. The main conclusion was that there is a relationship between the effectiveness of technical assistance and the culture of quality in COOPALGSA Ltda., In the year 2018, which is based on the results of the Chi - square test of Pearson (X^2), whose result indicates that calculated X^2 (11.53) > tabulated X^2 (9.49), being located in the rejection region of the null hypothesis (H_0); therefore, it is concluded that the variables are associated.

Keywords: organizational identity, quality management.

I. INTRODUCCION

1.1. Realidad Problemática

El consumo mundial del chocolate lleva estancado en los últimos años y sus precios en el mercado de materia prima ha bajado considerablemente, lo que genera que el primer eslabón de la cadena del cacao se debilite. Tal como indica ICCO (2013), una de las industrias más consolidadas a nivel internacional, como es la de chocolate, funda su base en pequeños productores en situación de pobreza, propietarios de pequeñas parcelas, por lo general excluidos del sistema financiero. Este perfil del cacaotero es global, ya sea en Sudamérica o África (p. 11).

En Colombia, desde sus organizaciones debe hacer un importante esfuerzo por reconocer los elementos que componen su cultura y que la identifican productivamente ante el mundo. Y son el sector productivo y el gobierno nacional los llamados a analizar la cultura organizacional colombiana, mediante un serio y permanente ejercicio prospectivo que oriente el desarrollo productivo del país y promueva la competitividad de sus organizaciones (Gómez, 2012, p. 7).

De igual manera en los países vecinos como Chile, Ecuador y Venezuela hay ataque de plagas lo que mengua la calidad del grano y consideran que el cultivo de cacao es difícil, porque no madura igual, se necesita un alto costo de mano de obra lo que mengua el margen de ganancia, por lo que, en Venezuela se ha planteado la estrategia del: Ben to bar lo que significa, del grano a la barra, para lograr precios especiales a micro lotes de producción, con trazabilidad desde la cosecha del grano.

Si bien, en toda América Latina, el interés desde los diversos programas de fomento siempre ha sido promover la asociatividad entre los pequeños productores, este proceso desde la década del 80 no ha sido del todo eficaz. Finalmente, el regalar herramientas o premios a cambio de que se asocien no generó una real cultura cooperativa en el pequeño productor. Una de las consecuencias más notorias es que el pequeño productor no es leal con su organización a la hora de proveer del grano y termina vendiendo al mejor postor. Entonces no existe una adecuada identidad organizacional, por tanto, cuando los directivos quieren promover el fortalecimiento de los sistemas de la calidad, principalmente a nivel de post cosecha, el eco en el pequeño productor es relativo.

Por esto, es importante fortalecer la identidad organizacional de los productores con su organización y su entorno, ya que es la carta de presentación, a través de la cual, se da a conocer la imagen y prestigio de la empresa, que se basa en las relaciones propias y de los demás, lo que servirá para guiar el accionar de los miembros de la organización (Mendoza, 2013), siendo el objetivo que sea reconocible para otros a partir de la calidad de grano que entregan a sus compradores, permitiendo ser conocida y recomendada por su público objetivo.

En el ámbito nacional, económicamente el cultivo de cacao tiene una gran importancia en la región San Martín, ya que representa el 43.10% de la producción a nivel nacional, considerándose como la región de mayor producción de cacao en el país con un volumen negociable de 46,839.70 TM. de cacao, generando ingresos económicos en la región por más de S/. 304, 458,615.50 millones de soles, cuenta con mercados seguros, el cual constituye al productor una buena oportunidad para disponer de un negocio rentable y seguro en el sistema agrícola; lo cual permite ventas constantes y mejora de sus ingresos y calidad de vida. (Minagri, 2017). En este contexto, el modelo cooperativo se ha debilitado y requiere de su fortalecimiento. A nivel del pequeño productor, la gestión de la calidad es aún limitada, no se cumple adecuadamente con las buenas prácticas en el manejo del cultivo (a pesar de importante inversión en ECAs en los últimos 15 años) y el manejo post cosecha sigue siendo deficiente. A esto se suma el manejo organizacional, en donde la gestión empresarial de la cooperativa es incipiente y no se cuenta con recursos para una gerencia adecuada, en tal sentido, procesos vinculados a temas de recursos humanos, no son considerados, teniendo como consecuencia socios desmotivados y que en general no se integran adecuadamente a la organización, esto trae como consecuencia una limitada identidad organizacional en el pequeño productor.

En la región San Martín, se tiene a COOPALGSA, que es una organización dedicada a la producción y comercialización del cacao en grano, ubicada en la localidad de Saposoa, Provincia de Huallaga, se constituyó el 30 de Julio del 2008, por iniciativa de 17 productores de cacao, quienes deciden organizarse con el fin de satisfacer las necesidades económicas, sociales y culturales de sus socios conforme a las posibilidades institucionales y la factibilidad de cada servicio, fomentar y promover el desarrollo agrícola en las tierras de sus socios, mediante el uso de tecnologías

modernas, con orientación a la comercialización de sus productos al mercado nacional e internacional.

COOPALGSA cuenta con tres certificaciones de calidad: certificación orgánica, Fair Trade (certificación de comercio justo) y Rainforest Alliance. En el año 2018, tiene 1,287 hectáreas de cacao en producción de sus socios. Tiene compradores Nacionales como Exportadora Romex, Amazonas Trading, Industrias Mayo, Cooperativa Agraria Nor Andino Ltda., y a nivel internacional empresas como Daarnhouwer & Co., de Holanda, ORGANIC RAINFOREST, entre otros.

Este año comercializó 410.71 TN al mercado nacional, y 50 TN al mercado internacional principalmente Holanda. Para el año 2019 tiene como meta comercializar 1000 TN de cacao. La venta aproximada de este año 2018 fue de S/ 3,861,879.70 soles.

Los socios de la organización con poco conocimiento técnico, la carencia de insumos, carencia de equipos de post cosecha y centro de acopio, tienen estos factores limitantes para obtener una alta productividad y un producto final de alta calidad por sus bajos rendimientos físicos y resolver estos inconvenientes implica fortalecer la cadena de valor de cacao, pero también es importante fortalecer la identidad del socio con su organización, para ser un grupo sólido acompañado de un buen Gerente para lograr los objetivos de la cooperativa, con productos de alta calidad para el mercado.

Con la demanda y el precio de cacao, la comercialización de grano de cacao se convirtió en un buen negocio, generando que no solo organizaciones se dediquen a esta actividad, sino también intermediarios y grandes empresas como Machu Picchu, Amazonas Trading, Sumaqao, que compran cacao convencional con baja calidad y en similares precios, instalándose también en la localidad; en este contexto la finalidad de la investigación fue establecer la relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en los socios de COOPALGSA Ltda.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacionales

Abarca, S. y Vergara, L. (2014). En su trabajo de investigación titulado *Identidad organizacional en cooperativas. (Tesis de maestría)*. Universidad de Chile, Santiago de Chile. Investigación de tipo exploratorio y descriptivo, la muestra estuvo

conformada por 2500 cooperativas vigentes en Chile, el objetivo fue realizar un análisis y construir un marco teórico referencial de este tipo de organizaciones, se utilizó la técnica del análisis documental y como instrumento una lista de verificación. Los resultados evidencian la crisis del cooperativismo en Chile. Se concluye que el movimiento cooperativo en Chile está en una etapa de estancamiento próximo a perecer, dado que las cooperativas más antiguas, para sobrevivir, están adaptándose cada vez más a la economía de mercado e internalizando prácticas propias de las empresas con las que compiten, por lo que la tendencia apunta a que su identidad de tipo utilitaria va a sobreponerse ante la normativa. Por otro lado, el surgimiento de nuevas cooperativas está en manos de las futuras generaciones de la población que, en general, no están siendo conocedoras de las características de las organizaciones de tipo cooperativo, por lo que difícilmente van a seguir prosperando. Todo lo anterior afecta a la identidad, y una organización sin identidad simplemente no existe. (p. 4)

Juacida, J. (2016). En su trabajo de investigación titulado: *“Identidad organizacional de los trabajadores de una fundación a través del discurso sobre su experiencia y trayectoria laboral”*. (Tesis de maestría) Universidad Alberto Hurtado, Chile. Investigación de tipo exploratoria y cualitativa, el objetivo de la investigación fue identificar los factores que influyen en la identidad organizacional de trabajadores desde una perspectiva cualitativa, se usó como técnicas la entrevista en profundidad y como instrumentos una ficha de registro de datos. La investigación llega a la siguiente conclusión; la realización del trabajo con una orientación y un sentido social, que el quehacer tenga un impacto en la vida de una persona o un grupo, permite ser incorporado como un trabajo con coherencia. Para los trabajadores es fundamental lograr visualizar a los beneficiarios o socios, entender la cadena del trabajo y el impacto de su gestión (p.75).

Viera, B. (2015). En su trabajo de investigación titulado: *“Análisis, Investigación y Propuesta para Fortalecer la Infraestructura Nacional de la Calidad para la Evaluación de la Conformidad de los Productos del Cacao Ecuatoriano Provenientes de la Cadena Productiva que se Exportan a la Unión Europa, Estados Unidos y Japón”*. (Tesis de maestría) Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. Investigación de tipo descriptiva, el objetivo de este trabajo fue Analizar y plantear una propuesta de mejora de la actual Infraestructura de la calidad nacional para la

evaluación de la conformidad de los productos provenientes de la cadena productiva del cacao ecuatoriano que se exportan a la Unión Europea, Estados Unidos y Japón. La muestra estuvo conformada por 7 instituciones vinculadas a la gestión de la calidad del cacao productores de cacao, la técnica utilizada fue la entrevista y el instrumento un cuestionario. La investigación concluye, que al momento el país no cuenta con una Infraestructura de la calidad nacional coordinada y disponible para los servicios de evaluación de la conformidad de los productos del cacao, que la autoridad reguladora a nivel nacional no ha logrado coordinar y asignar responsabilidades a los integrantes de la Infraestructura de la Calidad nacional para la evaluación de la conformidad de los productos del cacao. (p.67).

A nivel nacional

Loayza, M. y Maldonado, M. (2015). En su trabajo de investigación titulado *Propuesta de proyecto para el fortalecimiento de la competitividad de los productores de cacao del valle primavera-Vraem orientado a mercados con beneficios diferenciales*. (tesis de maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Investigación de tipo descriptiva, el objetivo de este trabajo fue proponer acciones para el fortalecimiento de la competitividad de productores de cacao del VRAEM, fue desarrollada en una muestra de 71 productores de cacao, la técnica utilizada fue la encuesta, y el instrumento un cuestionario. La investigación concluye, con relación a la producción de cacao si bien los productores realizan actividades conjuntas de mantenimiento y cosecha, la venta de su producción se realiza de manera individualizada lo que les limita tener un mayor poder de negociación, desaprovechando los beneficios de las economías de escala. Segundo, si bien la mayoría de los socios de COOPAVRE pertenece al Valle Primavera, solo el 17% participan activamente. Tercero, existe un acceso limitado a servicios empresariales tales como: profesionales para la administración de organizaciones, especialistas para el tratamiento de postcosecha, servicios logísticos y financiero. (p.114).

Silva, C. (2012). En su trabajo de investigación titulado: *Análisis de calidad de los productos en la cooperativa agroindustrial Naranjillo*. (Tesis de maestría) Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú. Investigación de tipo descriptivo y explicativo orientada a la comprobación de una hipótesis causal, el objetivo de esta investigación fue analizar la influencia de la calidad de los granos del

cacao en la rentabilidad de la Cooperativa Agroindustrial Naranjillo. El total de la muestra fue de 30 productores, se utilizó la técnica de análisis documental y como instrumento una ficha de verificación. Los resultados muestran que en la evaluación individual de los parámetros para el modelo planteado se verificó que la calidad del grano de cacao guarda una relación positiva con la rentabilidad económica de las agroindustrias Naranjilla en la ciudad de Tingo María, (p.68).

Gonzales, S. y Maje, J. (2012). En su trabajo de investigación titulado *Cacao orgánico de las comunidades nativas Awajun*. (tesis de maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. La investigación fue de tipo descriptiva, el objetivo es la propuesta de un modelo de gestión para el desarrollo comercial del cacao en grano de las comunidades nativas Awajún, en la oportunidad de convertir las ventajas comparativas contenidas en el conocimiento de los productores y el equipo de gestores, en una ventaja competitiva. La muestra estuvo conformada por 8 empresas comercializadoras de cacao. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados demostraron que el abastecimiento en el sector no está garantizado, por ello la idea de negocio plantea diversas estrategias para la fidelización de los productores Awajún, en ellas, se tienen como ejes principales: la confianza, la relación constante, elevar sus capacidades y otorgar utilidades. (p.61).

A nivel local

Trigozo, W. (2014). En su trabajo de investigación titulado *La rentabilidad del cacao en la provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú. El trabajo de investigación se realizó en el ámbito de la Provincia de Mariscal Cáceres, comprensión de la región San Martín, región ubicada en la parte nororiental del Perú. El objetivo principal de la investigación fue, "Determinar la influencia de la productividad y los costos de producción, en la rentabilidad del cultivo del cacao en la Provincia de Mariscal Cáceres."; en tanto que el enunciado de la hipótesis es la siguiente: "La productividad y el costo de producción, influyen en la rentabilidad del cultivo del cacao en la Provincia de Mariscal Cáceres". El estudio se realizó tomando como base la información primaria, obtenida de la aplicación de la técnica de la encuesta, entrevistando a un total de 120 productores de cacao, situados en los Distritos de Huícungo, Pachiza, Campanilla, Pajarillo y Juanjui, comprensión de la Provincia de

Mariscal Cáceres. Esta labor, se realizó de febrero del 2011 a febrero del 2012. Con los datos obtenidos, se procedió estimar el modelo de regresión binaria con variable dependiente cualitativa y se comprobó que las causas principales de la rentabilidad del cultivo del cacao clan CCN-51 en la Provincia de Mariscal Cáceres, son los costos de producción y la productividad, así lo demuestra la prueba de relevancia global del modelo, con un nivel de corrección de predicción del 86.67%. La relación causal existente entre las variables los costos de producción y la productividad con la rentabilidad del cultivo de cacao, guarda coherencia con la teoría económica agrícola; por cuanto, ante un incremento del desempeño de la productividad, se verifica un incremento de la rentabilidad; asimismo, ante un incremento de los costos de producción se genera una caída en el nivel de rentabilidad, por lo que se concluye afirmando que la productividad y los costos de producción influyen de manera positiva (directa) y negativa (inversa) respectivamente en los niveles de rentabilidad del cultivo de cacao en la Provincia de Mariscal Cáceres. (p.09).

Julca, M. (2015). En su trabajo de investigación titulado *Producción y exportación de cacao orgánico de la región San Martín al mercado europeo en el periodo 2008 - 2014*, (tesis de maestría) Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú. El objetivo de la presente investigación es comprobar que existe relación entre la producción del cacao orgánico en la Región San Martín y la exportación del cacao orgánico de la Región San Martín al mercado europeo en el periodo 2008-2014. El estudio fue de tipo descriptivo correlacional. Se tuvo como muestra información estadística sobre producción y exportación de cacao en el periodo indicado. Se utilizó la técnica de análisis documental y como instrumento una guía de verificación. La principal conclusión es que en los últimos años el cacao de la región San Martín ha sido reconocido como uno de los cacaos más finos de aroma y sabor en el mundo, lo cual le ha generado grandes oportunidades comerciales tanto en el mercado nacional como internacional, empresas reconocidas lo utilizan como ingrediente principal en la elaboración de exclusivas marcas de chocolates (p. 12)

Herrera, H. (2015) realizó la tesis denominada "*La producción del cacao y el desarrollo humano local de Tocache, San Martín, 2006 - 2015*", (tesis de maestría) Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. El objetivo fue realizar un análisis econométrico para determinar relación e interdependencia entre las variables. La

investigación fue de tipo descriptiva. La muestra estuvo conformada por información estadística de producción de cacao y data sobre desarrollo humano. La técnica utilizada fue del análisis documental y el instrumento una guía de verificación. La investigación concluye que los impactos que ha tenido la producción de cacao en Tocache ha permitido la reducción de la pobreza y el incremento del IDH local. (p. 12)

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Identidad organizacional

Los conceptos de identidad corporativa e imagen corporativa surgieron en los años cincuenta. Han recibido diferentes grados de atención de diversas disciplinas en la esfera de la administración (Bick et al., 2003). Sin embargo, tal vez nunca será suficiente debido a la gran cantidad de empresas que surgen cada día y cuyas imagen e identidad son totalmente diferentes y cambiantes; sería necesario establecer nuevas relaciones cada vez que una nueva compañía nace para poder determinar las relaciones existentes entre su identidad y su imagen. (p. 115)

También se define como lo que los miembros perciben, sienten y piensan acerca de sus organizaciones. Se asume que es una opinión colectiva, comúnmente compartida de las características y los valores distintivos de la organización. (Hatch, 2012, p.34)

Schmitt et al. (2005) afirman que la identidad se refiere al grado en el cual la empresa ha logrado una imagen distintiva y coherente en su producción estética. De este modo, se convierte prácticamente en un instrumento encargado de generar la imagen que se está buscando desde la organización misma. Una definición comúnmente aceptada de imagen es como conjunto de creencias, ideas e impresiones que la gente tiene de un lugar o destino. (p. 45)

Por otro lado, la identidad organizacional es la suma de todas las cosas que dicen los grupos de stakeholders que piensan de sí mismos, y cómo esto apunta a ser percibido por otros (Davis y Yugay, 2012, p 56). Para hacerlo más sencillo, en palabras de Balmer (2010), la identidad es lo que la organización es, es eso que define a la empresa, que hace de ella ser lo que es y cuya percepción es transmitida por sus diferentes audiencias. (p. 15)

Los miembros construyen una percepción común de su organización teniendo ciertas características clave, como ser distinta de otras organizaciones en ciertos aspectos y mostrar el grado de continuidad en cierto periodo y en variedad de circunstancias (Alvesson y Empson, 2008, p.12).

Otro aspecto importante en la teoría de la relación entre la identidad y la imagen de la organización es el planteado por Gioia (2000), quienes enfocan los dos específicamente en la audiencia interna y lo basan en las preguntas clave que debería hacerse cualquier organización a la hora de mejorar su reputación. Por eso se plantean preguntas clave como la base para identificar las falencias que se haya y poder tomar decisiones acerca de cuál es más conveniente atacar o si es necesario trabajar en las dos paralelamente; gracias a esto se decide si el enfoque debe estar en sí mismos como organización o el problema radica en cómo los actores externos la perciben. (p. 76)

Dimensiones de la identidad organizacional

Hatch (2012) indica que la identidad organizacional puede ser analizada desde las dimensiones siguientes: características de la organización y los valores compartidos.

Características de la organización: esta dimensión hace referencia a los procesos base de toda organización que la estructuran y aportan a la construcción de su propia identidad. Se describe a la organización en cinco indicadores clave que aportan a la explicación de su naturaleza: el nivel de conocimiento de la organización, los roles, la comunicación, el liderazgo y la formación (Hatch, 2012, p.31)

Con respecto al *nivel de conocimiento*, este indicador describe desde la perspectiva de la gestión del conocimiento, cómo la organización gestiona el capital cognitivo, pero a nivel de pequeñas o medianas empresas esta capacidad suele limitarse a gestión de la información. Trasladando este aspecto hacia las empresas cooperativas, el reto es aún mayor, porque en la gestión empresarial de este tipo de organizaciones la gestión del conocimiento es de suma importancia puesto que permite una adecuada gestión interna entre directivos y socios y también una adecuada gestión externa entre los proveedores y clientes. El conocimiento de la cadena productiva de cacao (producción, transformación y comercialización) y el conocimiento de gestión

del modelo cooperativo, bajo una perspectiva solidaria, son los pilares que aportan a la construcción de una adecuada identidad en los asociados. (Hatch, 2012, p.45)

Con respecto a los *roles*, las ciencias administrativas destacan la importancia de la organización de una empresa, dentro de la cual la definición de roles y funciones es clave para una adecuada distribución o división del trabajo. La definición de roles no solo coadyuva a una adecuada organización, sino que desde la perspectiva de la identidad organizacional, el puesto de trabajo (con sus propias características) ayuda al empoderamiento del trabajador respecto a su aporte personal hacia la organización y si es adecuadamente supervisado y aprovechado por los gerentes de personas, puede ser un indicador clave que permita construir en los colaboradores una identificación superior hacia la empresa. El “ponerse la camiseta” no sólo es una construcción desde la gestión de personas, sino que implica un adecuado encaje entre el colaborador, el perfil del puesto y su propia motivación por ocuparlo. (Hatch, 2012, p.47)

Para Hatch (2012) también la *comunicación* es un indicador clave en la construcción de la identidad organizacional, y aquí no se trata de una mera estrategia de marketing, sino la capacidad de gestionar personas transversalizando una estrategia de comunicación capaz de generar identidad organizacional. Este es el reto. Generalmente, la pequeña o mediana empresa comunica hacia afuera, desde la perspectiva del marketing tradicional, sin embargo, el valor de la empresa se construye desde dentro y la comunicación interna, entre colaboradores, entre colaboradores y líderes, entre líderes y alta dirección. (p. 49)

Y desde esta perspectiva, se plantea el indicador de *liderazgo* según Hatch (2012) como elemento importante en la construcción de la identidad organizacional, debido a que quién dirige o quién lidera sigue siendo un elemento clave e influenciador en la organización. El líder plantea la hoja de ruta, visionaria, e inspira al colaborador a lograrla, desde esta perspectiva la importancia del líder es clave en la construcción de la identidad organizacional dentro de la empresa cooperativa. (p. 51)

Finalmente, el indicador de formación según Hatch (2012), hace referencia al proceso de desarrollo de capacidades permanente orientada no sólo al fortalecimiento de aquellas capacidades técnico-productivas sino también a las capacidades actitudinales que permitan esta mayor y mejor identificación del colaborador con la

organización es decir que sume al proceso de construcción de la identidad organizacional. (p. 53)

Valores compartidos: dimensión que hace referencia a la parte actitudinal en la construcción de la identidad organizacional y que está relacionada a indicadores como la lucha contra la incertidumbre, la motivación, el trabajo en equipo, la responsabilidad social y la retroalimentación.

En relación con la *lucha contra la incertidumbre*, Hatch (2012) indica que el valor que se debe fortalecer y que aporta en el fortalecimiento de la identidad organizacional está relacionado con la gestión del riesgo. La incertidumbre es el riesgo que debe ser gestionado adecuadamente, hace referencia al desarrollo de una cultura de gestión del riesgo (desde la perspectiva empresarial) que permita minimizarlos pero que a su vez, cuando un colaborador o líder, trabaja en función al riesgo o incertidumbre, está trabajando por el bienestar y el crecimiento de la empresa, porque la valora y porque la protege, entonces este valor empresarial que es la gestión del riesgo mirado de forma transversal, también aporta a la construcción de la identidad organizacional. (p. 54)

Según Hatch (2012) la *motivación* es otro indicador que contribuye a la formación de una identidad organizacional en la empresa. Entonces el área de recursos humanos debe orientar sus estrategias internas teniendo en cuenta también la identidad organizacional, entonces no sólo motivación para la productividad, sino motivación por un valor superior que es tener identidad para con mi organización. (p. 57)

El *trabajo en equipo* es otro de los indicadores clave en la construcción de una identidad organizacional. Pero, por lo general las empresas orientan las estrategias de fortalecimiento del trabajo en equipo para la productividad en el trabajo, si bien esto es importante, no es necesariamente lo único importante. Las estrategias de promoción y fortalecimiento del trabajo en equipo deben orientarse también al fortalecimiento de la identidad organizacional. Colaboradores satisfechos con su trabajo en la organización son elementos clave que influyen en otros colaboradores para desarrollar similar actitud. (Hatch, 2012, p. 58)

Para Hatch (2012) la *responsabilidad social* también es otro indicador que ayuda en la construcción de la identidad organizacional. Una organización que practica la

responsabilidad social motiva en la escala valorativa al colaborador a desarrollar una actitud (subjetiva) que favorece su identificación con la organización y que aporta a la construcción de su propia identidad organizacional. (p. 61)

Finalmente, la retroalimentación como un indicador que desde la supervisión y el monitoreo coadyuva en la construcción de la identidad organizacional. Los errores, las malas prácticas, el incremento en costos y gastos, la falta de economía y austeridad en la gestión de los recursos escasos, todos estos elementos que suelen llamar la atención de los supervisores o de los órganos de control de la empresa pueden ser abordados desde la perspectiva de una cultura del aprendizaje, es decir que los errores y las fallas nos ayudan a ser mejores y no necesariamente implican un memorándum o un despido. La retroalimentación hacia los colaboradores y el desarrollo de una cultura del control pueden también ayudar a fortalecer la identidad organizacional. (Hatch, 2012, p. 67)

Gestión de la calidad

Según ISO 9001 (2015), un sistema de gestión de calidad es el resultado de las acciones que realizan las empresas para mejorar todos sus procesos. No se trata de un modelo aislado, sino que obedece a un modelo estratégico e integrado en todas las etapas de la organización. Los procesos ofrecen orientación para conseguir optimizar las labores que se realizan a la hora de fabricar, diseñar, distribuir y vender los esfuerzos que se reflejan en el nivel de satisfacción de los clientes o destinatarios. Por lo que podemos concluir que el Sistema de Gestión de Calidad es una gran herramienta que se utiliza a la hora de realizar la planificación, la coordinación y la ejecución de acciones que fomente la mejora continua en la empresa. (p. 78).

Es necesario que en cada caso se definan todos los elementos clave que nos encontramos durante el proceso, los cuales suelen agruparse en dos categorías normalmente:

El capital humano: que establece el valor que aportan los integrantes de la organización. Son las personas en las que recaen las responsabilidades de ejecutar, monitorizar y realizar el seguimiento del sistema de gestión. Este capital no es estático, sino que la organización deberá invertir en recursos para su formación, ya que deberán realizar su tarea con eficiencia. (p. 34)

Recursos técnicos: son las herramientas, dispositivos o máquinas en los que se apoya el personal de una organización para poder ejecutar sus tareas. Se incluyen todas las que tienen relación con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad. La dirección de la organización tendrá que realizarle un buen mantenimiento y mantener la maquinaria actualizada. Existen elementos fundamentales de la gestión de la calidad:

Incrementar el enfoque al cliente. Es importante que el cliente aparezca de forma explícita en todo lo que se encuentre relacionado con la gestión de la calidad. Todo esto es porque el cliente será el primer elemento evaluador de la calidad de nuestro producto y servicio, por lo que es necesario que se establezca una completa vocación hacia sus necesidades y expectativas.

Reducir la incertidumbre mediante un eficaz sistema de evaluación del riesgo. *La dirección de la organización* se deberá implicar. Para saber que se cuenta con un correcto sistema de gestión de calidad, los diferentes elementos personales de las organizaciones tendrán que trabajar aunando fuerzas en una misma dirección. De esta forma cualquier trabajador de la organización se sentirá integrado y motivado.

Objetivos claros e identificables. El diseño de todos los objetivos es una tarea casi fundamental dentro del Sistema de Gestión de Calidad. Sin dichos objetivos no se pueden realizar las planificaciones ni corregir las posibles desviaciones.

Comunicación interna. Todos los componentes de la empresa deberán contar con las herramientas necesarias para conseguir los objetivos marcados. Es importante evitar duplicidades o redundancias en la información y contar con un buen sistema de comunicación. (ISO 9001, 2015, p. 89)

Sistema de control y evaluación continua. Todos los sistemas deben estar desarrollado en todas las etapas de la estrategia que sigue la organización. Puede que sea en la generación de los objetivos o durante el desarrollo e implantación.

Procesos continuos de mejora. Una vez que se ha realizado el diseño de los objetivos, se puede advertir de las posibles desviaciones y por este motivo se podrá establecer procesos de mejora.

Dimensiones de la gestión de la calidad

Se ha realizado una adaptación y se ha tomado parte de la propuesta de estructura de la norma ISO 9001: 2008 como base para el análisis de la gestión de la calidad en la cooperativa. A partir de esta norma se plantearon las siguientes dimensiones: aspectos generales, dirección, gestión de recursos y prestación de servicios (Lizarzaburu, 2016, p. 41).

La dimensión de *aspectos generales* hace referencia a los avances de la organización en la implementación de un sistema de gestión de la calidad con relación a la documentación, implementación, recursos, planificación y políticas institucionales para una adecuada estructura de un sistema de gestión de la calidad. (Lizarzaburu, 2016, p. 45).

La dimensión de *dirección* hace referencia a las políticas de calidad implementadas por la organización, los requisitos que establecen los clientes con respecto a la calidad y el compromiso de la organización con respecto a implementar adecuadamente un sistema de gestión de la calidad (Lizarzaburu, 2016, p. 46).

La dimensión de *gestión de recursos* hace referencia a como la organización lleva los registros de revisión (como parte del proceso de supervisión y monitoreo), una adecuada comunicación para la gestión de la calidad y la necesidad de contar con liderazgos que sean responsables de la calidad dentro de la organización. (Lizarzaburu, 2016, p. 49).

La dimensión de *prestación de servicios* hace referencia a la identificación de servicios que oferta la organización, el sistema de trazabilidad y la validación de procesos. (Lizarzaburu, 2016, p. 51).

1.4. Formulación del problema

Problema General:

¿Existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018?

Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de la identidad organizacional en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018?

¿Cuál es el nivel de gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018?

1.5. Justificación del estudio

El presente trabajo se justificó conforme los siguientes criterios:

Conveniencia: La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad, ya que es importante para COOPALGSA Ltda., conocer de primera fuente el comportamiento de estas variables.

Relevancia social: La presente investigación busca responder a las necesidades sociales y culturales que actualmente enfrenta a COOPALGSA Ltda., con respecto a estas dos variables, además busca contribuir con el factor estratégico que necesita la cooperativa para tener a sus socios satisfechos y mantener el uso adecuado de la comunicación interna.

Implicancias prácticas: Después de obtener los resultados de los instrumentos se pretende proponer soluciones que mejoren las condiciones de ambas variables de estudio. Se diseñará y ejecutará estrategias adecuadas que ayudan al desarrollo de una identidad organizacional favorable que permita a los socios sentirse satisfechos con la gestión de la calidad.

Valor teórico: El desarrollo de este trabajo también se da desde el punto de vista científico ya que el estudio aportará y contribuirá a fortalecer los conocimientos de las variables: identidad organizacional y gestión de la calidad, además del conocimiento del grado de relación de estas variables, también del comportamiento de sus dimensiones en una población de cooperativas. Los autores principales que son referentes de la presente investigación son Hatch (2012) y Lizarzaburu (2016). Estos hallazgos teóricos podrán ser utilizados como base para el desarrollo de nuevos conocimientos para futuros investigadores, que buscan dentro del quehacer científico proponer soluciones

ante distintas problemáticas relacionadas a las variables en mención, en el contexto de las empresas privadas.

Utilidad metodológica: El estudio se propone buscar nuevos métodos o técnicas para generar conocimientos, busca nuevas formas de adecuar la investigación para una mejor comprensión de las relaciones entre las variables.

1.6. Hipótesis

En el marco de la investigación, y luego de la revisión de teorías relacionadas al tema se plantearon la siguiente hipótesis general.

Hipótesis General

Hi: Existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Ho: No existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Hipótesis Específicos

H1: El nivel de la identidad organizacional en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018, es alto.

H2: El nivel de gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018, es alta.

1.7. Objetivos

Objetivo General

Establecer la relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Objetivos Específicos

Determinar el nivel de la identidad organizacional en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Determinar el nivel de la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

II. MÉTODO

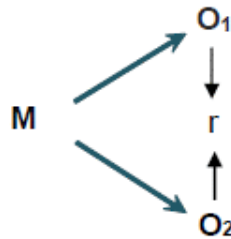
2.1. Diseño de investigación

Tipo de estudio

Teniendo como referencia a Gotuzzo (2018) la investigación es no experimental, de corte transversal y descriptiva correlacional. (p. 87)

Diseño de estudio

El diseño de investigación es de tipo descriptivo correlacional, porque examina o analiza la relación o asociación existente entre las variables priorizadas para la investigación: identidad organizacional y gestión de la calidad. Por lo tanto, el presente diseño servirá como instrumento de enfoque y precisión de esta investigación, en tal sentido, se convierte en un conjunto de pautas bajo las cuales se va a realizar el estudio. (Hernández et al. 2010). De acuerdo con lo establecido en la Guía de Investigación UCV (2014) el esquema de la investigación se presenta de la siguiente manera:



Dónde:

M: socios de COOPALGSA Ltda.

O1: Identidad organizacional

O2: Gestión de la calidad

r: Coeficiente de Correlación

2.2. Variables, Operacionalización

VARIABLE	Definición conceptual	Definición operacional	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Identidad organizacional	Lo que los miembros perciben, sienten y piensan acerca de sus organizaciones. Se asume que es una opinión colectiva, comúnmente compartida de las características y los valores distintivos de la organización. (Hatch, 2012)	Opinión de los asociados reflejada en lo que perciben, sienten y piensan acerca de la cooperativa teniendo en cuenta las características y valores distintivos.	Características de la organización Valores compartidos	Nivel de conocimiento de la cooperativa Roles Comunicación Liderazgo Formación Lucha contra la incertidumbre Motivación Trabajo en equipo Responsabilidad social Realimentación	Escala Ordinal
Gestión de la calidad	El resultado de las acciones que realizan las empresas para mejorar todos sus procesos. (ISO 9001, 2015)	Es el resultado de las acciones realizadas por COOPALGSA Ltda., para mejorar sus procesos.	Aspectos generales Dirección Gestión de recursos Prestación de servicios	Documentación de SGC Implementación de SGC Recursos para SGC Nivel de planificación Políticas institucionales SGC Política de calidad Requisitos de clientes Nivel de compromiso con SGC Registro de revisiones Comunicación Responsable de la calidad Identificación de servicios Trazabilidad Validación de procesos	Escala Ordinal

2.3. Población y muestra

Población

La población estuvo constituida por 253 socios activos de COOPALGSA. Ltda.

Muestra

La muestra se calculó utilizando el muestreo aleatorio simple según la siguiente fórmula.

$$n = \frac{NZ^2 p. q}{E^2 N + Z^2 p. q}$$

n = (muestra)

N = (población) = 253

Z = (desviación normal) = 1.96

p = (proporción de la población que daría la respuesta esperada) = 90%

$$q = (1 - p) = 10\%$$

E = Margen de error esperado = 5%

$$n = \frac{253(1.96^2) (0.1)(0.9)}{(0.05^2) 253 + 1.96^2(0.1)(0.9)}$$

La muestra estuvo conformada por un total de 90 socios.

Criterios de selección

a) Criterios de Inclusión: Se considerarán dentro del estudio todos los sujetos que cumplan con los siguientes criterios:

-Ser socio activo de COOPALGSA Ltda.

-Tener como mínimo tres meses de asociado

b) Criterios de Exclusión: Se excluyeron todos los sujetos o elementos que no cumplan con los criterios de inclusión mencionados, además de:

-Socios con procesos judiciales (civil o penal) con la cooperativa pendientes

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

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario

Validez y confiabilidad

Para determinar la validez del contenido (enunciados o ítems) del documento de encuesta se requirió el juicio de expertos, para ello se consultó con 3 expertos quienes revisaron al detalle los instrumentos:

Mg. Ivo M. Encomenderos Bancallán, metodólogo, docente de investigación.

Mg. Jhony Garate Ríos, economista, magister en tributación y finanzas, docente de la Universidad Cesar Vallejo.

Mg. José Enrique Delgado Mesía, gerente de desarrollo económico del Gobierno Regional de San Martín, maestría en administración de negocios (estudios concluidos) y maestría en gestión pública. Ex docente de la Universidad César Vallejo.

La confiabilidad de instrumentos se determinó utilizando el Alpha de Cronbach. Cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad de la escala. Se utilizó el criterio establecido por la Universidad César Vallejo, mayor a 0.70. Para la validación de instrumentos se realizó una encuesta piloto con 10 socios, obteniéndose los siguientes resultados al calcular el Alpha de Cronbach: para la encuesta de identidad organizacional 0.79 y para la encuesta de gestión de la calidad de 0.77. (ver Anexo)

2.5. Métodos de análisis de datos

La forma de tratamiento de los datos se realizó utilizando el software IBM SPSS versión 22, que permitió generar tablas y gráficos y la correlación estadística. El análisis de la información se realizó mediante tablas de frecuencia y gráficos de barras con sus correspondientes descripciones.

Para la medición de la variable “identidad organizacional” se establecieron los niveles de “alto”, “medio” y “bajo”, de acuerdo con el siguiente puntaje (rangos):

Nivel bajo: de 48 a 55 puntos

Nivel medio: de 56 a 68 puntos

Nivel alto: de 69 a 80 puntos

Esta variable se trabajó con ítems positivos y la calificación se hizo con la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo = 1

En desacuerdo = 2

Indiferente = 3

De acuerdo = 4

Totalmente de acuerdo = 5

Los ítems son: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, y 17

Para la medición de la variable “gestión de la calidad” se establecieron los niveles de “alto”, “medio” y “bajo”, de acuerdo al siguiente puntaje (rangos):

Nivel bajo: de 63 a 74 puntos

Nivel medio: de 75 a 87 puntos

Nivel alto: de 88 a 100 puntos

Esta variable se trabajó con ítems positivos y la calificación se hizo con la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo = 1

En desacuerdo = 2

Indiferente = 3

De acuerdo = 4

Totalmente de acuerdo = 5

Los ítems son: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 y 20

Para determinar la correlación entre las variables se utilizó el coeficiente Chi – cuadrado de Pearson (X^2), es una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas pertenecientes a un nivel de medición ordinal. Se parte del supuesto de que las variables no están relacionadas (hay independencia).

H₀: independencia de las variables

H₁: variables relacionadas

2.6. Aspectos éticos

Se solicitó autorización a COOPALGSA Ltda. El acopio de información fue coordinado con el personal especialista y se explicó que es de carácter voluntaria sin presión o coacción de ningún tipo y se entrevistó sólo a aquellos asociados que dieron su consentimiento informado. La encuesta tuvo carácter de anónima.

III. RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación, lo mismos que fueron procesados y presentados en tablas y gráficos para el análisis. Se encuestaron a 90 socios de la COOPALGSA Ltda.

3.1 Nivel de la identidad organizacional en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Tabla 01

Frecuencias y % de la variable identidad organizacional

Escala	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Bajo	26	29
Medio	55	61
Alto	9	10
Total	90	100

Fuente: Cuestionario aplicado

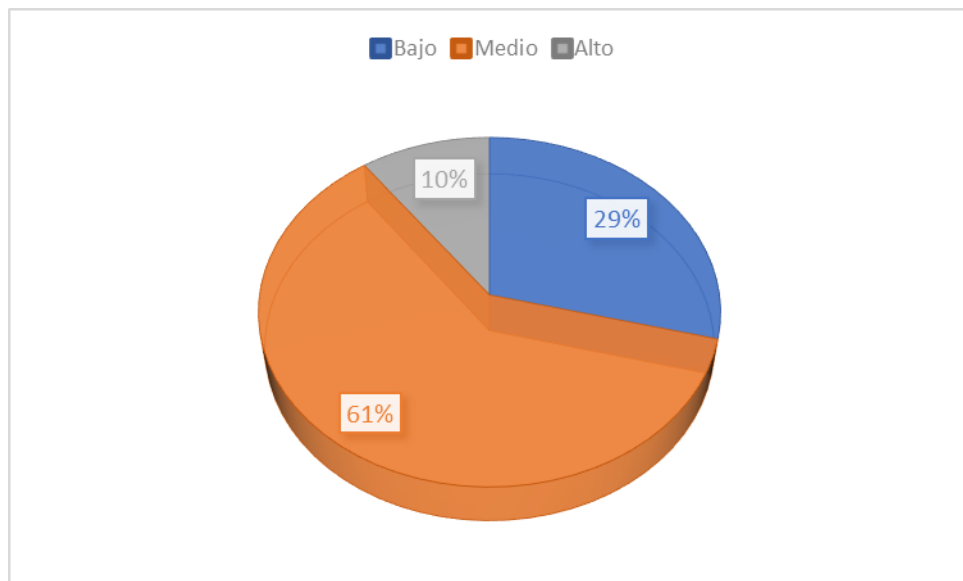


Figura 01. Nivel de identidad organizacional COOPALGSA Ltda. (%)

Fuente: Cuestionario aplicado

Interpretación:

En la figura 01, se muestra el nivel de identidad organizacional desde la percepción de los socios cooperativistas. El 29% de encuestados indicaron que es “bajo”, el 61% indicaron que es “medio” y el 10% indicaron que es “alto”.

Tabla 02

Frecuencias y % de la variable “identidad organizacional” por dimensiones (%)

Escala	Características de la organización		Valores compartidos	
	f	%	f	%
Bajo	12	13	32	26
Medio	43	48	45	63
Alto	35	39	13	11
Total	90	100	90	100

Fuente: Cuestionario aplicado

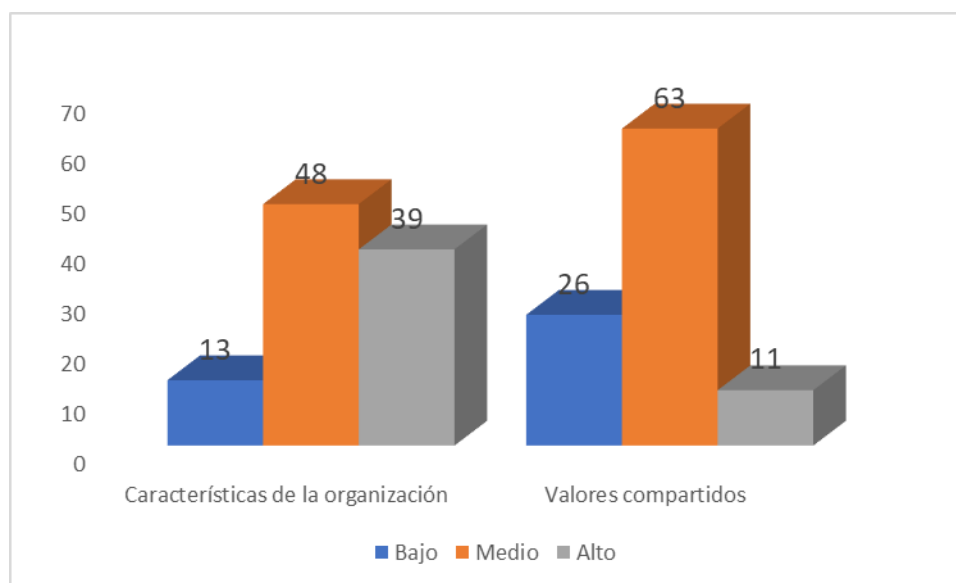


Figura 02. *Nivel de identidad organizacional COOPALGSA Ltda., por dimensiones (%)*

Fuente: Cuestionario aplicado

Interpretación:

En la figura 02, se muestra el nivel de identidad organizacional de COOPALGSA Ltda., por dimensiones. En la dimensión características de la organización el 13% la evaluó como baja, el 48% como media y el 39% como

alta. En la dimensión valores compartidos, el 26% la evaluó como baja, el 63% como media y el 11% como alta.

3.2 Nivel de gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Tabla 03

Gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda. (%)

Escala	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Bajo	33	37
Medio	34	38
Alto	23	25
Total	90	100

Fuente: Cuestionario aplicado

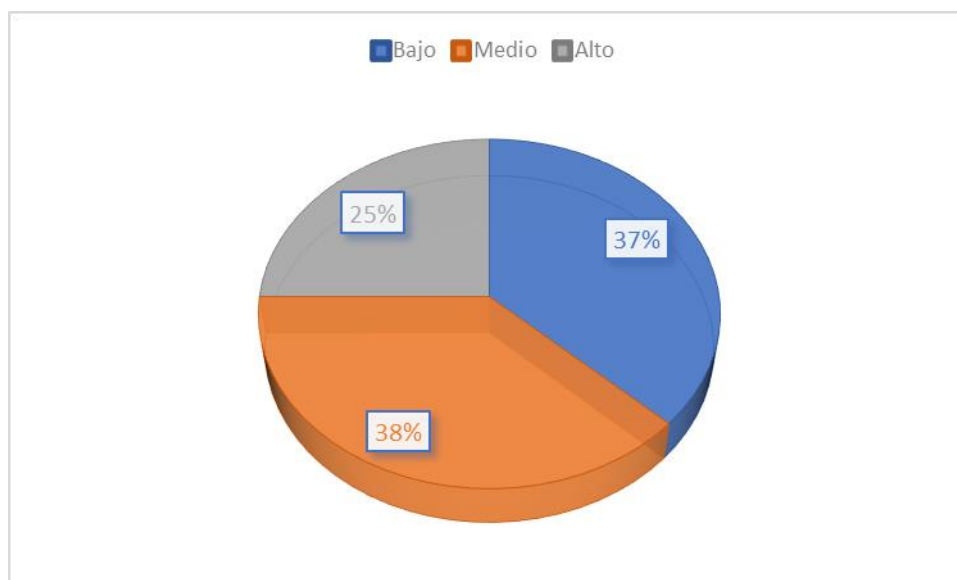


Figura N° 03. *Nivel de gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda.*

Fuente: Cuestionario aplicado

Interpretación:

En la figura N° 03, se observa el nivel de gestión de la calidad desde la perspectiva de los socios de la COOPALGSA Ltda., el 37% de encuestados indicaron que es baja, el 38% que es medio y el 25% que es alta.

Tabla 04

Frecuencias de la variable gestión de la calidad por dimensiones (%)

Escala	Aspectos generales		Dirección		Gestión de recursos		Prestación de servicios	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	16	18	11	12	9	10	35	39
Medio	53	59	22	24	43	48	42	47
Alto	21	23	57	63	38	42	13	14
Total	90	100	90	100	90	100	90	100

Fuente: Cuestionario aplicado

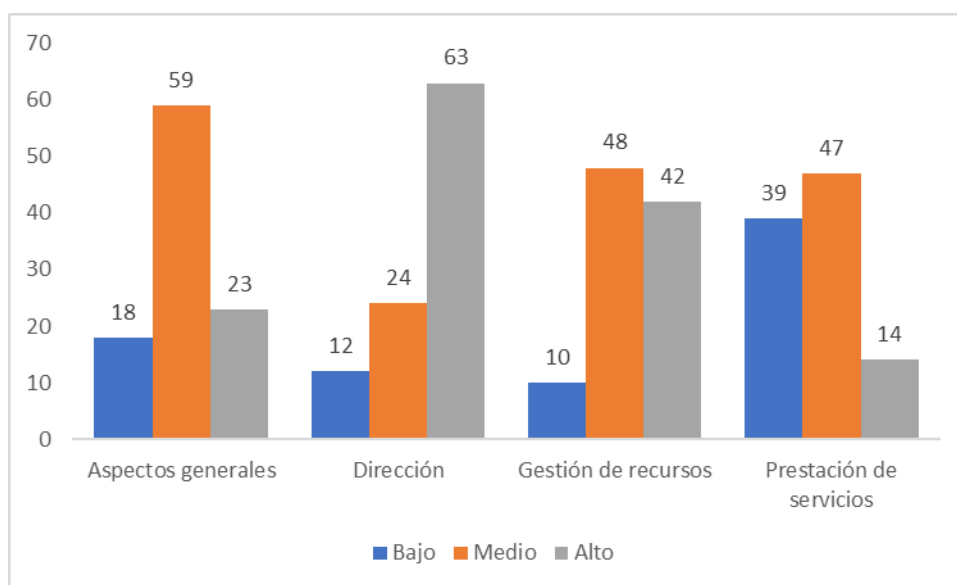


Figura N° 04. *Gestión de la calidad de COOPALGSA Ltda., en %*

Fuente: Cuestionario aplicado

Interpretación:

En la figura N° 04, se observa el nivel de gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., por dimensiones. La información más destacable son los resultados de la dimensión de dirección que presenta un 63% alta, la dimensión de gestión de recursos que es evaluada como 48% media y 42% alta y la dimensión prestación de servicios con 39% bajo y 47% medio.

3.3 Relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Para determinar la relación entre las variables en estudio se aplicó la prueba Chi – cuadrado de Pearson (X^2). Los datos procesados en el software IBM SPSS versión 22 arrojaron los siguientes resultados.

Tabla 05

Tabla de Contingencia

		Identidad organizacional			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Gestión de la calidad	Bajo	Recuento	6	8	2	16
		% del total	6.6%	8.8%	2.0%	17.8%
	Medio	Recuento	13	32	11	56
		% del total	14.4%	35.6%	12.0%	62.2%
	Alto	Recuento	5	8	5	18
		% del total	3.7%	13.0%	3.7%	20.0%
Total	Recuento	19	56	15	90	
	% del total	21.1%	62.2%	16.7%	100.0%	

Fuente: Cuestionario aplicado

Tabla 06

Prueba de chi – cuadrado de Pearson (X^2)

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	11,532 ^a	4	.002
Razón de verosimilitud	13.152	4	.002
Asociación lineal por lineal	.226	1	.504
N de casos válidos	90		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,83.

Fuente: Cuestionario aplicado

Para determinar los grados de libertad se ha tenido en cuenta la tabla de contingencia que es el resultado de la aplicación de la Escala de Estanones para el tratamiento de la escala de Likert utilizando el software SPSS y el uso de la opción de “agrupación visual” de este software, con esto se ha logrado

determinar el valor de los grados de libertad para las filas y columnas de acuerdo a la tabla de contingencia: $(3-1)*(3-1) = 2 \times 2 = 4\text{gl}$

En el marco de la investigación se planteó la siguiente hipótesis general:

Hi: Existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Ho: No existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.

Tabla 07

Relación entre las variables

RELACIÓN	X^2_C	g.l.	X^2_T	Significancia ($p < 0.05$)
Identidad organizacional y gestión de la calidad	11.53	4	9.49	Si

Fuente: Cuestionario aplicado

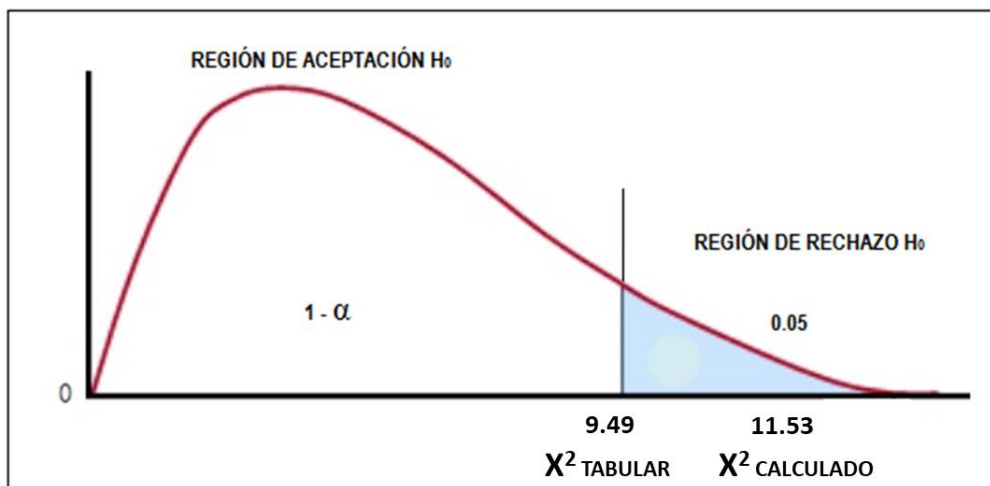


Figura 05. Campana de Gauss

Fuente: Cuestionario aplicado

Interpretación:

La Tabla 07 y figura 05, muestran que X^2 calculado (11.53) $>$ X^2 tabulado (9.49), ubicándose en la región de rechazo de la hipótesis nula (H_0); por tanto, se concluye que si existe relación significativa ($p < 0,05$) entre las variables.

IV. DISCUSIÓN

La producción del cacao exige hoy en día altos estándares de calidad. Sin embargo, en América Latina, esto es aún un proceso en curso que requiere del soporte de una plataforma inter institucional para establecer una estrategia conjunta de trabajo en favor de la estandarización de la calidad del cacao. COOPALGSA Ltda., como cooperativa no es ajena a estos procesos. Y los resultados de la investigación muestran avances importantes en ello.

El nivel de identidad organizacional desde la percepción de los socios cooperativistas muestra que el 29% de encuestados indicaron que es “bajo”, el 61% indicaron que es “medio” y el 10% indicaron que es “alto”. Esto evidencia que aún hay mucho por trabajar en la organización por mejorar la identidad organizacional y el compromiso de los asociados, puesto que existe un 29% de socios encuestados que perciben que es bajo, y este porcentaje, es relativamente alto. A nivel de dimensiones, la dimensión característica de la organización el 13% la evaluó como baja, el 48% como media y el 39% como alta. En la dimensión valores compartidos, el 26% la evaluó como baja, el 63% como media y el 11% como alta.

Con respecto, a la gestión de la calidad, el resultado también es complejo y se debe analizar con cautela, fue el 37% bajo, el 38% medio y el 25% alto. Se observa que también los socios son conscientes de que en materia de gestión de la calidad hay aún mucho que hacer. Tal como indica García (2016) los procesos de capacitación de pequeños productores requieren del soporte metodológico necesario para que sea eficaz. La identidad de una organización, no se fortalece sin un trabajo planificado que parte desde la gerencia. Las ciencias empresariales poseen todo un marco teórico respecto a esta variable además de una serie de herramientas prácticas que puede permitir a la organización poner en práctica técnicas de cómo fortalecer la identidad organizacional. Esto va a depender de que también la organización cuente con recursos para esta actividad.

La gestión de la calidad debe implicar un compromiso de la gerencia y directivos y por tanto la identificación de los recursos necesarios para implementar sistemas adecuados. La cooperativa debe tener la capacidad de comprometerse en este proceso y que puede significar mayor rentabilidad. Pero es necesario invertir.

Identidad organizacional y gestión de la calidad son variables que se relacionan, en la medida que la identidad organizacional de los pequeños productores socios vaya fortaleciendo crece la lealtad y se va reduciendo uno de los principales problemas que tiene el proceso de acopio, el hecho de que el socio no entregue la totalidad de su producción a la cooperativa y que este acto se considere falta de lealtad por mayores beneficios. El trabajar identidad organizacional que los asociados implica la disminución de esto.

Llama la atención la alta valoración que los productores le dieron a la dimensión de dirección con un 63% que evidencia que existe a nivel de la cooperativa una ruta de trabajo y una estrategia que permite que la gerencia sea vista por los pequeños productores con una gestión adecuada. Sin embargo, esto debe ser acompañado con difusión interna y una mejor comunicación con el productor.

La investigación ha evidenciado la necesidad de relacionar más las variables de identidad organizacional y gestión de la calidad, puesto que la cooperativa se enfrenta cada vez más a una competencia creciente en el acopio del cacao con precios superiores a lo que la organización puede ofertar y lo que generalmente trae como consecuencia que el agricultor secretamente venda a otro y deje de ser leal a su cooperativa. La investigación ha demostrado que no sólo la estrategia debe centrarse en productividad y rentabilidad sino en el desarrollo de otros elementos complementarios que puede lograr una mayor lealtad en los asociados y que está relacionado a la identidad organizacional dado de que finalmente, la calidad está en las personas más que en los procesos.

V. CONCLUSIONES

- 5.1. Existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en la COOPALGSA Ltda., en el año 2018. Las variables están asociadas según la prueba Chi – cuadrado de Pearson (X^2), cuyo resultado indica que X^2 calculado (11.53) > X^2 tabulado (9.49), ubicándose en la región de rechazo de la hipótesis nula (H_0). Esto evidencia que ambas variables son de importancia para la gestión cooperativa en tal sentido si la cooperativa decide realizar alguna inversión para mejorar la gestión de la calidad debe tener en cuenta también invertir en fortalecer un intangible como la identidad organizacional.
- 5.2. El nivel de identidad organizacional en la COOPALGSA Ltda., durante el año 2018, fue 29% “bajo”, 61% “medio” y 10% “alto”. Los resultados evidencian que la identidad organizacional no se encuentra en el nivel adecuado puesto que concentra los mayores valores entre las escalas “medio” y “bajo”; esto puede poner en riesgo, en el mediano plazo, la permanencia de los asociados en la organización además de poder construir una estrategia más sostenible en relación con los clientes
- 5.3. El nivel de gestión de la calidad en socios de la COOPALGSA Ltda., en el año 2018, fue el 37% bajo, el 38% medio y el 25% alto. Los resultados evidencian un nivel de gestión de la calidad no adecuado puesto que los mayores porcentajes se encuentran en las escalas de “bajo” y “medio”, por tanto, esto puede afectar en el mediano plazo la gestión de la cooperativa y poner en riesgo los mercados de destino que son exigentes en calidad.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1. Al gerente de COOPALGSA Ltda., continuar el fortalecimiento de las capacidades de los asociados para que comprendan la importancia de la calidad en el cacao y el rédito en rentabilidad. Identificar y realizar alianzas estratégicas con organizaciones que puedan darle soporte en esta actividad y que manejen nuevas tecnologías en el cultivo del cacao.

- 6.2. Al gerente de continuar con el fortalecimiento de la identidad organizacional mediante sistemas de comunicación rural adecuados para que la información de la gestión de la cooperativa llegue hasta el socio más alejado, con relación a los logros de la gerencia, los directivos y la organización en general.

- 6.3. Al gerente organizar capacitaciones y actividades con los asociados que permita fortalecer la identidad organizacional en la cooperativa. Identificar y realizar convenios con instituciones especializadas en gestión de personas que puedan brindar asistencia y asesoramiento a la organización.

- 6.4. Al área técnica de COOPALGSA Ltda., que coordinen con gerencia a fin de que los equipos técnicos responsables de brindar asistencia técnica en campo a los asociados fortalezcan sus capacidades en gestión de la calidad en cacao. Identificar y realizar convenios o alianzas con instituciones aliadas como universidades, ONGs o institutos tecnológicos que puedan apoyar este proceso.

VI. REFERENCIAS

- Abarca, S & Vergara, L (2014), “*Identidad organizacional en Cooperativas*”. (Tesis de maestría). Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115442/Abarca,%20Sof%20C3%ADa.pdf?sequence=1>
- Abanto, W. (2014) *Diseño y Desarrollo del Proyecto de Investigación*. Trujillo, Perú: Escuela de Postgrado de Universidad César Vallejo.
- Comisión Económica para América Latina. (2010). *Eficiencia, Eficacia y Equidad*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.
- Cantú, H. Desarrollo de una Cultura de Calidad. México: McGraw-Hill, 2001.
- Cantú, H. La Calidad Total: ¿Factor Clave Para los Resultados de los Negocios en México? *Transferencia: Posgrado, Investigación y Extensión en el ITESM*, Campus Monterrey, 48,12, 1999.
- García, F. (2015). *La ejecución eficaz de proyectos de fomento productivo*. Organización Internacional del Trabajo. Buenos Aires, Argentina: OIT.
- Fernández, J. (2012). *El proceso administrativo en la ejecución de proyectos de desarrollo*. Santiago, Chile: ed. NUMAX.
- Gotuzzo, R. (2018) *Metodología de la investigación*. Lima: Editorial San Marcos
- Hatch M.J. (2012) Relaciones entre cultura organizacional, identidad e imagen. Madrid: European Journal of Marketing.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2013). *Metodología de la Investigación*. México: Ed. Mc Graw – Hill.
- INIA (2016) *Manual de acompañamiento de proyectos*. Lima, Perú: Grupo Banco Mundial.
- ISO 9001 (2015) Estándares para la gestión de la calidad. México.
- Falcón, C. (2014). *Eficiencia y Proyectos de desarrollo sostenible*. México: UNAX

- Krieger, M. (2005) *Sociología de las Organizaciones (Desarrollo y Comportamiento Organizacional – Diagnóstico e Intervención)*. México: Prentice Hall.
- Lizarzaburu, E. (2015) *La gestión de la calidad en Perú. Un estudio de la norma ISO 9001 sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. Bogotá, Colombia: Universidad & Empresa.
- Pearson, P. (2014). *Eficiencia y eficacia*. México: Ed. Pearson Educación.
- Robbins, S. (2014). *Administración*. México: Pearson – Prentice Hall.
- Standish, B. (2003). *Economía: principios y práctica*. Sudáfrica: Pearson Education.
- Universidad Cesar Vallejo (2015). *Resolución Rectoral N° 459-UCV*. Trujillo. Perú
- Martinez, A. (2012). *Formulación y evaluación de Proyectos Sociales*. Buenos Aires Argentina: Ed. Fondo editorial universitario. Universidad de Buenos Aires.
- Perez, E. (2011). *La administración pública en el estado moderno*. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- Reyes, A. (2003). *Administración de Empresas. Teoría y Práctica*. México: Limusa.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión*. México: Ed Mc Graw Hill.
- Zapata, J. (2014). *Impacto del programa INCAGRO en la formación de redes de innovación en el período 2005 – 2010*. (Tesis) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Abarca, S. (2014). *Identidad Organizacional en Cooperativas*. Lima, Perú.
- Gonzales, S. (2013). *Cacao orgánico de las comunidades nativas Awajun*. Lima, Perú.
- Chiavenato, I. (2006). *Administración de los Recursos Humanos*. México.: Mac Graw-Hill companies. Recuperado de <https://goo.gl/UvQgbj>
- García, J. (1998). *La comunicación interna*. España: ediciones Díaz de santos, S.A. Recuperado de <https://goo.gl/ephM48>
- Escobar, B. (2014) *Imagen corporativa y su importancia para las organizaciones en la gestión de la impresión*. Mexico.

- ICCO (2012) *Situación de la producción de cacao a nivel mundial*. Mexico.
- ISO 9001 (2015) *Estándares para la gestión de la calidad*. México.
- Juacida, J. (2016) *Identidad organizacional de los trabajadores de una fundación a través del discurso sobre su experiencia y trayectoria laboral*. Santiago. Chile.
- Peinado, L. y Vallejo, Y. (2005). *Factores que influyen en el clima organizacional de la Escuela de Administración*. Núcleo de Sucre- Universidad de Oriente. Universidad de Oriente, Cumaná.
- Sarries, L., Casares, E. (2008). *Buenas prácticas de recursos humanos*. España: ESIC
- Loayza, M. (2015) *Propuesta de proyecto para el fortalecimiento de la competitividad de los productores de cacao del Valle Primavera-Vraem orientado a mercados con beneficios diferenciales*. Lima, Perú.
- Morgan, J. (2009) *Identidad y cultura en una empresa del sector alimenticio*. Santiago, Chile.

ANEXOS

Matriz de consistencia

Determinación del problema			
Formulación del problema general	Hipótesis	Objetivo	Aspectos teóricos
<p>¿Existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de la identidad organizacional en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018? ¿Cuál es el nivel de gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018?</p>	<p>Hi: Existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.</p> <p>Ho: No existe relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.</p> <p>Hipótesis específicas: H1: El nivel de la identidad organizacional en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018, es alta. H2: El nivel de gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018, es alta.</p>	<p>General Establecer la relación entre la identidad organizacional y la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.</p> <p>Específicos Determinar el nivel de la identidad organizacional en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018. Determinar el nivel de la gestión de la calidad en socios de COOPALGSA, Saposoa, 2018.</p>	<p>Variable I : La identidad corporativa es, en principio, conceptual y, es la toma de conciencia de las organizaciones acerca de su existencia, ya sea por medio de una condición real o imaginaria, es decir, se llama "identidad a lo que el ente, el ser, el objeto [...] o la persona física, empresa o institución, ES EN SI MISMO. Lo que le hace ser lo que es, igual solamente a sí mismo, irrepetible y absolutamente distinto de otro ser" (Cortina, 2006: 95).</p> <p>Variable II : "Calidad es satisfacer las expectativas del cliente. El Proceso de Mejora de la Calidad es un conjunto de principios, políticas, estructura de apoyo y prácticas destinadas a mejorar continuamente la eficiencia y la eficacia de nuestro estilo de vida" AT&T.</p>
Diseño de investigación	Variables de estudio	Población y muestra	Instrumentos de recolección de datos
<p>El diseño es descriptivo correlación, en donde: M: socios de COOPALGSA, en el distrito de Saposoa durante el periodo 2018. O1: identidad organizacional O2: gestión de la calidad r: relación</p>		<p>La población está conformada por 253 socios productores. Para determinar la muestra se utilizará el Muestreo aleatorio simple. La muestra estará conformada por 90 socios de COOPALGSA, en el distrito de Saposoa, 2018.</p> <p>Heterogeneidad 90% Margen de error 5% Nivel de confianza 95%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica de Encuesta • Instrumento documento de encuesta con ítems o proposiciones medidos con una escala ordinal tipo Likert.

Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO 1: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

A continuación, marque con una “X” según el nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes proposiciones planteadas. Gracias por su colaboración. La encuesta es anónima.

1 = Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Indiferente; 4=De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo

N°	Enunciados	Escala				
		1	2	3	4	5
	Características de la organización					
1	Soy conocedor de lo que mi cooperativa quiere llegar a ser en el mercado del cacao (visión y misión)	1	2	3	4	5
2	Tenemos claro cómo y para qué hacemos las cosas	1	2	3	4	5
3	La comunicación en la cooperativa a nivel interno fluye con total transparencia	1	2	3	4	5
4	Todos los responsables de personas (jefes o técnicos de campo) ejercen adecuadamente su liderazgo en el equipo.	1	2	3	4	5
5	La cooperativa brinda capacitación permanente a los productores	1	2	3	4	5
	Valores compartidos					
6	En mi cooperativa se lucha contra la incertidumbre y se minimiza el riesgo	1	2	3	4	5
7	Mi cooperativa no tiene ningún interés por si trabajo motivado o no	1	2	3	4	5
8	En mi cooperativa se potencia el desarrollo de los equipos técnicos y productores socios como una forma de evolucionar y diferenciarse	1	2	3	4	5
9	Mi cooperativa no tiene ningún tipo de motivación social, sólo tiene motivaciones económicas	1	2	3	4	5
10	Mi cooperativa se proyecta a la comunidad (responsabilidad social empresarial) y estoy orgulloso de eso	1	2	3	4	5
11	A mi cooperativa le encanta que la gente presente sugerencias para mejorar.	1	2	3	4	5
12	En mi cooperativa no sabes nunca a qué atender, unos días te dicen una cosa y al día siguiente otra	1	2	3	4	5
13	Los socios de la cooperativa son leales y entregan toda su producción en el acopio	1	2	3	4	5
14	Muchos socios “le sacan la vuelta” a la cooperativa	1	2	3	4	5
15	Prefiero vender a otros y no a la cooperativa porque sus precios son bajos	1	2	3	4	5
16	Mi cooperativa siempre me apoya cuando tengo algún problema	1	2	3	4	5
17	Estoy orgullo de ser socio de esta cooperativa	1	2	3	4	5

CUESTIONARIO 2: GESTION DE LA CALIDAD

A continuación, marque con una "X" según el nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes proposiciones planteadas. Gracias por su colaboración. La encuesta es anónima.

1 = Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Indiferente; 4=De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo

N°	Enunciados	Escala				
		1	2	3	4	5
	Aspectos generales					
1	La cooperativa ha establecido, documentado e implementado un Sistema de Gestión de la Calidad del cacao	1	2	3	4	5
2	Se identifican los procesos y las interacciones relacionadas a la gestión de la calidad del cacao en las parcelas y centros de acopio	1	2	3	4	5
3	Se usan todos los criterios y métodos que garantizan que son eficientes todos los procesos y controles en la cooperativa	1	2	3	4	5
4	Se dispone de recursos necesarios, aparte de información, que sea utilizada para apoyar la operación y el seguimiento de todos los procesos que aseguran la calidad del cacao	1	2	3	4	5
5	Se implantan las acciones necesarias para alcanzar resultados planificados y la mejora continua de los procesos que aseguren la calidad del cacao	1	2	3	4	5
6	Se cuenta con algún documento en el que se exprese la política de calidad y los objetivos de la cooperativa	1	2	3	4	5
7	Se posee algún manual de calidad en el que se referencien los procesos y los procedimientos, así como el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad de la cooperativa	1	2	3	4	5
8	Los procedimientos de control se encuentran registrados y documentados y se ponen a disposición de los inspectores	1	2	3	4	5
	Dirección					
9	La política de calidad con la que cuenta actualmente la cooperativa está acorde con los propósitos establecidos	1	2	3	4	5
10	La gerencia de la cooperativa proporciona alguna evidencia de su compromiso con el Sistema de Gestión de la Calidad	1	2	3	4	5
11	Se toman decisiones y medidas para alcanzar los objetivos	1	2	3	4	5
12	Se comunica a todas las personas que integran la cooperativa la importancia de cumplir con entregar el tipo de cacao que quieren los clientes.	1	2	3	4	5
13	La gerencia garantiza que la demanda de los clientes se determinan y se cumplen	1	2	3	4	5
	Gestión de recursos					
14	La gerencia de la cooperativa asigna todos los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación para lograr un cacao de calidad	1	2	3	4	5
15	La gerencia de la cooperativa mantiene el registro de revisiones	1	2	3	4	5
16	La gerencia de la cooperativa asegura que se establecen todos los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización	1	2	3	4	5

17	Existe algún responsable de calidad que dependa de la alta dirección de la cooperativa	1	2	3	4	5
	Prestación de servicios					
18	Se controla la prestación del servicio que hace la cooperativa a sus asociados (vigilancia, auditorias, rendición de cuentas, etc.)	1	2	3	4	5
19	La cooperativa apoya a los productores socios en la implementación del sistema de trazabilidad	1	2	3	4	5
20	Se consulta con los productores si están de acuerdo con el tipo de servicios que ofrece la cooperativa	1	2	3	4	5

Validación de instrumentos

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Gestión de la calidad
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Luisa Gonzales Alegría

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 de la calidad 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 de la calidad.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: gestión de la calidad 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 de la calidad					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		48				

(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)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACION:

5

Tarapoto, 03 de Noviembre de 2018



 Mg. Ivo M. Encomenderos Bancallán
 ECONOMISTA
 Reg. 6134 - CELAM

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Identidad organizacional
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Luisa Gonzales Alegria

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 Identidad organizacional 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: Identidad organizacional					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Identidad organizacional 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: Identidad organizacional					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					48	

(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)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACION:

48

Tarapoto, 03 de Noviembre de 2018


 Mg. Ivo M. Encomenderos Bancallán
 ECONOMISTA
 Reg. 8134 - CELAM

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Ing. José Enrique Delgado Mesía
 Institución donde labora : Gobierno Regional de San Martín / UCV
 Especialidad : Maestría en administración de negocios
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Gestión de la calidad
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Luisa Gonzales Alegria

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 de la calidad 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 de la calidad.					x
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: gestión de la calidad 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 de la calidad					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						48

(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)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACION:

5

Tarapoto, 03 de Noviembre de 2018



**Gobierno Regional
DE SAN MARTÍN**

Ing. José E. Delgado Mesía
Gerente Regional de Desarrollo Económico

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Notoriedad de marca
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Ingrid Judith Chávez Saurin

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 Notoriedad de marca 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: Notoriedad de marca					x
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Notoriedad de marca 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: Notoriedad de marca					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						48

(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)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACION:

5

Tarapoto, 03 de Noviembre de 2018



**GOBIERNO REGIONAL
DE SAN MARTÍN**

 Ingi José B. Delgado Mesa
 Gerente Regional de Desarrollo Económico

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Jhonny Garate Rios
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Docente
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Gestión de la calidad
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Luisa Gonzales Alegria

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 de la calidad 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 de la calidad.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: gestión de la calidad 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 de la calidad				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		48				

(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)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACION:

5

Tarapoto, 03 de Noviembre de 2018


Jhonny Garate Rios
 ECONOMISTA
 CERSM - 399

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Jhonny Garate Rios
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Docente
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Identidad organizacional
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Luisa Gonzales Alegria

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 Identidad organizacional 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: Identidad organizacional				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Identidad organizacional 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: Identidad organizacional					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					48	

(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)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

PROMEDIO DE VALORACION:

5

Tarapoto, 03 de Noviembre de 2018


Jhonny Garate Rios
 ECONOMISTA
 CERSM - 554

Indice de confiabilidad

Cuestionario: identidad organizacional

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,790	10

Cuestionario: Gestión de la calidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,770	10

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



CONSTANCIA

El Gerente de la Cooperativa Agraria El Gran Saposoa, ubicado en la ciudad y distrito de Saposoa, provincia de Huallaga, Región San Martín,

Hace contar:

Que la estudiante **Br. Luisa Gonzales Alegría** de la maestría en administración de negocios de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo, sede Tarapoto, realizó la investigación de su tesis titulada "**Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018**", en nuestra organización, brindándole las facilidades para el desarrollo de la misma.

Se expide la presente constancia, a solicitud de la interesada para los fines que crean conveniente.

Saposoa, 10 de octubre del 2018



Miker Laines Cuesta Moreira
GERENTE GENERAL
COOPERATIVA AGRARIA EL GRAN SAPOSOA LTD.



COOPALGSA

Saposoa-Huallaga-San Martín - Jr. Monasterio N° 516-Saposoa
Cel: 996803708 - Email: coopalgsa@gmail.com



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:

GONZALES ALEGRÍA, LUISA

D.N.I. : 40082572

Domicilio : Tarapoto

Teléfono : Fijo : Móvil :

E-mail :

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : Maestra en Administración de Negocios - MBA

Mención : Maestría en Administración de Negocios - MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autora:

Luisa Gonzales Alegría

Título de la tesis:

"Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA
Ltda., Saposoa, 2018"

Año de publicación : 2019

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

A través del presente documento,

Sí autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :


Fecha :

02 de marzo de 2019

Informe de originalidad

Feedback Studio - Google Chrome
https://ev.tumitin.com/app/carta/es/?o=1061274587&lang=es&us=3&u=1050948850

feedback studio Luisa Gonzáles Alegría Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPAL -- /0 < 5 de 16 > ?



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de
COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

AUTORA:
Br. Luisa Gonzales Alegría

Resumen de coincidencias X

20 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

20	1	Entregado a Universida...	2 %	>
		<small>Trabajo del estudiante</small>		
	2	pt.scribd.com	1 %	>
		<small>Fuente de Internet</small>		
	3	www.scribd.com	1 %	>
		<small>Fuente de Internet</small>		
	4	www.nueva-iso-9001-2...	1 %	>
		<small>Fuente de Internet</small>		
	5	Entregado a Instituto S...	1 %	>
		<small>Trabajo del estudiante</small>		

Página: 1 de 57 Número de palabras: 11784 Text-only Report High Resolution Activado


08:17
24/02/2019

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Mg. **Ivo Martín Encomenderos Bancallán**, he revisado la tesis del(la) estudiante Br. **GONZALES ALEGRÍA LUISA** titulada “**Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018**” constato que la misma tiene un **índice de similitud de 20%** 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, 22 de febrero de 2019


.....
Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán
Escuela de Posgrado
UCV-TARAPOTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Dra. ANA NOEMÍ SANDOVAL VERGARA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Luisa Gonzales Alegría

INFORME TÍTULADO:

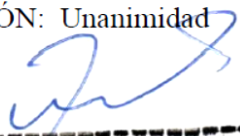
“Identidad organizacional y gestión de la calidad en socios de COOPALGSA Ltda., Saposoa, 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 17 de enero de 2019

NOTA O MENCIÓN: Unanimidad


Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara
DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN
UCV - TARAPOTO