

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA  
ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS  
MENCIÓN: PROYECTOS DE INVERSIÓN**



**LA ASOCIATIVIDAD ORGANIZACIONAL Y SU  
INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACION DEL CACAO  
EN LAS COOPERATIVAS CACAOTERAS DEL ALTO  
HUALLAGA 2019**

**Tesis**

**Para optar el grado académico de**

**MAESTRO EN CIENCIAS ECONÓMICAS  
MENCIÓN: PROYECTOS DE INVERSIÓN**

**Presentado por:  
JORGE LUIS ZAVALA SOLORZANO**

**Tingo María – Perú  
2022**



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA**  
**UNIDAD DE POSGRADO FCEA**  
**DIRECCIÓN**



“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

**ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS**  
**Nro. 016-2022-UPG-FCEA-UNAS**

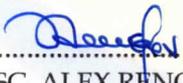
En la ciudad universitaria, siendo las 3:07 p.m., del jueves 1 de setiembre de 2022, reunidos virtualmente vía Microsoft Teams, se instaló el jurado calificador a fin de proceder a la sustentación de la tesis titulada: **LA ASOCIATIVIDAD ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO EN LAS COOPERATIVAS CACAOTERAS DEL ALTO HUALLAGA - 2019**. A cargo de la candidata al grado de Maestro en Ciencias Económicas, Mención: Gestión pública; **Jorge Luis Zavala Solórzano**. Luego de la exposición y absueltas las preguntas de rigor, el jurado calificador procedió a emitir su fallo declarando **APROBADO** con el calificativo de **BUENO**.

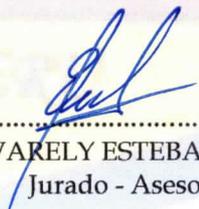
Acto seguido, a horas **4:40** p.m. el presidente dio por culminada la sustentación; procediéndose a la suscripción de la presente acta por parte de los miembros del jurado, quienes dejan constancia de su firma en señal de conformidad.

Tingo María, 1 de setiembre de 2022

  
.....  
DR. LUIS MORALES Y CHOCANO  
Presidente del jurado

  
.....  
M.SC. MARIA FUERTES ARROYO.  
Miembro del Jurado

  
.....  
M.SC. ALEX RENGIFO ROJAS  
Miembro del Jurado

  
.....  
DR. VARELY ESTEBAN BARZOLA  
Jurado - Asesor

## DEDICATORIA

A mi señor, por conducirme por senderos seguros que me dan éxitos, le dedico este trabajo por darme fuerzas para superar dificultades y por permitirme el haber llegado a este momento tan importante de mi formación profesional como maestro.

Con aprecio y cariño dedico esta tesis a mis padres: Máximo y Adelaida que me guían desde el cielo y que supieron formarme con buenos hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más cruciales de mi vida.

A mi hermano Max John Zavala Solórzano, por sus sugerencias y consejos en la ejecución y realización del presente estudio. A mis hijas Michelle, Cristina, Harold y Lenon que siempre han estado junto conmigo, brindándome su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos. A mi nieta Renata por el gran cariño y amor que le tengo y seguro que será un ejemplo por seguir.

## AGRADECIMIENTO

- A la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, en especial a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas – mención de Proyectos de Inversión.
- Al Doctor Varely Abrahán Esteban Barzola, Docente asociado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, asesor de la presente tesis.
- Al Doctor Isaac Córdova Baldeon, Docente Asociado de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, por sus aportes y sugerencias en la realización de la presente tesis.
- Al Doctor Max Jhon Zavala Solórzano, Gerente General de la Empresa Privada Eco Amazónico S.R.L, por sus aportes y sugerencias en la realización de la presente tesis.
- A los presidentes del Consejo de Administración y Gerentes de las organizaciones en estudio quienes nos proporcionaron información técnica para la ejecución del presente trabajo de investigación.
- A los socios activos de las organizaciones quienes proporcionaron información de campo para la ejecución del presente trabajo de investigación.
- A los extensionistas de campo de las organizaciones, quienes nos proporcionaron información de los campos de producción y por sus aportes técnicos
- Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización del presente trabajo de investigación.

## INDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
INDICE GENERAL	IV
INDICE DE TABLAS	VI
INDICE DE FIGURAS	VII
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 CONTEXTO	3
1.1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
a) Descripción	4
b) Explicación	5
1.1.3 INTERROGANTES	6
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.2.1 TEÓRICA	6
1.2.2 PRÁCTICA	7
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	7
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	7
1.4.1 HIPÓTESIS GENERAL	7
1.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	8
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	9
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	9
2.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	9
2.3 UNIDAD DE ANÁLISIS .....	9
2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	10
2.5 MÉTODOS Y TÉCNICAS .....	10
2.5.1 MÉTODOS	10
2.5.2 TÉCNICAS	10

2.6 ANÁLISIS ESTADÍSTICO CUANTITATIVO.....	11
CAPÍTULO III: REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	12
3.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	12
3.2 BASES TEÓRICAS .....	13
3.2.1 ASOCIATIVIDAD .....	13
3.2.2 LA ASOCIATIVIDAD Y SUS VENTAJAS .....	15
3.3 RELACIÓN EXISTE ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL COOPERATIVISMO .....	16
3.4 COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO .....	16
3.4.1 EL CACAO (Theobroma Cacao L.) .....	17
3.4.2 EL CACAO EN EL PERÚ .....	17
3.4.3 PRODUCCIÓN NACIONAL DE CACAO .....	18
3.4.4 LA CADENA DE VALOR DEL CACAO EN EL PERÚ .....	19
a. Modelo Típico de comercialización del cacao .....	20
b. Modelo con la participación de cooperativas .....	21
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	23
4.1 REPRESENTACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	23
4.1.1 FORMULARIO PARA LA VARIABLE ASOCIATIVIDAD ORGANIZACIONAL.....	23
4.1.2 FORMULARIO PARA LA VARIABLE COMERCIALIZACIÓN.....	24
4.2 ESQUEMA DE EXPLICACION DE LA RELACIÓN ENTRE VARIABLES.....	24
4.3 RESULTADOS POR OBJETIVOS.....	25
4.3.1 RESULTADO PARA EL OBJETIVO GENERAL.....	25
4.3.2 RESULTADO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 1.....	27
4.3.3 RESULTADO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 2 .....	29
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	31
CONCLUSIONES .....	33
RECOMENDACIONES .....	35
BIBLIOGRAFÍA.....	37
ANEXOS .....	39

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	8
Tabla 2 Caracterización de la población y muestra de estudio.	10
Tabla 3 Técnicas e instrumentos utilizados en el estudio.	11
Tabla 4 Organizaciones productoras de cacao en el Alto Huallaga.	22
Tabla 5 Categorización para la variable asociatividad.	23
Tabla 6 Categorización para las dimensiones liderazgo asociativo y competencias del asociado.	23
Tabla 7 Categorización de la variable comercialización.	24
Tabla 8 Intervalos de correlación.	24
Tabla 9 Correlación de la variable asociatividad organizacional y comercialización.	26
Tabla 10 Correlación de la dimensión liderazgo asociativo y comercialización.	28
Tabla 11 Correlación de la dimensión competencias del asociado y comercialización del cacao.	30

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Asociatividad organizacional y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.	25
Figura 2 Relación del liderazgo asociativo y comercialización del cacao.	27
Figura 3 Relación de las competencias del asociado y comercialización del cacao.	29

## RESUMEN

El presente estudio tiene como propósito establecer la incidencia existente entre asociatividad organizacional y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga. El estudio se basa en un diseño correlacional. Para la obtención de los datos se aplicó un cuestionario de encuesta validado a una muestra de 100 socios de las cooperativas del Alto Huallaga. Los hallazgos denotan la existencia de correlación alta ( $r = 0.844$ ) y significativa ( $p < 0.05$ ) entre las variables asociatividad organizacional y comercialización. Asimismo, se demuestra la existencia de relación alta ( $r = 0.784$ ) y significativa ( $p < 0.05$ ) entre liderazgo asociativo y comercialización. También, se encontró relación alta ( $r = 0.819$ ) y significativa ( $p < 0.05$ ) entre las competencias del asociado y la comercialización del cacao. Se concluye que para promover el desarrollo de la comercialización del cacao se requiere potenciar la asociatividad, el cual implica mejorar el liderazgo asociativo y las competencias del asociado.

**Palabras clave:** Asociatividad, organización, comercialización del cacao, liderazgo asociativo.

## ABSTRACT

The purpose of this study is to establish the existing incidence between organizational associativity and the commercialization of cocoa in the cocoa cooperatives of Alto Huallaga. The study is based on a correlational design. To obtain the data, a validated survey questionnaire was applied to a sample of 100 members of the Alto Huallaga cooperatives. The findings denote the existence of a high ( $r = 0.844$ ) and significant ( $p < 0.05$ ) correlation between the variable's organizational associativity and marketing. Likewise, the existence of a high ( $r = 0.784$ ) and significant ( $p < 0.05$ ) relationship between associative leadership and marketing is demonstrated. Also, a high ( $r = 0.819$ ) and significant ( $p < 0.05$ ) relationship was found between the skills of the associate and the marketing of cocoa. It is concluded that to promote the development of cocoa marketing, it is necessary to enhance associativity, which implies improving associative leadership and associate skills.

**Keywords:** Associativity, organization, cocoa marketing, associative leadership.

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1.1 CONTEXTO

En nuestro país es complicado y difícil para el productor competir de manera perdurable en el mercado internacional, ya que el precio pagado por la calidad de su producto es insignificante, no cumpliéndose de esta manera con una producción tecnificada y el cumplimiento de estándares de calidad que exige el comprador.

Los productores de cacao han ido mejorando y complementando su conocimiento en el manejo de este cultivo. El conocer nuevas técnicas para mejorar la producción ayuda a que tengan un cacao de calidad. El cooperativismo ha permitido la integración de los pequeños productores; es decir un pequeño productor por sí solo no puede salir a ser competitivo en el mercado mundial, pero si se juntan de 100 a más socios pueden juntar volúmenes mayores y aplicar estándares de calidad.

En la zona del Alto Huallaga, el estado promueve la asociatividad a favor del productor cacaotero (familias ex cocaleras) que optaron por producir cultivos sustitutos como el cacao orgánico a través de instituciones como DEVIDA, incentivándolos al cultivo de productos legales y autorizados promoviéndose y fortaleciendo la asociatividad.

El desarrollo comunitario o la asociatividad promovida por los productores cacaoteros resulta satisfactoria, pero es importante hacer un estudio sobre cómo: La asociatividad organizacional incide con la comercialización del cacao

y que estrategias innovadoras de asociatividad se puede recomendar a las organizaciones cacaoteras del Alto Huallaga.

### **1.1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **a) Descripción**

Penny Bamber y Karina Fernández (2018), Manifiestan que el secreto para poder incorporar a los productores pequeños a todo el proceso de producción tecnificada de manera sostenida es garantizar que éstos sean exitosos. Esto implica estar preparado para brindar al mercado un volumen y calidad de cacao.

Los productores cacaoteros hacen frente a insuficiencias que dificultan su capacidad y contribución en el proceso productivo del cacao. Duke CG propone un planteamiento que consiste en cuatro formas que se debe considerar a fin de incrementar la competitividad. Estas cuatro formas son: Accesibilidad al mercado, Accesibilidad a las capacitaciones, Cooperación entre protagonistas y accesibilidad al crédito.

Diaz Vargas y Carmen Willem (2018), Manifiesta que los socios pertenecientes a las cooperativas son instituciones que disponen de más ayuda de parte de la comunidad internacional y de las instituciones del estado, disponen de equipos técnicos reducidos, conducen sus parcelas de cacao con mejor criterio técnico, incluyen el paquete tecnológico apostando por una producción mejorada y de calidad ya que están relacionados a procedimientos de certificación orgánica, comercio justo, plus y exportación al mercado internacional.

Pese a todas las organizaciones como las Asociaciones y Cooperativas cacaoteras atraviesan por inconvenientes, dificultades y muchas de ellas se encuentran en quiebra por una mala administración, oportunidad de mercados y asuntos relacionados con la certificación orgánica y comercio justo.

### **b) Explicación**

La capacidad de asociatividad de los socios pertenecientes a las organizaciones cacaoteras en el ámbito del Alto Huallaga, es deficiente en cuanto al precio de su producto afectando el bienestar y la calidad de vida del asociado, por lo que es importante recomendar estrategias innovadoras para fortalecer la asociatividad y el desarrollo sostenible en la producción, postcosecha y comercialización del cacao en el Alto Huallaga.

Hoy en día existen programas que fomentan labores asociativas de pequeños productores con la finalidad de optimizar la productividad, capacidad empresarial, oportunidad de mercado y de reforzar la facultad de negociar.

El procedimiento asociativo presenta un escenario de alternativa de solución factible, demostrando la capacidad de negociar y comercialización de su producción dentro de la organización a la que pertenecen.

El resultado de pertenecer a una organización se cuantifica con la satisfacción económica y social que se le adjudica al asociado. El sistema de asociarse en una organización cacaotera deberá ser estimada para lograr mejores oportunidades.

El trabajo de investigación buscare sugerir estrategias innovadoras de comercialización, analizando a las organizaciones asociativas su colaboración en el procedimiento productivo considerando que muchos de los agricultores no alcanzan un grado de crecimiento comercial, que optimicé los precios y las ganancias por la venta de su producción, esto conllevara a que el asociado mejore su calidad de vida con oportunidades y beneficios para toda su familia y la organización (Cooperativas, Asociaciones) a la que pertenecen.

### **1.1.3 INTERROGANTES**

#### **a. Interrogante general**

¿Cómo incide la asociatividad organizacional y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga?

#### **b. Interrogantes específicas**

- ¿Cómo incide el liderazgo asociativo y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga?
- ¿Cómo incide las competencias del asociado y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga?

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1 TEÓRICA**

El estudio argumenta la urgencia de entender cómo incide una organización que trabaja de manera asociativa con la comercialización del cacao en las cooperativas del Alto Huallaga. De manera que, a la falta de información sobre este esencial aspecto, este estudio anhela aportar un mejor entendimiento de trabajar organizadamente en asociatividad.

## **1.2.2 PRÁCTICA**

La ejecución y realización de este estudio explica de manera practica la finalidad de proporcionar puntos fundamentales a los asociados y cacaoteros en aspectos de mejorar el grano de cacao mediante la aplicación de un paquete tecnológico adecuado para la producción y su comercialización, como también dotar de estrategias y decisiones para la toma de veredictos y fallos por parte del consejo de administración, gerencias y asociados de las cooperativas.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Establecer la incidencia existente entre asociatividad organizacional y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer la incidencia existente entre liderazgo asociativo y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.
- Establecer la incidencia existente entre las funciones del asociado y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.

## **1.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **1.4.1 HIPÓTESIS GENERAL**

Es real la incidencia significativa entre asociatividad organizacional y la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del Alto Huallaga.

### 1.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Existe incidencia significativa entre liderazgo asociativo y la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del Alto Huallaga.
- Existe incidencia significativa entre competencias del asociado y la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del Alto Huallaga.

### 1.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Tabla 1** Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>X: VARIABLE INDEPENDIENTE:</b>  <b>Asociatividad Organizacional</b>	<b>XI: Liderazgo Asociativo</b>	XI.1: Número de productores asociados por organización y su incremento de socios.
		XI.2: Capacitación y actualización en fortalecimiento organizacional. XI.3: Resolución de quejas y conflictos entre asociados. XI.4: Hacer cumplir los estatutos de la organización. XI.5: Directivos logran beneficios económicos para sus asociados. XI.6: Directivos Administran bien los fondos de la organización.
<b>Y: VARIABLE DEPENDIENTE:</b>  <b>Comercialización</b>	<b>X2: Competencias del Asociado</b>	X2.1: Cumplimiento de los debidos procesos de producción. X2.2: Práctica de tecnologías para mejorar los procesos de beneficio. X2.3: Práctica de tecnologías para mejorar los rendimientos por hectárea. X2.4: Aumento de las áreas cultivables del asociado. X2.5: Uso de abonos orgánicos e insumos químicos autorizados por las certificadoras. X2.6: Cumplen con los deberes emanadas por los estatutos.
		Y1.1: Cumplimiento de la entrega de toda la cosecha a su organización Y1.2: Mejoramiento de las infraestructuras de módulos de beneficio del cacao Y1.3: Cumplimiento de estándares de calidad que exige el mercado internacional Y1.4: Obtención de la certificación orgánica y comercio justo para el cacao Y1.5: Participación de la organización en el mercado nacional e internacional Y1.6: Participación a las capacitaciones de Pos cosecha y Comercialización.

Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo y aplicada porque lo que se quiere medir son las variables asociatividad organizacional y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga. Luego se ha determinado el grado de relación que hay entre las referidas variables.

#### **2.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

El presente estudio se enmarca en el nivel correlacional porque el objetivo es conocer sólo el nivel de dependencia entre las variables asociatividad organizacional y comercialización del cacao. Para ello se utilizó la estadística bivariado.

#### **2.3 UNIDAD DE ANÁLISIS**

El parámetro de análisis considerada en este trabajo fue una persona legalmente considerada como socio de una cooperativa cacaoteras del Alto Huallaga, la misma que viene operando por más de un año. Hecho que fue considerado para garantizar la medición adecuada de las variables asociatividad organizacional y comercialización del cacao.

## 2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para observar las variables en estudio se han determinada la población y muestra de la siguiente manera:

**Tabla 2** Caracterización de la población y muestra de estudio.

POBLACIÓN	MUESTRA	MUESTREO
Conformada por 2800 socios de las cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga en el año 2019.	Conformada por 100 socios de las cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga en el año 2019.	Muestreo no probabilístico por ocasión.

Fuente: Elaboración propia.

## 2.5 MÉTODOS Y TÉCNICAS

### 2.5.1 MÉTODOS

En esta investigación se han utilizado dos métodos: El método deductivo y el método hipotético - deductivo, que consisten en:

- EL método deductivo, consiste en extraer una conclusión en base a una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas. Cabe señalar que la veracidad de la conclusión obtenida dependerá de la validez de las premisas tomadas como base o referencia.
- El método Hipotético – deductivo, Procedimiento metodológico que consiste en tomar unas aseveraciones en calidad de hipótesis y en comprobar tales hipótesis deduciendo de ellas, junto con conocimientos de que ya disponemos, conclusiones que confrontamos con los hechos.

### 2.5.2 TÉCNICAS

Para observar las dos variables consideradas en el estudio, se ha aplicado métodos e instrumentos de recojo de la información.

**Tabla 3** Técnicas e instrumentos utilizados en el estudio.

VARIABLE	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMACIÓN
Asociatividad organizacional	Encuesta escrita	Cuestionario	Nivel de percepción de asociatividad organizacional que tiene un socio
Comercialización del cacao	Encuesta escrita	Cuestionario	Nivel de percepción de comercialización del cacao que tiene un socio

Fuente: Elaboración propia.

## 2.6 ANÁLISIS ESTADÍSTICO CUANTITATIVO

La elaboración y estudio de los datos obtenidos en el estudio se han desarrollado por medios estadísticos en dos aspectos: Explicativo y deductivo, donde el proceso fue:

- Calificación de los instrumentos de acopio de datos.
- Construcción de una base de datos.
- Conceptualización de la información mediante esquemas de diseminación.
- Determinación del coeficiente de relación.
- Identificación del símbolo de relación.
- Prueba sobre normalidad de: Kolmogorov – Smirnov.
- Suposición con la prueba Rho de Spearman, con un 95% de confianza.

## CAPÍTULO III

### REVISIÓN DE LA LITERATURA

#### 3.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.

González Vásquez (2018), Manifiesta la importancia de lograr un trabajo asociativo dentro del sector agrícola a fin de conseguir mejorar una mejor calidad de vida con buenos precios por los productos comercializados. La eficacia de trabajar en asociatividad y la parte económica se calcula por la utilidad que se consigue por el aumento de las ganancias y el bien estar del asociado.

El agricultor se agrupa y conforman organizaciones de productores de diversa naturaleza, existe hoy en día organizaciones de productos como: Arroz, plátano, maíz, palma aceitera etc. Otras organizaciones se designan como comités de productores o asociación agraria o agropecuaria es decir su ámbito de acción es más extenso.

El termino asociatividad no tiene un concepto específico aún por la Real Academia Española, no obstante, este término ya se utiliza y ha ido cambiando sus conceptos por organismos de otras naciones, así mismo se puede manifestar que la asociatividad es un término que tiene muchas definiciones de acuerdo al entorno y realidad en que vivimos.

La cooperación entre productores para las labores desarrolladas y ejecutadas en el campo, han permanecido hasta hoy en día con la denominación de Aynis, esta metodología de trabajo ha funcionado en el tiempo y que todavía se aplican en las comunidades campesinas e indígenas.

Central Café y Cacao del Perú (2010), Menciona que una organización está conformada por un conjunto de individuos que se desenvuelven e

intercambian información con estrategias planeadas que buscan lograr objetivos comunes.

Las personas cuentan con sus propias cualidades y condición de tal forma cuando existen asociados laborando en equipo todos se adaptan y logran sus objetivos para eso deberán de organizarse.

Si pertenecemos a una organización es sencillo y de bajo costo lograr los objetivos de cada socio, significando que podemos lograr nuestros fines con menos empeño y a un corto periodo, por ejemplo los productores de café y cacao se asocian para conformar una asociación o cooperativa (Organización) porque tienen la necesidad de comercializar su producción a buenos precios con capacitaciones y asistencia técnica especializada etc., gracias a esta unificación todos los socios pueden ser beneficiados.

Con esta perspectiva, la presente tesis tiene como objetivo determinar como la asociatividad organizacional se relaciona con la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del alto Huallaga.

## **3.2 BASES TEÓRICAS**

### **3.2.1 ASOCIATIVIDAD**

Liendo y Martínez (2011), Menciona que la expresión asociatividad es nueva y se está poniendo de moda, aunque con poco interés en sud américo, en cambio en otros continentes como Europa, Alemania, Inglaterra, ibérico le están poniendo mayor interés en el planteamiento del concepto de Asociatividad. Cabe indicar que existe una demarcación hacia la parte económica como un planteamiento de aporte grupal relacionada al negocio, como un elemento que

puede proveer el mejoramiento de la capacidad competitiva de la misma forma la inserción de los asociados.

Alvarado y Agreda (2009), Menciona que la asociatividad forma parte del núcleo de los programas agrarios a nivel nacional. El estado promueve programas que promocionan labores asociativas de pequeños y medianos agricultores con la finalidad incrementar la producción, mejorar la calidad, búsqueda de mercados oportunos y reforzar la comercialización. Cabe mencionar que las instituciones del estado promocionan la asociatividad como una forma viable de alternativa de solución para los obstáculos de producción en las chacras, necesitamos profundizar la investigación a fin de conocer las causas que podrían hacer de la asociatividad un instrumento satisfactorio para el productor.

Otero (2008), El termino asociatividad es un instrumento de implicación en donde participan grupos de organizaciones de categorías iguales, así mismo se incluye a proveedores inmersos que faculta la articulación entre las instituciones y vertical entre proveedores de la misma categoría con la clientela.

Rosales (2013), Manifiesta que la asociatividad es una estrategia de integración entre asociados (entes jurídicas o naturales), en donde cada socio posee autonomía y autosuficiencia en donde decide formar parte de manera voluntaria a fin de buscar un objetivo común que rige una organización.

Asociación Peruana de Productores de Cacao – APPCACAO (2018), sostienen que las organizaciones de productores cumplen un papel muy importante en el desarrollo del sector cacaotero peruano; son las principales protagonistas del cambio e incorporación de nuevas técnicas de producción, proceso y comercialización. No se cuenta hoy con los datos estadísticos y

registros del total de organizaciones de cacao a nivel nacional. En los últimos años, los programas de fondos concursables del gobierno central y gobiernos regionales han promovido la constitución de organizaciones pequeñas para la ejecución de planes de negocio.

De acuerdo con el Censo Nacional Agrario CENAGRO (2012), existen en el país aproximadamente 90,000 productores de cacao. Asimismo, encuestas realizadas en la región San Martín, Huánuco y Ucayali dan cuenta que el 35 % pertenecen alguna forma de organización, además es preciso clasificar estas asociaciones según su nivel de organización (En proceso, Consolidándose y en desarrollo).

Ángel Eduardo y González Vásquez (2018), Manifiesta que el resultado de asociarse a una organización se centra en el reconocimiento y mejoramiento del factor económico que se otorga a cada socio, cabe mencionar que el plan de pertenecer a una organización debe ser revisado y estimado para lograr mejores oportunidades para el asociado. Con este análisis el presente estudio tiene como finalidad establecer como la asociatividad organizacional se relaciona con la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del alto Huallaga.

### **3.2.2 LA ASOCIATIVIDAD Y SUS VENTAJAS**

Rosales (2013), A continuación, se menciona los aspectos de fortalecer una organización en proceso de desarrollo, la asociatividad posee muchas ventajas que son las siguientes:

- Mejora el posicionamiento del mercado.
- Captar recursos materiales y humanos especializados.
- Establece estándares de calidad normados.

- Desarrolla nuevos productos.
- Permite el acercamiento entre el sector público y privado.
- Incrementa la productividad.
- Incorpora nueva tecnología.
- Accede a nuevos mercados con mayor demanda.
- Incrementa y mejora el intercambio de información.
- Accede a recursos financieros.
- Reduce los costos operativos y administrativos.
- Mejora el poder de negociación para los agricultores.

### **3.3 RELACIÓN EXISTE ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL COOPERATIVISMO**

Ramírez y Berdegué (2003), Dentro del asociativismo y el cooperativismo los socios se juntan de forma voluntaria con el fin de proponer bienes y servicios de forma organizada, obteniéndose como resultado beneficios para el asociado.

El asociado que forma parte de una organización está sujeto dentro del principio del cooperativismo, estas organizaciones están divididas en áreas como: Área de producción agrícola, área de certificación, área ambiental, área de transformación, área de administración y área de servicios.

En Perú las organizaciones están regidas por modelos de políticas de estado motivando al asociado en formar parte de una organización y poder dar solución a las deficiencias existentes en su organización y que laborar en forma particular o individual es difícil tener resultados satisfactorios.

### **3.4 COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO**

Para hablar de comercialización del cacao, primero mencionaremos resumidamente la historia del cacao, variedades cultivadas en Perú y Regiones,

Regiones productoras de cacao en el Perú, hectáreas instaladas por regiones y la producción total nacional y por regiones de cacao.

#### **3.4.1 EL CACAO (Theobroma Cacao L.)**

Lachenaud (1997), Manifiesta que el cacao es la principal materia prima para la elaboración de la industria chocolatera. De hace mucho tiempo el cacao surge en américa del sur existiendo en estas regiones tres especies fundamentales: Criollo, forastero, trinitario, así mismo existen variedades combinadas como el CCN51.

Una variedad combinada y conocida es el CCN51, es un híbrido experimentado en el fundo Naranjal en la localidad de Guayas y de nacionalidad ecuatoriana, siendo investigada por el Ing. agrónomo Homero Castro Z. El calificativo de CCN se atribuye a una recopilación Castro Naranjal y su cifra 51 a los números de cruzamientos desarrolladas para tener como resultado la especie esperada. Este híbrido ha obtenido reconocimientos y fama entre todos los productores cacaoteros por poseer cualidades de buena producción, fructificación y de alta resistencia a las enfermedades del cacao. Es de fácil adaptación al trópico y contener un alto índice de 54 – 55 % de grasa convirtiéndose en un producto cotizado por las fábricas chocolateras. En nuestro país existen muchas especies de cacao que llegaron desde el Ecuador, Centro América y el Caribe.

#### **3.4.2 EL CACAO EN EL PERÚ**

APPCACA0 (2018), Menciona que las principales zonas productoras son: El Cuzco, Apurímac, Ayacucho, Junín, Huánuco, San Martín, Cajamarca y Amazonas. Las especies Trinitarias y Forasteras llegaron juntamente con el

café en el tiempo del poblamiento de nuestra selva peruana en 1929. En los años de 1970 el auge del cacao se incrementó y se logró obtener una demanda satisfactoria hacia el mercado del mundo. En los años 1980 el cacao como cultivo fue cambiado por la coca como cultivo que le dejaba mayor dividendos al agricultor por ser un cultivo prohibido, complementándose a ello la aparición de los subversivos y guerrilleros en toda la selva peruana, así mismo falta asistencia técnica calificada para el manejo del cultivo del cacao, el desconocimiento del beneficio húmedo adecuado del grano de cacao, semillas deficientes, aparición de plagas y enfermedades, la falta de organizaciones asociativas y la falta de financiamiento detuvieron y paralizaron el cultivo del cacao.

En el año 1995 se crea una política de gobierno de apaciguamiento en la sociedad y se propusieron estrategia de cuantificación y eliminación de cultivos de coca prohibidas por el gobierno. Así mismo se realizaron acciones de proponer cultivos lícitos y viables mediante programas de desarrollo alternativo (CADA, CORA, PDA y DEVIDA).

En el año 2000, se inicia el incentivo de las primeras instalaciones del cultivo del cacao híbrido CCN51, financiada por las instituciones como: La Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID), Naciones Unidas (UNOCD), La Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA) y el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). Lográndose mejorar la producción, la calidad y rendimiento del grano de cacao.

### **3.4.3 PRODUCCIÓN NACIONAL DE CACAO**

APPCACA0 (2018), De las 25 regiones que cuenta el Perú en 17 regiones se producen cacao, nuestro país cuenta con 144, 232.44 hectáreas de cacao en

producción siendo la región San Martín con la mayor área instalada (46,915,35 has), continuada por la región Junín, con 20,688,91 has.

En el año 2000 se produjeron 24,8 mil toneladas de cacao, en el 2008 esta cantidad se incrementó a 34 mil toneladas, en el año 2009 se incrementó a 36,8 mil toneladas y luego en el año 2015 se registra el más fuerte crecimiento con una producción de 87,3 mil toneladas.

El rendimiento de las plantaciones está entre 500 y 600 Kg/Ha, pero en los años 2010 y 2013 se observa un incremento de rendimiento de cacao alcanzándose a 700 Kg/Ha, ya en el 2014 alcanza un incremento de 760 Kg/Ha, así mismo cabe señalar que en el 2015 se registra una disminución en la producción a 720 Kg/ha.

#### **3.4.4 LA CADENA DE VALOR DEL CACAO EN EL PERÚ**

Pedro Barrientos Felipa (2015), El grano de cacao es la materia prima para fabricar chocolate es valorado a nivel internacional por sus atributos organolépticos y sus beneficios nutritivos. Esta importancia convierte al cacao en un producto de demanda significativa. La comercialización del grano del cacao está influenciada por la demanda de fabricantes de chocolates que se localizan en el continente europeo, a pesar de que el cacao es de procedencia americana. La importancia del cacao hace de que su cultivo se expanda en los continentes: América, África y Asia.

El incremento de la producción del cacao se ha convertido en varias zonas del Perú en una mejora económica para los pequeños productores de cacao, aumentando el producto interno bruto (PIB) en la región. Este impulso da paso a la integración directa o indirecta al mercado internacional. Las zonas de tropicales como la selva del alto Huallaga son ideales para el cultivo de cacao.

En el año 2014, el Perú produce más de 30 mil toneladas métricas de grano de cacao.

En el Perú la producción del cacao está relacionada con las condiciones climáticas donde se cultiva. Los factores climáticos influyen en la producción de una plantación; por lo tanto, las condiciones térmicas y de humedad deben ser satisfactorias para el cultivo por ser una planta perenne. Así, su período vegetativo como la época de floración, brote y cosecha está regulado por el clima.

Ministerio de Agricultura y Riego - Minagri (2017), Da a conocer que en el año 207, los cacaoteros asociados en las organizaciones pertenecientes a la región Huánuco conseguir exportar 2 mil toneladas métricas de cacao al mercado europeo, cabe mencionar que la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Distrito de Rupa Rupa en Leoncio Prado recibieron financiamiento del programa de Compensaciones para la Competitividad (AGROIDEAS) del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). Esta organización recibió un financiamiento de S/.352,615.54 incluyéndose módulos de beneficio post cosecha, mejorándose de esta manera la producción y comercialización del grano de cacao.

Existen dos modelos de negocio que se realizan en la comercialización del cacao en grano y son las siguientes:

**a. Modelo Típico de comercialización del cacao**

Para este modelo típico tradicional los pequeños productores de cacao perciben de los acopiadores informales el pago de su producto en su propia parcela o cuando el productor traslada su producto a la ciudad y lo comercializa o entrega al intermediario, estos compradores no exigen

cantidades del producto juntando de esta manera volúmenes mayores que no cumplen con los estándares de calidad exigidos por el mercado internacional. En esta etapa de acopio del cacao podemos mencionar que existe mucha informalidad porque el comprador engaña con el peso, paga lo que quiere por el producto final, no paga impuestos y mezcla un cacao de mala calidad con otros de buena calidad adulterando de esta manera los lotes de cacao certificado y orgánico.

**b. Modelo con la participación de cooperativas**

Central Café y Cacao del Perú (2010), Menciona que el cooperativismo fue una respuesta pacífica al problema de la pobreza generada por la revolución industrial, los primeros cooperativistas definieron los principios y las características de este movimiento, esto ayudó a cimentar las bases del cooperativismo en el mundo.

Toda cooperativa ha pasado por momentos críticos y cuando esto sucede los asociados suelen reaccionar contra los dirigentes, pues ellos son los responsables de dirigir políticamente la organización, por ese motivo es importante que todo líder dirigencial conozca la situación social y política en la cual se encuentra la organización y sus asociados. Si conocemos la realidad política y social de la organización podremos analizar e identificar las ventajas y desventajas que tiene el tomar ciertas decisiones y acciones, por eso es importante que sepamos todo respecto al funcionamiento de la cooperativa.

El modelo cooperativo es solidario, se fundamenta en un profundo deseo por organizar la sociedad de una forma más justa y fraternal, reduciendo las diferencias de orden económico por medio de procedimientos

de propiedad comunitaria y trabajo colectivo, este modelo solidario tiene todas las herramientas tecnológicas, doctrinas, principios y valores humanos necesarios para competir con empresas privadas, nacionales e internacionales, en tanto genera inversión y puestos de trabajo.

En el Alto Huallaga existen muchas cooperativas cacaoteras exitosas y que para nuestro estudio fueron seleccionadas 10 organizaciones y son las siguientes:

**Tabla 4** Organizaciones productoras de cacao en el Alto Huallaga.

N	Organizaciones	Provincia	Región	Número de socios/familias	Certificación Orgánica	Comercio Justo
1	Cooperativa Agraria Cafetalera la Divisoria Ltda.	Leoncio Prado	Huánuco	825 familias	UTZ Orgánica	FLOCert
2	Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga Ltda.	Leoncio Prado	Huánuco	800 socios	UTZ Orgánica	FLOCert
3	Cooperativa Agroindustrial de Paraíso Ltda.	Paraíso	Huánuco	130 socios	UTZ Orgánica	FLOCert
4	Cooperativa agraria cacaotera ACOPAGRO Ltda.	Juanjuí	San Martín	2000 socios	UTZ Orgánica	FLOCert
5	Cooperativa Agroindustrial Tocache Ltda.	Tocache	San Martín	1000 socios	UTZ Orgánica	FLOCert
6	Cooperativa Agroindustrial ASPROC - NBT Ltda.	Tocache	San Martín	350 socios	UTZ Orgánica	FLOCert
7	Cooperativa Agroindustrial CP CACAO Tocache Ltda.	Tocache	San Martín	108 socios	UTZ Orgánica	FLOCert
8	Cooperativa Agroindustrial Cordillera Azul - Nuevo Progreso Ltda.	Nuevo Progreso	San Martín	125 socios	UTZ Orgánica	FLOCert
9	Asociación de Productores de cacao Nueva Visión	Pólvora	San Martín	46 familias	UTZ Orgánica	FLOCert
10	Cooperativa Agraria de Cacaoteros Tecnificados de Padre Abad - ACATPA Ltda.	Padre Abad	Ucayali	280 socios	UTZ Orgánica	FLOCert

Fuente: Elaboración Propia

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 REPRESENTACIÓN DE INSTRUMENTOS.

##### 4.1.1 FORMULARIO PARA LA VARIABLE ASOCIATIVIDAD ORGANIZACIONAL.

La variable asociatividad organizacional fue calculada en el rango entre 20 a 100, facilitando su conceptualización en la siguiente clasificación:

**Tabla 5** Categorización para la variable asociatividad.

BAREMO		NIVELES
20	46	C: Deficiente
47	73	B: Aceptable
74	100	A: Buena

Fuente: Elaboración propia.

Las dimensiones liderazgo asociativo y competencias del asociado fue calculada entre el rango de 10 a 50, facilitando su conceptualización en la siguiente clasificación:

**Tabla 6** Categorización para las dimensiones liderazgo asociativo y competencias del asociado.

BAREMO		NIVELES
10	23	C: Deficiente
24	37	B: Aceptable
38	50	A: Buena

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.2 FORMULARIO PARA LA VARIABLE COMERCIALIZACIÓN.

La variable comercialización se calculó entre el rango de 14 a 70, facilitando su conceptualización en la siguiente clasificación:

**Tabla 7** Categorización de la variable comercialización.

BAREMO		NIVELES
14	32	C: Deficiente
23	51	B: Aceptable
52	70	A: Buena

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2 ESQUEMA DE EXPLICACION DE LA RELACIÓN ENTRE VARIABLES.

El siguiente esquema está clasificado en categorías, tienen por finalidad explicar la magnitud de guardar relación que existe entre las variables y dimensiones.

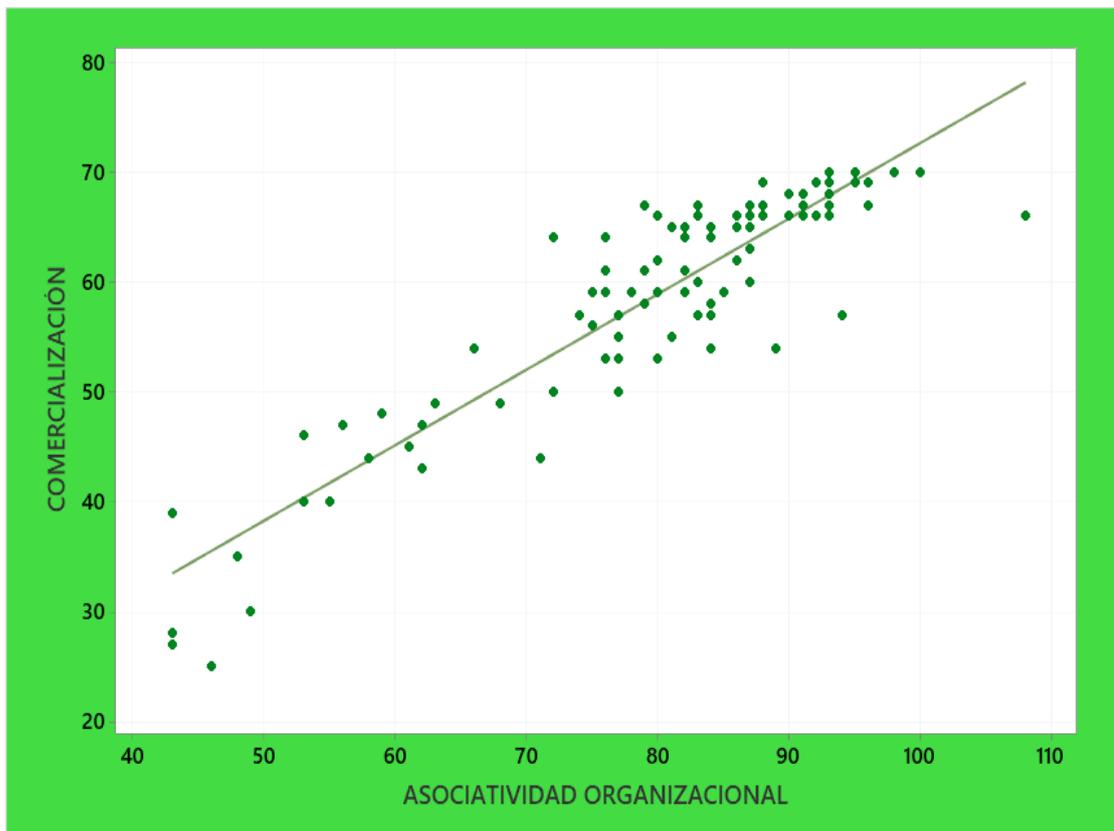
**Tabla 8** Intervalos de correlación.

ESCALA	CATEGORÍA
$r = 1$	Correlación perfecta
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r \leq 0,89$	Correlación alta
$0,60 \leq r \leq 0,69$	Correlación aceptable
$0,40 \leq r \leq 0,59$	Correlación moderada
$0,30 \leq r \leq 0,39$	Correlación baja
$0,10 \leq r \leq 0,29$	Correlación muy baja
$0,01 \leq r \leq 0,09$	Correlación despreciable
$r = 0$	Correlación nula
$-1 \leq r \leq 1$	Correlación negativa

Fuente: Córdova I. (2018). El proyecto de investigación cuantitativa.

### 4.3 RESULTADOS POR OBJETIVOS.

#### 4.3.1 RESULTADO PARA EL OBJETIVO GENERAL.



**Figura 1** Asociatividad organizacional y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.

Se muestra como resultado una correlación alta (tal como indica la tabla de categorías) entre asociatividad organizacional y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga en el año 2019.

La consistencia de la incidencia entre las variables asociatividad organizacional y comercialización se puede apreciar en la aproximación de los puntos establecidos en la línea que muestra la figura 1.

Del mismo modo, se observa que la relación de las variables es de comportamiento positivo, significando que a mayor nivel de asociatividad organizacional le pertenece mayor nivel de comercialización del cacao.

Para determinar el valor de probabilidad entre las variables asociatividad organizacional y comercialización se hará uso del test Rho de Spearman aplicando la prueba de hipótesis general.

### Ensayo de hipótesis general

#### Elaboración de hipótesis

**H0** No presenta relación considerable entre la asociatividad organizacional y la comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.

**H1** Existe relación significativa entre la asociatividad organizacional y la comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.

**Nivel de significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Tabla 9** Correlación de la variable asociatividad organizacional y comercialización.

Variables:		Asociatividad organizacional	Comercialización
Rho de Spearman	Asociatividad organizacional		
	Coeficiente de correlación	1,000	,844**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	100	100
	Comercialización		
	Coeficiente de correlación	,844**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	100	100

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

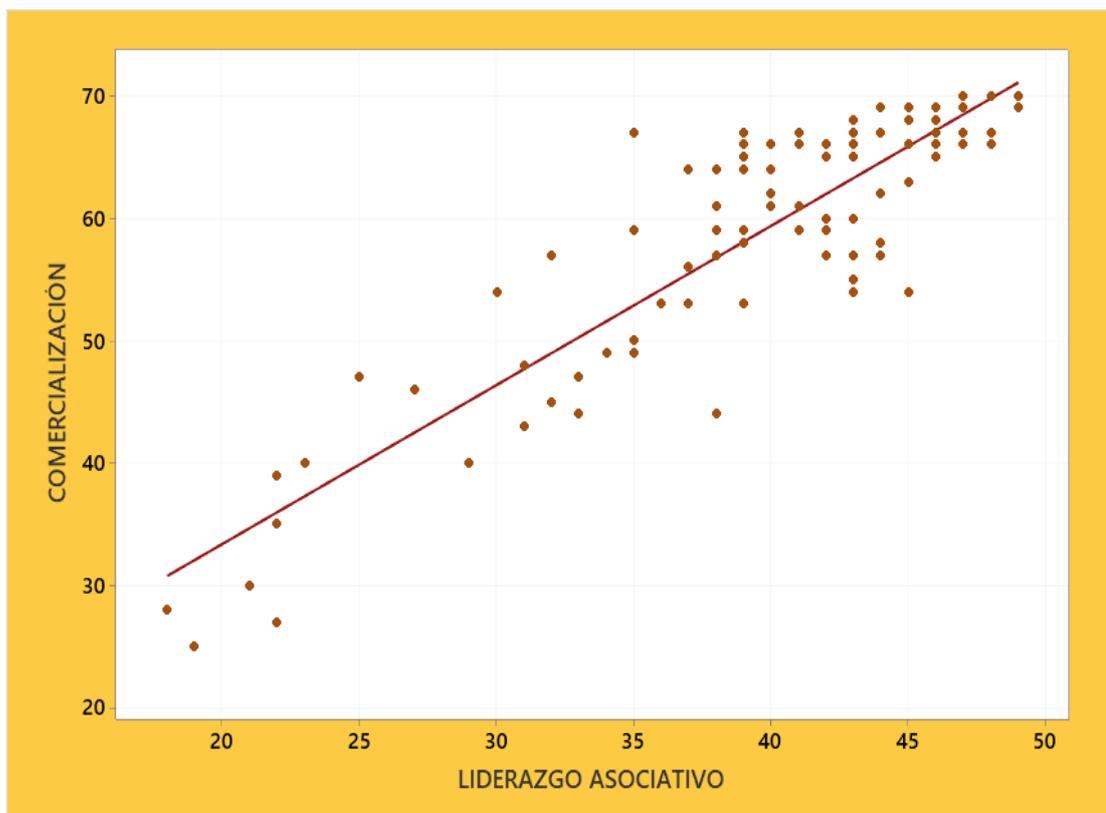
P = 0,000 Sig. (Bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

#### Decisión y conclusión:

Se concluye que el valor de probabilidad  $P = 0,000$  es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se descarta la hipótesis nula y se toma en cuenta la hipótesis de investigación. Esto nos faculta determinar que para un 95% de confianza si existe una relación significativa entre asociatividad organizacional y comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.

#### 4.3.2 RESULTADO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 1.



**Figura 2** Relación del liderazgo asociativo y comercialización del cacao.

El resultado que se aprecia indica que existe una relación alta (conforme a la tabla de categorías) entre las mencionadas variables: liderazgo asociativo y comercialización del cacao del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga en el año 2019.

La consistencia de la relación entre las mencionadas variables liderazgo asociativo y comercialización, se aprecia en la aproximación de casi la mayoría de los puntos respecto a la recta que se observa en la figura 2.

Por otro lado, se puede apreciar que la relación entre las mencionadas variables es de comportamiento positivo, significando que a mayor nivel de liderazgo asociativo le tocaría mayor nivel de comercialización del cacao.

Para determinar el valor de probabilidad entre las variables liderazgo asociativo y la comercialización se hará uso del test Rho de Spearman aplicando la valoración para la hipótesis específica 1.

### Valoración de la hipótesis específica 1.

#### Representación de la hipótesis.

**Ho** No se aprecia una relación significativa para las variables liderazgo asociativo y comercialización del cacao, en las cooperativas del alto Huallaga.

**H1** Existe relación significativa entre liderazgo asociativo y comercialización del cacao, en las cooperativas del alto Huallaga.

**Grado de significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Tabla 10** Correlación de la dimensión liderazgo asociativo y comercialización.

Dimensión/Variable		Comercialización	Liderazgo asociativo
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,784**
	Comercialización		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	100	100
	Liderazgo asociativo		
	Coefficiente de correlación	,784**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	100	100

\*\* La Relación es significativa en el nivel 0,01 (Correlativo).

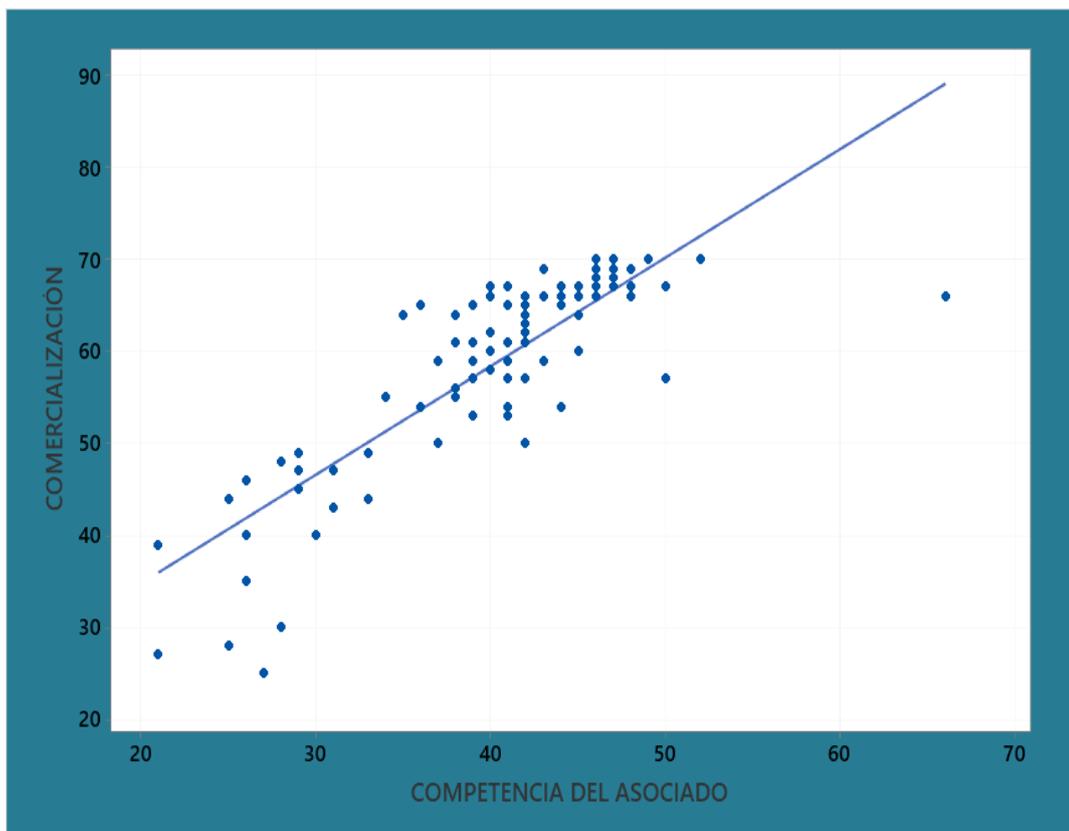
P = 0,000 Sign. (Correlativo)

Fuente: Elaboración propia.

#### **Se concluye que:**

El valor de probabilidad  $P = 0,000$  es inferior que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; por lo tanto, se descarta la hipótesis nula y se admite la hipótesis en estudio, lo que nos permite llegar a la conclusión que para un 95% de confianza existe una relación valiosa con respecto al liderazgo asociativo y comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.

### 4.3.3 RESULTADO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 2



**Figura 3** Relación de las competencias del asociado y comercialización del cacao.

El producto que se aprecia nos indica que existe una relación elevada (conforme a la tabla de categorías) con respecto a las competencias del asociado y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga en el año 2019.

La consistencia de la incidencia entre las variables competencias del asociado y comercialización se aprecia en la aproximación de la mayoría de los puntos con respecto a la recta lineal que se observa en la figura 3.

También se puede apreciar que la vinculación entre las variables es de comportamiento positivo, lo que significa que a mayor nivel de competencias del asociado le toca mayor nivel de comercialización del cacao.

Para determinar el valor de probabilidad entre las variables competencias del asociado y la comercialización se hará uso del test Rho de Spearman aplicando la valoración para la hipótesis específica 2.

### Prueba para hipótesis específica 2.

#### Planteamiento de hipótesis.

**H0** No hay relación significativa a través de las competencias del asociado y comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.

**H1** Si existe relación significativa a través de las competencias del asociado y comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.

**Grado de significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Tabla 11** Correlación de la dimensión competencias del asociado y comercialización del cacao.

Dimensión/Variable		Competencias del asociado	Comercialización
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,819**
	Competencias del asociado		
	Sig. (mutuo)	.	,000
	N	100	100
	Coefficiente de correlación	,819**	1,000
	Comercialización		
	Sig. (mutuo)	,000	.
	N	100	100

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (mutuo).

P = 0,000 Significancia. (Mutuo)

Fuente: Elaboración propia.

#### Conclusión:

La valoración de la probabilidad  $P = 0,000$  es inferior que el grado de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se descarta la hipótesis invalida y se elige la hipótesis de investigación, Esto admite llegar a la conclusión que para un 95% de confianza existe la influencia significativa entre las competencias del asociado y comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.

## CAPÍTULO IV

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

- **De los resultados obtenidos para el objetivo general se observa en la figura 1 y tabla 9,** se interpreta que: Entre la Asociatividad Organizacional y la comercialización se observa un factor de relación elevada ( $r = 0,844$ ) significando la existencia de una relación entre las variables asociatividad organizacional y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga.

También se puede observar que la dirección de relación tiene un comportamiento positivo, lo que significa que a mayor nivel de asociatividad organizacional le corresponde mayor nivel de comercialización. Por otro lado, de acuerdo con los resultados de la posibilidad  $P = 0,000$  es mínimo que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se niega la hipótesis nula y se admite la hipótesis de indagación, esto nos admite determinar que para un 95 % de seguridad, existe una relación representativa entre la asociatividad organizacional y la comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga para el año 2019.

- **De acuerdo a los resultados obtenidos con respecto al objetivo específico 1, se observa en la figura 2 y tabla 10,** se obtiene una relación elevada  $r = 0,784$  en las variables liderazgo asociativo y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga para el año 2019, la consistencia de la incidencia entre las variables liderazgo asociativo y comercialización se aprecia en el acercamiento de los vértices con respecto a la recta que se observa en el figura 2, a si mismo se puede observar que la correlación de las variables es positiva, lo que significa que a mayor nivel de liderazgo asociativo le corresponde mayor nivel de comercialización del cacao; así mismo la valoración de la posibilidad  $P = 0,000$  es mínimo al nivel de

significancia  $\alpha = 0,05$  ; se descarta la hipótesis nula y se admite la hipótesis de averiguación, esto da lugar determinar que para un 95 % de confianza se encuentra una relación aceptable entre liderazgo asociativo y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga para el año 2019.

- **De acuerdo a los resultados alcanzados para los objetivos específico 2, se observa en la figura 3 y tabla 11**, se aprecia una relación elevada  $r = 0,819$  entre las variables competencias del asociado y comercialización del cacao apreciándose en la figura 3; que la consistencia de la incidencia entre las variables competencias del asociado y la comercialización se aprecia el acercamiento de los puntos respecto al comportamiento de la línea, así mismo se aprecia que la correlación entre las variables es de comportamiento positiva, lo que quiere decir que ha mayor nivel de competencias del asociado le pertenece mayor incremento de comercialización del cacao. Así mismo el valor de probabilidad  $P = 0,000$  es mínimo al nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se descarta siendo la hipótesis nula considerándose la hipótesis de averiguación, permitiendo concluir para un 95 % de confianza existe una relación significativa entre competencias del asociado y comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga para el año 2019.

## CONCLUSIONES

La conclusión principal de la investigación radica en que después de desarrollar el ensayo de hipótesis total con la prueba Rho de Spearman para un nivel significativo de 0,05 se concluye que hay una relación significativa entre asociatividad organizacional y comercialización del cacao, para las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga en el año 2019. A sí mismo en función a los resultados de los objetivos específicos obtenidos del presente estudio se ha llegado a las siguientes conclusiones:

### **OBJETIVO ESPECIFICO 1: Establecer la incidencia que se guarda entre liderazgo asociativo y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.**

1. Después de haber llevado a cabo la prueba de hipótesis específica 1 con el test Rho de Spearman para un parámetro de significancia de 0,05 se concluye que, hay una correlación significativa a través del liderazgo asociativo y comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga en el año 2019.
2. El liderazgo en una organización cimentada y conformada por socios activos, que trabajan en equipos de manera consolidada a fin de obtener resultados satisfactorios, es por eso hoy en día la importancia de las cooperativas de trabajar en asociatividad.
3. Una organización como las Cooperativas agrarias de cacao tendrá buenos resultados y beneficios para sus asociados si su táctica se fundamenta en la motivación, efectividad y la innovación. Las utilidades aumentaran las comisiones para la organización obteniéndose una ganancia equitativa para sus asociados.
4. En una cooperativa la mayoría de los asociados se conocen por el tiempo que vienen laborando de la mano por su organización, estas acciones de convivencia darán lugar a la confianza plena y respeto entre los asociados.

### **OBJETIVO ESPECIFICO 2: Establecer la incidencia que existe entre competencias del asociado y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.**

1. Después de desarrollar nuestra prueba de hipótesis para el objetivo específico 2. Con la prueba Rho de Spearman para un valor de significancia de 0,05 determinamos la existencia de una correlación significativa en las competencias del asociado y la comercialización del cacao, en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga en el año 2019.
2. Los cacaoteros que conforman una organización manifiestan que al asociarse podrán mejorar los precios por sus productos y están conformes al formar parte de una cooperativa, ya que trabajar de forma independiente no tienen resultados satisfactorios como mejorar sus ingresos y calidad de vida para sus familias.
3. El asociativismo es una táctica, que da lugar al trabajo colectivo conformando cooperativas a fin de acceder a los mercados internacionales a través de la producción y comercialización del cacao.
4. Finalmente, concluimos que, las cooperativas en estudio cuentan con las condiciones sociales e institucionales como los medios de comercialización y producción, escenarios necesarios para que puedan actuar de manera organizada y fomentar un proceso asociativo, para poder solventar necesidades socio-económicas y ambientales.

## RECOMENDACIONES

En base a los resultados y conclusiones obtenidos en el presente trabajo recomendamos lo siguiente:

1. Se recomienda de manera general, que le demos la debida importancia a la asociatividad a fin de promover el asociacionismo como mecanismo para integrar mayor número de productores cacaoteros.
2. Se recomienda a las cooperativas continuar desarrollando acciones de articulación comercial en busca de una mejor calidad de vida y al mismo tiempo ser un engranaje importante en la dinámica económica de la cadena de valor del cacao.
3. Recomendar a las organizaciones, estrechar vínculos afectivos a largo plazo que logren la confianza, reciprocidad y solidaridad entre los socios, lo cual deriva en relaciones efectivas que mejoran el bienestar general de la sociedad.
4. Recomendar a las instituciones del estado y programas nacionales cambiar las estrategias de apoyo social, es decir que en lugar de otorgarles dinero en efectivo a los productores de cacao, facilitemos el paquete tecnológico de producción, pos cosecha y comercialización.
5. Recomendar a los productores cacaoteros cumplir con los deberes y obligaciones establecidos por los estatutos de la Cooperativa que deberán estar claros y aprobados por los socios, de esta forma cualquier incumplimiento de los estatutos se procederá aplicar las sanciones que corresponden.

6. Sobre el tema de la asociatividad organizacional y su relación con la comercialización del cacao, consideramos que es importante que se realicen investigaciones a fin de encontrar mejores estrategias que mejoren y fortalezcan las cooperativas cacaoteras.
7. Se recomienda profundizar trabajos de investigación que articulen las diferentes ideologías que trabajen sobre asociatividad con cohesión social, capital social y desarrollo local.
8. De acuerdo con las competencias asociativas, se recomienda a las autoridades de las cooperativas, fomentar la labor confiable, es decir aplicar un paquete tecnológico de calidad desde la producción hasta la comercialización cumpliendo las normativas ambientales.
9. Se recomienda a las instituciones del estado y Empresas Privadas apoyar a las organizaciones con paquetes tecnológicos, talleres de capacitación, infraestructura con módulos de beneficio y secado a fin de mejorar la calidad del grano de cacao orgánico - convencional y obtener mayores ingresos haciéndoles competitivos en el mercado nacional e internacional.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alianza Cacao Perú (2013). *Cacao fino y de aroma, inclusivo, sostenible y competitivo*. Lima: ACP.
- Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (2012). *Transforming Communities, Transforming Lives. USAID/Perú Alternative Development Program III, Final Report*. Lima: Perú Alternative Development Programa (PDA III), USAID/Perú.
- Central Café y Cacao del Perú (2010). *Reglamentación Cooperativas – Escuela de Líderes Cooperativistas Agrarios. Módulo 2*, (2ª ed.). Lima: Editorial Julia Corzo García.
- Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (2013). *Alianza Cacao Perú instalará 27 mil nuevas hectáreas de cacao al 2016*. <http://www.devida.gob.pe/en/2013/04/alianza-cacao-peru-instalara-27-mil-nuevas-hectareas-de-cacao-al-2016/>.
- Cooperativa ACOPAGRO. (2013), *Nuestro cacao*. <http://archive-e.com/page/3577883/2014-01-23/http://www.acopagro.com.pe/index.php/nuestro-cacao>.
- Díaz, C., & Willems, C. (2019). *Lineas Base del Sector Cafe en el Perú*. <https://www.undp.org/es/peru/publications/linea-de-base-del-sector-cafe-en-el-peru>
- Estela, V. & Christie, M. (2012). *El caso de la Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (Coopain): expresión de biocomercio en el Perú* [Tesis para optar el grado de Maestro, Pontificia Universidad Católica del Perú] Escuela de Posgrado.
- García, I. (2007). *Guía de campo. Identificación de cultivares de cacao*. Tarapoto, San Martín: Universidad Agraria de la Selva.
- González, A. (2018). Asociatividad y desarrollo económico de los productores de cacao. *Killana Sociales: Revista de Investigación Científica*, 2. 49-56.
- Instituto nacional de investigación agropecuaria (2015). *La cadena Valor del cacao en América Latina y el Caribe*. editor Hugo Sánchez.
- Lachenaud, P. (1997). Genetic/Taxonomic structuring of the *Theobroma cacao* L. species- Fresh hypothesis. *INGENIC Newsletter*, 3, 10-11.
- La serna, J. (2012), *De golondrinos y enganches a empresarios exportadores. Historia del café y el cooperativismo cafetalero en la selva central peruana*. Lima: Junta Nacional del Café.
- Liendo, M. Y Martínez, A. (2001), Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES. *Universidad Nacional de*

*Rosario. Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística, 311-319*

Ministerio de Agricultura y Riego. (2003). *Caracterización de las zonas cafetaleras del Perú*. Programa para el Desarrollo de la Amazonía. Ministerio de Agricultura

Ministerio de Agricultura y Riego (2011) *Ampliación y desarrollo de capacidades para incrementar la productividad y mejorar el grano del cultivo de cacao orgánico, distrito de Nuevo Progreso – Tocache – San Martín*. MINAGRI

Mogrovejo, R., Vanhuynegem, P. & Vásquez, M. (2012). *Visión panorámica del sector cooperativo en el Perú. El renacimiento de un modelo*. La Paz: Oficina de la OIT para los Países Andinos.

Organización y fortalecimiento organizacional de productores (2005). *Acción Colectiva y Mejora en las Condiciones de Vida de Poblaciones Rurales*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <http://repiica.iica.int/docs/B0370E/B0370E.PDF>

Bamber, P. Y Fernández, K. (2018), *Mejora en la cadena de valor del cacao orgánico en Perú*. Fondo Multilateral de Inversiones.

Marca Perú. (2018). San Martín la primera región productora de cacao en el Perú. <https://peru.info/es-pe/gastronomia/noticias/2/13/cacao-de-san-martin-brilla-en-el-exterior>

Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú. (2018). MINAGRI: Productores de Huánuco exportaron 2 mil toneladas de cacao. <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/minagri-productores-de-huanuco-exportaron-2-mil-toneladas-de-cacao-organico-europa/>

# ANEXOS

**ANEXO 1: Fichas de Validación aplicada al experto 1. Dr. Isaac Córdova Cerrón**

**FICHA PARA VALIDACIÓN: 1**

**INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS**

**INTRODUCCIÓN**

El presente instrumento pretende medir la calidad de un instrumento de recolección de datos a través del juicio de un experto en investigación, estadística o en la variable sujeta a medición.

**REFERENCIA**

1	Experto	Dr. Isaac Córdova Baldeón
2	Especialidad	Licenciado en Ciencias de la Educación
3	Cargo actual	Docente
4	Grado académico	Doctor en Ciencias de la Educación
5	Institución donde labora	Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión - Tarma
6	Instrumento	Cuestionario sobre asociatividad organizacional
7	Lugar y fecha	Lima, 7 de mayo del 2021

**TABLA DE VALORACIÓN**

N.º	INDICADORES	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
01	Operacionalización de la variable	x					
02	Pertinencia de reactivos		x				
03	Suficiencia de reactivos para medir la variable	x					
04	Basado en aspectos teóricos de la variable		x				
05	Expresado en hechos perceptibles		x				
06	Adecuado para los sujetos en estudio		x				
07	Formulado con lenguaje apropiado			x			
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		x				
09	Secuencia lógica		x				
10	Calidad de instrucciones		x				
	<b>TOTAL</b>	10	28	3			

Coefficiente de valoración porcentual  $C = 82\%$

**OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES:**

Todas las observaciones fueron levantadas, en tal sentido sugiero su aplicación

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL A. CARRIÓN  
  
 Dr. ISAAC S. CORDOVA BALDEÓN  
 CPPe 1404085870

## ANEXO 2: Fichas de Validación aplicada al experto 2. Mgs. Wuelber Joel Torres Suarez

### FICHA PARA VALIDACIÓN: 1

#### INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS

#### INTRODUCCIÓN

El presente instrumento pretende medir la calidad de un instrumento de recolección de datos a través del juicio de un experto en investigación, estadística o en la variable sujeta a medición.

#### REFERENCIA

1	Experto	WUELBER JOEL TORRES SUAREZ
2	Especialidad	INDUSTRIAS ALIMENTARIAS
3	Cargo actual	DIRECTOR DE ESCUELA INDUSTRIAS ALIMENTARIAS
4	Grado académico	MAGISTER SCIENTIAE EN TECNOLOGIA DE ALIMENTOS
5	Institución donde labora	UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION
6	Instrumento	CUESTIONARIO SOBRE ASOCIATIVIDAD ORGANIACIONAL
7	Lugar y fecha	HUANUCO 06 DE MAYO DEL 2021

#### TABLA DE VALORACIÓN

N.º	INDICADORES	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
01	Operacionalización de la variable		X				
02	Pertinencia de reactivos	X					
03	Suficiencia de reactivos para medir la variable		X				
04	Basado en aspectos teóricos de la variable	X					
05	Expresado en hechos perceptibles			X			
06	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
07	Formulado con lenguaje apropiado		X				
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	X					
09	Secuencia lógica		X				
10	Calidad de instrucciones	X					
	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>3</b>			

Coefficiente de valoración porcentual **C = 88%**.

OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES: Ninguno



UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION  
 E.E.F. INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
 MSc. Wuelber Joel Torres Suarez  
 DIRECTOR (e)

### ANEXO 3: Fichas de Validación aplicada al experto 3. Dr. Max Jhon Zavala Solorzano

#### FICHA PARA VALIDACIÓN: 1

#### INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS

#### INTRODUCCIÓN

El presente instrumento pretende medir la calidad de un instrumento de recolección de datos a través del juicio de un experto en investigación, estadística o en la variable sujeta a medición.

#### REFERENCIA

1	Experto	Max Jhon Zavala Solorzano
2	Especialidad	Desarrollo Rural y Medio Ambiente
3	Cargo actual	Gerente General / Responsable Ambiental
4	Grado académico	Dr. Ingeniería Ambiental
5	Institución donde labora	ECS AMAZONICO PERU / AGRORURAL
6	Instrumento	Actividad Organizacional
7	Lugar y fecha	06/05/21

#### TABLA DE VALORACIÓN

N°	Indicadores						
01	Operacionalización de la variable		X				
02	Pertinencia de reactivos	X					
03	Suficiencia de reactivos para medir la variable		X				
04	Basado en aspectos teóricos de la variable	X					
05	Expresado en hechos perceptibles			X			
06	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
07	Formulado con lenguaje apropiado			X			
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	X					
09	Secuencia lógica		X				
10	Calidad de instrucciones	X					
	<b>TOTAL</b>						

Coefficiente de valoración porcentual  $C =$

86%

OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES:

Evaluar/recomendar otras  
técnicas innovadoras de liderazgo empresarial.

  
Dr. Max Zavala Solorzano  
DNI 21088161

**ANEXO 4: Encuestas de Instrumentos del trabajo de investigación “La asociatividad organizacional y la comercialización del cacao en las cooperativas cacaoteras del alto Huallaga – 2019”**

**Fecha de Aplicación:** .....

**Datos Personales del Socio:**

<b>1.Nombres y Apellidos del socio:</b>	
<b>2.Cooperativa a la que pertenece:</b>	

**CUESTIONARIO: 1**

ASOCIATIVIDAD ORGANIZACIONAL

**INTRODUCCIÓN**

El presente cuestionario tiene por finalidad calcular el grado de asociatividad en una organización en función a las manifestaciones del asociado que forman parte de una cooperativa.

**INSTRUCCIONES:**

- Trata de no demorarte en cada una de las afirmaciones planteadas, procurando contestar pensando asertivamente.
- Desarrolla todas las preguntas planteadas.
- El desarrollo de la encuesta es estrictamente personal.
- Desarrolle la encuesta con responsabilidad y claridad.
- El rellenado de la encuesta tiene un tiempo de 15 minutos como máximo.
- Para desarrollar cada pregunta tenga en cuenta la leyenda adjunta.

Siempre	A menudo	Pocas veces	Raras veces	Nunca
<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

**DESARROLLO:**

Nº	PREGUNTAS	RESPUESTA				
		5	4	3	2	1
1	¿Considera que los directivos contribuyen en el incremento de socios?					
2	¿Asiste a las capacitaciones y actualización programadas por su cooperativa?					

3	¿Considera Usted que los directivos solucionan sus quejas y conflictos?					
4	¿Considera Usted que los directivos hacen cumplir los estatutos de su cooperativa?					
5	¿Considera que su Cooperativa hizo realidad sus proyectos?					
6	¿Considera que su cooperativa es catalogada como una organización seria?					
7	¿Considera que las autoridades consiguen beneficios e ingresos para sus socios?					
8	¿Considera que los directivos mantienen una buena comunicación interna dentro de su organización?					
9	¿Considera que los directivos motivan a los asociados a permanecer en su cooperativa?					
10	¿Considera que los directivos administran bien los fondos de su cooperativa?					
11	¿Aplica tecnologías planteadas por su cooperativa para fortalecer los procesos productivos?					
12	¿Cumple adecuadamente con los procedimientos de la cosecha y el beneficio húmedo del cacao?					
13	¿Cumple con el procedimiento de las técnicas adecuadas recomendadas por su cooperativa para mejorar la productividad?					
14	¿Considera estar de acuerdo en incrementar sus áreas cultivables?					
15	¿Utiliza abonos orgánicos e insumos químicos que tienen autorización por las certificadoras?					
16	¿Cumple usted con los estándares de calidad de grano planteados por su cooperativa?					
17	¿Cumple usted con los aportes establecidos por su cooperativa para su buen funcionamiento?					
18	¿Asiste a las capacitaciones y actualizaciones que programa su cooperativa?					
19	¿Asiste a las reuniones convocadas por los directivos de su cooperativa?					
20	¿Cumple con los deberes emanadas por los estatutos de su cooperativa?					

## CUESTIONARIO: 2

### COMERCIALIZACION

#### INTRODUCCION:

El presente cuestionario tiene por finalidad calcular el grado de comercialización en una organización en función a las manifestaciones del asociado que forman parte de una cooperativa.

#### INSTRUCCIONES:

- Trata de no demorarte en cada una de las afirmaciones planteadas, procurando contestar pensando asertivamente.
- Desarrolla todas las preguntas planteadas.
- El desarrollo de la encuesta es estrictamente personal.
- Desarrolle la encuesta con responsabilidad y claridad.
- El rellenado de la encuesta tiene un tiempo de 15 minutos como máximo.
- Para desarrollar cada pregunta tenga en cuenta la leyenda adjunta.

Siempre	A menudo	Pocas veces	Raras veces	Nunca
<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

#### DESARROLLO:

Nº	PREGUNTAS	RESPUESTA				
		5	4	3	2	1
1	¿Cumplen los asociados con la entrega de toda su cosecha de cacao a su cooperativa?					
2	¿Cumplen los asociados con la mejora de las infraestructuras de módulos de beneficio del cacao?					
3	¿Cumplen los asociados con los estándares de calidad del producto final que exige el mercado internacional?					
4	¿Asisten los socios a las capacitaciones de actualización de Pos cosecha y Comercialización programadas por su cooperativa?					
5	¿Cuenta su cooperativa con movilidad para trasladar las cosechas de las fincas orgánicas a los centros de acopio?					
6	¿Considera que las exportaciones de cacao en grano con certificación orgánica en su cooperativa han aumentado?					

7	¿Considera que las exportaciones de cacao en grano con certificación de comercio justo en su cooperativa han mejorado?					
8	¿Participa su cooperativa con la exportación del grano de cacao hacia el mercado internacional?					
9	Considera que el factor: ¿Los precios internacionales mejoro la oferta exportable de cacao orgánico certificado en su cooperativa en el año 2020?					
10	Considera que el factor: ¿Las buenas prácticas comerciales mejora la oferta exportable de cacao orgánico certificado en su cooperativa en el año 2020?					
11	¿Considera que el factor: ¿Buen tratamiento de post cosecha mejoro la oferta exportable de cacao orgánico certificado en su cooperativa en el año 2020?					
12	¿Considera que el factor: ¿La buena capacidad de gestión ayudo a mejorar la oferta exportable de cacao orgánico certificado en su cooperativa en el año 2020?					
13	¿Considera que el factor: ¿Qué la mejora del rendimiento por hectárea ayudo a la oferta exportable de cacao orgánico certificado en su cooperativa en el año 2020?					
14	¿Considera que el factor: ¿Incremento de áreas certificadas del cultivo ayudo a la oferta exportable de cacao orgánico certificado en su cooperativa en el año 2020?					

***Muchas gracias***

**ANEXO 5.** Base de datos de las encuestas aplicadas a 100 productores de cacao orgánico en 10 organizaciones del Alto Huallaga. (10 Cooperativas en estudio)

Sujeto	V1: ASOCIATIVIDAD ORGANIZACIONAL						V2: COMERCIALIZACIÓN	
	V1: Asociatividad Org.		D1: Liderazgo		D2: Competencia			
	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel
1	87	Buena	45	Buena	42	Buena	63	Buena
2	82	Buena	40	Buena	42	Buena	64	Buena
3	58	Aceptable	33	Aceptable	25	Aceptable	44	Aceptable
4	89	Buena	45	Buena	44	Buena	54	Buena
5	83	Buena	41	Buena	42	Buena	66	Buena
6	88	Buena	45	Buena	43	Buena	66	Buena
7	72	Aceptable	37	Aceptable	35	Aceptable	64	Buena
8	108	Buena	42	Buena	66	Buena	66	Buena
9	90	Buena	46	Buena	44	Buena	66	Buena
10	72	Aceptable	35	Aceptable	37	Aceptable	50	Aceptable
11	43	Deficiente	18	Deficiente	25	Aceptable	28	Deficiente
12	95	Buena	47	Buena	48	Buena	69	Buena
13	68	Aceptable	35	Aceptable	33	Aceptable	49	Aceptable
14	87	Buena	41	Buena	46	Buena	67	Buena
15	94	Buena	44	Buena	50	Buena	57	Buena
16	63	Aceptable	34	Aceptable	29	Aceptable	49	Aceptable
17	88	Buena	45	Buena	43	Buena	69	Buena
18	75	Buena	38	Buena	37	Aceptable	59	Buena
19	63	Aceptable	34	Aceptable	29	Aceptable	49	Aceptable
20	93	Buena	48	Buena	45	Buena	67	Buena
21	61	Aceptable	32	Aceptable	29	Aceptable	45	Aceptable
22	92	Buena	48	Buena	44	Buena	66	Buena
23	87	Buena	43	Buena	44	Buena	67	Buena
24	56	Aceptable	25	Aceptable	31	Aceptable	47	Aceptable
25	83	Buena	39	Buena	44	Buena	66	Buena
26	91	Buena	45	Buena	46	Buena	68	Buena
27	62	Aceptable	33	Aceptable	29	Aceptable	47	Aceptable
28	82	Buena	46	Buena	36	Aceptable	65	Buena
29	93	Buena	46	Buena	47	Buena	69	Buena
30	62	Aceptable	31	Aceptable	31	Aceptable	43	Aceptable
31	91	Buena	43	Buena	48	Buena	66	Buena
32	88	Buena	43	Buena	45	Buena	66	Buena
33	91	Buena	44	Buena	47	Buena	67	Buena
34	76	Buena	38	Buena	38	Buena	64	Buena
35	59	Aceptable	31	Aceptable	28	Aceptable	48	Aceptable
36	88	Buena	47	Buena	41	Buena	67	Buena
37	79	Buena	39	Buena	40	Buena	67	Buena
38	76	Buena	38	Buena	38	Buena	61	Buena
39	93	Buena	47	Buena	46	Buena	70	Buena
40	92	Buena	44	Buena	48	Buena	69	Buena
41	83	Buena	35	Aceptable	48	Buena	67	Buena
42	81	Buena	42	Buena	39	Buena	65	Buena
43	83	Buena	41	Buena	42	Buena	66	Buena
44	46	Deficiente	19	Deficiente	27	Aceptable	25	Deficiente
45	81	Buena	39	Buena	42	Buena	65	Buena
46	82	Buena	41	Buena	41	Buena	61	Buena
47	93	Buena	46	Buena	47	Buena	68	Buena
48	90	Buena	43	Buena	47	Buena	68	Buena
49	80	Buena	40	Buena	40	Buena	66	Buena
50	49	Aceptable	21	Deficiente	28	Aceptable	30	Deficiente

51	93	Buena	47	Buena	46	Buena	66	Buena
52	92	Buena	46	Buena	46	Buena	69	Buena
53	98	Buena	49	Buena	49	Buena	70	Buena
54	95	Buena	48	Buena	47	Buena	70	Buena
55	96	Buena	46	Buena	50	Buena	67	Buena
56	53	Aceptable	23	Deficiente	30	Aceptable	40	Aceptable
57	84	Buena	43	Buena	41	Buena	65	Buena
58	87	Buena	42	Buena	45	Buena	66	Buena
59	100	Buena	48	Buena	52	Buena	70	Buena
60	87	Buena	42	Buena	45	Buena	60	Buena
61	78	Buena	39	Buena	39	Buena	59	Buena
62	86	Buena	42	Buena	44	Buena	65	Buena
63	87	Buena	43	Buena	44	Buena	65	Buena
64	96	Buena	49	Buena	47	Buena	69	Buena
65	43	Deficiente	22	Deficiente	21	Deficiente	39	Aceptable
66	84	Buena	43	Buena	41	Buena	54	Buena
67	55	Aceptable	29	Aceptable	26	Aceptable	40	Aceptable
68	81	Buena	43	Buena	38	Buena	55	Buena
69	77	Buena	43	Buena	34	Aceptable	55	Buena
70	80	Buena	39	Buena	41	Buena	53	Buena
71	85	Buena	42	Buena	43	Buena	59	Buena
72	71	Aceptable	38	Buena	33	Aceptable	44	Aceptable
73	76	Buena	37	Aceptable	39	Buena	53	Buena
74	80	Buena	39	Buena	41	Buena	53	Buena
75	43	Deficiente	22	Deficiente	21	Deficiente	27	Deficiente
76	66	Aceptable	30	Aceptable	36	Aceptable	54	Buena
77	74	Buena	32	Aceptable	42	Buena	57	Buena
78	77	Buena	36	Aceptable	41	Buena	53	Buena
79	84	Buena	43	Buena	41	Buena	57	Buena
80	75	Buena	37	Aceptable	38	Buena	56	Buena
81	83	Buena	42	Buena	41	Buena	57	Buena
82	83	Buena	43	Buena	40	Buena	60	Buena
83	77	Buena	35	Aceptable	42	Buena	50	Aceptable
84	48	Aceptable	22	Deficiente	26	Aceptable	35	Aceptable
85	77	Buena	38	Buena	39	Buena	57	Buena
86	79	Buena	39	Buena	40	Buena	58	Buena
87	83	Buena	43	Buena	40	Buena	60	Buena
88	87	Buena	42	Buena	45	Buena	60	Buena
89	53	Aceptable	27	Aceptable	26	Aceptable	46	Aceptable
90	76	Buena	35	Aceptable	41	Buena	59	Buena
91	79	Buena	40	Buena	39	Buena	61	Buena
92	82	Buena	41	Buena	41	Buena	59	Buena
93	80	Buena	41	Buena	39	Buena	59	Buena
94	80	Buena	40	Buena	40	Buena	62	Buena
95	86	Buena	44	Buena	42	Buena	62	Buena
96	84	Buena	39	Buena	45	Buena	64	Buena
97	85	Buena	42	Buena	43	Buena	59	Buena
98	82	Buena	40	Buena	42	Buena	61	Buena
99	84	Buena	44	Buena	40	Buena	58	Buena
100	86	Buena	43	Buena	43	Buena	66	Buena

## 5 ANEXO 6: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### “LA ASOCIATIVIDAD ORGANIZACIONAL Y LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO EN LAS COOPERATIVAS CACAOTERAS DEL ALTO HUALLAGA - 2019

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Problema General:</b>	<b>Objetivo General:</b>	<b>Hipótesis General:</b>			
¿Cómo incide la asociatividad organizacional y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga?	Establecer la incidencia que existe entre la asociatividad organizacional y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.	Existe incidencia significativa entre la asociatividad organizacional y la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del Alto Huallaga.	<b>X: VARIABLE INDEPENDIENTE:</b>	<b>X1: Liderazgo Asociativo</b>	X1.1: Número de productores asociados por organización y su incremento de socios.
					X1.2: Capacitación y actualización en fortalecimiento organizacional.
					X1.3: Resolución de quejas y conflictos entre asociados.
					X1.4: Hacer cumplir los estatutos de la organización.
					X1.5: Directivos logran beneficios económicos para sus asociados.
					X1.6: Directivos Administran bien los fondos de la organización.
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos Específicos:</b>	<b>Hipótesis Específicas:</b>			
1. ¿Cómo incide el liderazgo asociativo y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga?	1. Establecer la incidencia que existe entre liderazgo asociativo y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.	1. Existe incidencia significativa entre liderazgo asociativo y la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del Alto Huallaga.	<b>Asociatividad Organizacional</b>	<b>X2: Competencias del Asociado</b>	X2.1: Cumplimiento de los debidos procesos de producción.
					X2.2: Práctica de tecnologías para mejorar los procesos de beneficio.
					X2.3: Práctica de tecnologías para mejorar los rendimientos por hectárea.
					X2.4: Aumento de las áreas cultivables del asociado.
					X2.5: Uso de abonos orgánicos e insumos químicos autorizados por las certificadoras.
					X2.6: Cumplen con los deberes emanadas por los estatutos.
2. ¿Cómo incide las estrategias innovadoras de asociatividad y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga?	2. Establecer la incidencia que existe entre estrategias innovadoras de asociatividad y la comercialización del cacao en las Cooperativas cacaoteras del Alto Huallaga.	2. Existe incidencia significativa entre estrategias innovadoras de asociatividad y la comercialización del cacao, mejorando los niveles de ingresos del productor cacaotero en las Cooperativas del Alto Huallaga.	<b>Y: VARIABLE DEPENDIENTE:</b>	<b>Y1: Margen Comercial</b>	Y1.1: Cumplimiento de la entrega de toda la cosecha a su organización
					Y1.2: Mejoramiento de las infraestructuras de módulos de beneficio del cacao
					Y1.3: Cumplimiento de estándares de calidad que exige el mercado internacional
					Y1.4: Obtención de la certificación orgánica y comercio justo para el cacao
					Y1.5: Participación de la organización en el mercado nacional e internacional
					Y1.6: Participación a las capacitaciones de Pos cosecha y Comercialización.

**ANEXO 7: PANEL FOTOGRAFICO**

**VISTA 1:** Visita a la Cooperativa Agroindustria ASPROC-NBT LTDA a fin de recoger información comercial y conocer como está organizado.



**VISTA 2:** Visita a la Cooperativa Agroindustrial Tocache LTDA – CAT Tocache, a fin de recoger información comercial y conocer como está organizado



**VISTA 3:** Visita a la Cooperativa Agroindustrial CACAE Alto Huallaga LTDA, a fin de recoger información comercial y conocer como está organizado.



**VISTA 4:** Visita a la Cooperativa Agraria de cacao teros Tecnificados de Padre Abad – ACATPA, afín de recabar información comercial y conocer como está organizado.