



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**IMPLICANCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES DE CACAO DEL VALLE DE LA
CONVENCIÓN, QUILLABAMBACUSCO EN EL**

PERIODO 2019

PRESENTADA POR

DEYBY PEDRO FELIX OROZCO ROJAS

ASESORA

ALEJANDRINA GONZALES OCHOA

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**IMPLICANCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
DE CACAO DEL VALLE DE LA CONVENCIÓN, QUILLABAMBA-
CUSCO EN EL PERIODO 2019**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
DEYBY PEDRO FELIX OROZCO ROJAS**

**ASESORA:
DRA. ALEJANDRINA GONZALES OCHOA**

LIMA, PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico este trabajo especialmente a mis Padres que me formaron con sólidos valores éticos y buenos hábitos, que me enseñaron a nunca rendirme, porque gracias a sus enseñanzas y su apoyo incondicional, me ayudaron a alcanzar el logro de mis objetivos. A la Dra. Alejandrina Gonzales Ochoa que con su conocimiento y experiencia me guio a desarrollar un correcto trabajo de investigación, absolviendo mis consultas a través de las asesorías presenciales.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN.....	ix
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes de la investigación.....	1
1.1.1 Antecedentes nacionales	1
1.1.2 Antecedentes Internacionales	3
1.2 Bases teóricas.....	4
1.2.1 Asociatividad.....	4
1.2.1.1 Conceptualización de la Asociatividad.....	4
1.2.1.2 Proceso de asociatividad	6
1.2.1.3 Modelos de asociatividad.....	7
1.2.1.4 Dimensiones de asociatividad	8
1.2.2 Internacionalización	10
1.2.2.1 Conceptualización de internacionalización.....	10
1.2.2.2 Proceso de internacionalización.....	11
1.2.2.3 Teorías de internacionalización.....	13
1.2.2.4 Modelos de la internacionalización	13
1.2.2.5 Dimensiones de la internacionalización.....	16
1.3 Definición de términos básicos.....	20
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	22
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas	22
2.1.1 Hipótesis principal	22
2.1.2 Hipótesis derivadas.....	22
2.2 Variables y definición operacional.....	22
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	25
3.1 Diseño metodológico	25
3.2 Diseño muestral	27
3.2.1 Población	27

3.2.2 Muestra	28
3.3 Técnica de recolección de datos.....	28
3.3.1 Descripción del instrumento	29
3.3.2 Ficha técnica.....	30
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	32
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	34
4.1 Resultados descriptivos.....	34
4.2 Resultados de contrastación de hipótesis.....	37
4.2.1 Relación entre la empatía laboral y cooperación internacional.....	37
4.2.2 Relación entre el desempeño comercial y las funciones comerciales.....	39
4.2.3 Relación entre fortalecimiento de capacidades y desarrollo de negociación.....	40
4.2.4 Relación entre la asociatividad y la internacionalización.....	41
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	42
5.1. Discusión de resultados.....	42
5.1.1 Discusión de resultados de la hipótesis específica 1	42
5.1.2 Discusión de resultados de la hipótesis específica 2.....	43
5.1.3 Discusión de resultados de la hipótesis específica 3.....	43
5.1.4. Discusión de resultados de la hipótesis general	44
CONCLUSIONES.....	45
RECOMENDACIONES	46
FUENTES DE INFORMACIÓN	47
ANEXOS	53
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	54
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	56
ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS	58
ANEXO 4: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO ASOCIATIVIDAD.....	60
ANEXO 5: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO INTERNACIONALIZACIÓN .	64
ANEXO 6: VALIDEZ DE JUICIO DE EXPERTOS.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características del modelo Uppsala.....	15
Tabla 2: Operacionalización de la variable Asociatividad.....	23
Tabla 3: Operacionalización de la variable Internacionalización.....	24
Tabla 4: Productores que conforman la población.....	27
Tabla 5: Ficha técnica del cuestionario Asociatividad.....	30
Tabla 6: Ficha técnica del cuestionario Internacionalización.....	31
Tabla 7: Resultado según edad.....	34
Tabla 8: Resultado según grado de instrucción.....	35
Tabla 9: Resultado según género.....	36
Tabla 10: Resultado según nacionalidad.....	37
Tabla 11: Relación entre la empatía laboral y cooperación internacional.....	38
Tabla 12: Relación entre el desempeño comercial y las funciones comerciales	39
Tabla 13: Relación entre fortalecimiento de capacidades y desarrollo de negociación.....	40
Tabla 14: Relación entre la asociatividad y la internacionalización.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Proceso de asociatividad.....	6
Figura 2: Modelos de asociatividad.....	7
Figura 3: Pasos hacia la internacionalización.....	12
Figura 4: Flujograma de la cadena agro productiva de cacao en el Perú.....	19
Figura 5: Resultado según edad.....	34
Figura 6: Resultado según grado de instrucción.....	35
Figura 7: Resultado según género.....	36
Figura 8: Resultado según nacionalidad.....	37

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la implicancia de la asociatividad en la internacionalización de los pequeños productores de cacao del Valle de la Convención, Quillabamba-Cusco en el periodo 2019. El estudio se ha desarrollado bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de alcance descriptivo correlacional, compuesta por una muestra probabilística de 79 productores a los cuales se les aplicó dos cuestionarios, elaborados en función al modelo de internacionalización de Uppsala (2007) en la cual si una empresa desea ingresar a un país o mercado en concreto la decisión es únicamente de ellos; y en cuanto a la teoría de asociatividad de Beltrán (2002), las empresas buscan unirse con los pequeños productores de cacao con la finalidad de incrementar sus recursos y hacer que los productores puedan internacionalizar su cacao, no solo producir cacao sino establecer su propia marca de cacao.

La asociatividad se relaciona significativamente con la internacionalización, la empatía laboral tiene relación significativa con la cooperación internacional, el desempeño comercial no se relaciona significativamente con las funciones comerciales y el fortalecimiento de capacidades no tiene relación significativa con el desarrollo de negociación en los pequeños productores de cacao, quienes muestran interés en internacionalizar su producto al mercado nacional e internacional, lo cual es posible lograrlo con la ayuda de cooperativas y el Estado.

Palabras clave: Asociatividad para la internacionalización, exportación, adaptación a la globalización.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the implication of associativity in the internationalization of small cocoa producers in the Valle de la Convention, Quillabamba-Cusco in the period 2019. The study has been developed under a quantitative approach, with a non-experimental design, of correlational descriptive scope, composed of a probabilistic sample of 79 producers to which two questionnaires were applied, elaborated according to the internationalization model of Uppsala (2007) in which if a company wishes to enter a specific country or market the decision is solely theirs; As for the associativity theory of Beltran (2002), companies seek to unite with small cocoa producers in order to increase their resources and make producers internationalize their cocoa, not only produce cocoa but establish their own brand of cocoa.

Associativity is significantly related to internationalization, labor empathy is significantly related to international cooperation, business performance is not significantly related to business functions, and capacity building is not significantly related to the development of negotiation in small producers of cocoa, who show interest in internationalizing their product to the national and international market, which is possible to achieve with the help of cooperatives and the state.

Keywords: Associativity for internationalization, export, adaptation to globalization.

INTRODUCCIÓN

La globalización abarca todo tipo de exportaciones a nivel mundial, en el Perú el sector agroindustrial es un factor fundamental para el crecimiento económico del país. Debido a esta primera premisa, la presente investigación consiste en un estudio de la implicancia de la asociatividad en la internacionalización de los pequeños productores de cacao del Valle de la Convención, Quillabamba-Cusco en el periodo 2019.

Los pequeños productores que producen cacao orgánico desde su cosecha, presentaron un desconocimiento al exportar el producto. No obstante, pese a que los productores tienen la oportunidad de poder internacionalizar el cacao mediante empresas peruanas exportadoras, estos desconocen cómo iniciar el proceso.

Sin embargo, algunas de estas empresas dejan al olvido algunos sectores, donde se produce el cacao a una escala menor. Mayormente los productores impulsan el cacao, con la finalidad de que se pueda comercializar, no solo internamente sino fuera de su ciudad.

Minagri (2012), sostiene que el Perú es el segundo productor mundial de cacao orgánico, es una fuente de recursos naturales que alberga el 60% de las variedades de cacao que existen en el mundo, demostrando que nuestro País es poseedor de una gran diversidad y variabilidad genética.

La asociatividad como estrategia puede potenciar a la generación de una ventaja competitiva por parte de la empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos con otras empresas, con la finalidad de realizar una serie de actividades dentro de la cadena de valor del producto o servicio, que conduzcan a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados. Si los pequeños productores quieren establecer un precio fijo y realizar una internacionalización de su producto a otros países que les permita generar una rentabilidad, debe unirse o asociarse con empresas agroexportadoras.

Cabe resaltar que la investigación se realizó con la finalidad de promover la internacionalización comercial a través la asociatividad. Los pequeños productores de cacao en el Valle de la Convención-Cusco se verán beneficiados con el objetivo de asociarse con grandes productores para que puedan internacionalizar el producto y así contribuir al crecimiento del País.

Sin embargo, algunos pequeños productores de cacao tienen en mente seguir cosechando y vendiendo el producto internamente la cual esto no debe suceder. El cacao orgánico es un grano o semilla que se pueden transformar en producto final como es el chocolate, ya sea en barra, sachet o galletas.

Como consecuencia, por el desconocimiento del proceso de exportación a diferentes mercados, los pequeños productores de cacao necesitan planificar, establecer y ejecutar el proceso de producción para aumentar su productividad, y para esto es necesario la participación de una empresa exportadora o del estado.

El problema principal de la investigación fue: ¿En qué medida la asociatividad incide en la internacionalización de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cusco en el periodo 2019?

Se presentan los principales objetivos de la investigación, las cuales son:

1.1 Objetivo General

- Determinar la relación entre la asociatividad y la internacionalización de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.

1.2 Objetivo Específicos

- Determinar la relación entre la empatía laboral y la cooperación internacional de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.
- Determinar la relación significativa entre el desempeño comercial y las funciones comerciales de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.
- Determinar la relación significativa entre el fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de negociación de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.

El estudio se realizó a los pequeños productores de cacao en el Valle de la convención, Quillabamba-Cusco.

La investigación se llevó a cabo en un plazo aproximado de 4 meses dentro del presente año. Asimismo, se contó con recursos materiales y acceso a la población para la recopilación de datos, la cual se realizó mediante un cuestionario

estructurado, para tal fin que permita el análisis de la información y poder dar solución al problema de la investigación.

En cuanto a la limitación temporal que se presentaron durante el desarrollo de la investigación, no hubo ningún inconveniente, se tuvo que viajar a Cusco por 3 días, ya que para aplicar las encuestas a los productores de cacao en el valle de la Convención tuvo que ser por la mañana o por la tarde, porque siempre permanecen fuera de su domicilio, y se encuentran en sus cosechas. La duración de la encuesta fue aproximada de 2 horas, no se tuvo que sacar una cita para aplicar el instrumento.

En cuanto a la limitación espacial, la investigación hacia los pequeños productores de cacao se desarrolló en el valle de la Convención ubicada en la Provincia de La Convención, situada en el departamento del Cusco.

En cuanto a la limitación Teórica, debido a que no existían suficientes fuentes de información acerca de cómo algunos productores de cacao no pueden internacionalizar su producto, fue necesario ir personalmente para analizar la problemática y aplicar los instrumentos de investigación, finalmente in situ fue posible obtener información válida que se requería para sistematiza el propósito de la investigación.

La presente investigación se desarrolla bajo el enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, bajo un diseño descriptivo correlacional. Asimismo, la población total fue de 446 productores de cacao, a través de un muestreo probabilístico se seleccionó

a 79 productores de cacao, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 28 preguntas vía encuesta personal.

La presente investigación está compuesta por cinco capítulos, los cuales fueron desarrollados de la siguiente manera:

El primer capítulo es el marco teórico, en la cual se describe de manera detallada los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas que dan sustento a la presente investigación y la definición de términos básicos.

El segundo capítulo son las hipótesis y variables, se formularon la hipótesis principal y derivada, también se conceptualizaron las variables y su definición operacional respectiva.

El tercer capítulo abarca la metodología, la cual está compuesta por el diseño metodológico, diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, las técnicas estadísticas para el procesamiento de la información y los aspectos éticos.

El cuarto capítulo hace referencia a los resultados de la investigación a través del análisis descriptivo de la muestra, análisis de la contrastación de hipótesis y un análisis complementario.

El quinto capítulo se presenta la discusión de resultados, en la cual se comparan e interpretan los resultados, mediante los antecedentes y las bases

teóricas establecidas. A la vez ,se basa en la información recolectada en el trabajo de campo.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes nacionales

Loayza, M., y Maldonado, 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”* analizaron que los productores de cacao del Vraem presentan una cosecha a gran escala de producción de cacao, es decir casi la mitad de la producción total. Sin embargo, sus prácticas competitivas son débiles debido a que no ingresan a mercados donde el requerimiento sea más atractivo, y así desaprovechan los beneficios de la exportación.

En otro estudio Montes (2018). en su trabajo de investigación *“La asociatividad en los productores cacaoteros del VRAEM como estrategia de internacionalización”* sostuvo que los productores cacaoteros del VRAEM están sujetos cada vez más, a una mayor competencia, la cual indica que los pequeños productores deben enfrentar nuevos desafíos como la adaptación a la globalización, y para eso es necesario brindarle asesorías y los apoyos necesarios para que puedan lograr un efectivo proceso de internacionalización, y finalmente puedan consolidarse en los mercados internacionales.

Es fundamental mencionar que las empresas deberían ingresar a los sectores más pequeños del lugar, con la finalidad de obtener conocimiento de la cosecha y producción del cacao y así impulsar un desarrollo a gran escala que haga que los

pequeños productores no solo se estanquen, sino que puedan internacionalizar el cacao a diferentes países.

Valera, M., Gómez, M., y Aguirre, N. (2018). “*Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta industrial para la obtención de polvo de cacao a partir de la semilla de cacao (theobroma cacao l), en la región Loreto*”, mencionan que primero tienen que realizar una evaluación técnica, económica, financiera, legal y ambiental para que se determine si es factible poner una empresa industrial con la finalidad de obtener polvo de cacao con la semilla o granos.

Cabe precisar que realizaron un estudio de mercado y determinaron que existe una demanda insatisfecha de 2, 385,394 TM/año de polvo de cacao en la región de Loreto, distrito de san Juan Bautista, la cual es necesario invertir dinero para que el proyecto sea beneficioso, ya que esto ayudará a los pequeños productores trabajar a la par con la empresa.

Gil, D. (2019). “*Costos logísticos de las exportaciones de cacao de la Cooperativa Agraria Allima Cacao Limitada en el año 2017*”, afirma que el principal problema es el alto costo en la logística de exportación de cacao, los costos logísticos son desfavorables para la exportación, debido a que el costo total de transformación y comercialización alcanzó un valor de 1, 410,529.09 siendo superior al valor de venta proyectado que fue de 1, 375,828.60.

Sin embargo, esto motiva a las empresas exportadoras de cacao a seguir sacando diferentes costos logísticos con la finalidad de poder exportar cacao, para el beneficio de los pequeños productores de cacao.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

En el ámbito internacional, Gómez, C. y Zambrano, E. (2017). *“Propuesta de plan de negocio para comercializar en la ciudad de Guayaquil el nibs de cacao elaborado por la asociación de productores orgánicos de vinges apovinces de la provincia de los Ríos”*, realizan un estudio de una muestra probabilístico, ya que la información la obtuvieron mediante encuestas realizadas principalmente a personas que asisten a los gimnasios, con la finalidad que comercializar los nibs de cacao sea un ingreso económico muy alto a través de las ventas y así se pueda vender fuera de Guayaquil.

Esto nos demuestra que la producción de cacao orgánico en Quillabamba-Cusco es una fuente extraordinaria, no solo a nivel de aroma y sabor; sino también puede ser una entrada a diferentes objetivos en diferentes versiones.

En otro estudio, Mejillones y Jaime (2015). *“Exportación de cacao de aroma fino hacia el mercado de Shanghái”*, concluyen que para mejorar las exportaciones debe llevarse a cabo una observación detallada acerca de cómo impactar el producto en el mercado.

Este es una muestra para que los pequeños productores en Quillabamba analicen el mercado potencial a la cual desean entrar. Cuando se desea ingresar a diferentes nichos, la asociatividad es un factor muy importante, ya que hace que exista unión con diferentes empresas comercializadoras, es un ingreso económico muy beneficioso en concepto de ventas.

Torres & Rodríguez (2015). “Programa de transferencia de tecnología a los productores de cacao en Santander – Colombia”, en la cual afirmaron que esta práctica puede aumentar la producción a través de sistemas de monitoreo, y así puedan lo pequeños productores a internacionalizar el cacao, pero se observó una baja presencia debido a una baja estructura financiera.

En la tesis de Angel, J., Rivera, B. y Solis, G. (2016). “*Plan de exportación de cacao orgánico hacia el mercado de la unión europea. Caso ilustrativo Cáritas el Salvador*”, concluyen que “Con la identificación de las condiciones especiales de transporte del cacao, la extrema fragmentación de la tierra, desconocimiento del mercado y requerimiento de exportación; se llega a la conclusión que dichas circunstancias son debilidades que afectan a los productores locales, pero con la ayuda de empresas exportadoras que puedan apoyar intensamente a los pequeños productores, surge la iniciativa de hacerlo ingresar al ámbito internacional.

Esto se debe mayormente a que los productores que cosechan el cacao, desconocen todo el proceso de exportación.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Asociatividad

1.2.1.1 Conceptualización de la Asociatividad

La asociatividad permite trabajar juntos en una cadena productiva con la finalidad de optimizar los procesos, disminuir los costos y sincronizar la cadena productiva para el desarrollo de la competitividad, esto brinda una facilidad en la toma de decisiones. (Pérez y Múnera, 2007).

Por otro lado, la asociatividad empresarial se define como un proceso por el cual se consiguen resultados positivos en cuanto al concepto comercial, productivo y organizacional, esto se da mediante la relación de un grupo de empresas que realizan todos sus trabajos y procesos juntos. (Sánchez, Henao y Aristizábal, 2011).

Sin embargo, es fundamental precisar que la asociatividad entre empresas se define como una estrategia que busca sacar ventaja competitiva que hace que se incremente sus características, habilidades, conocimientos o recursos, con la finalidad de tener dominio y control. (Beltrán, 2002).

Esto nos indica que, mediante los procesos de producción, es importante verificar que las estrategias que utilizan otras empresas comercializadoras no afecten al crecimiento de estas, ya que las operaciones tienen que ser bien planificadas.

Guerrero (2006), afirmó “Una alianza estratégica permanente entre un grupo claramente definido de empresas independientes, que colaboran para alcanzar objetivos comunes orientados al desarrollo de la competitividad de los participantes” (p.9). Es importante indicar que, para que los pequeños productores de cacao en el valle de la convención-Cusco puedan incrementar sus ventas, deben tener claro su objetivo al momento de unirse o formar parte con una empresa exportadora. Esto con la finalidad de incrementar sus producciones y tener un alto desarrollo económico.

1.2.1.2 Proceso de asociatividad

Cabe mencionar que Mincetur (como se citó en Vegas, 2008) señala:

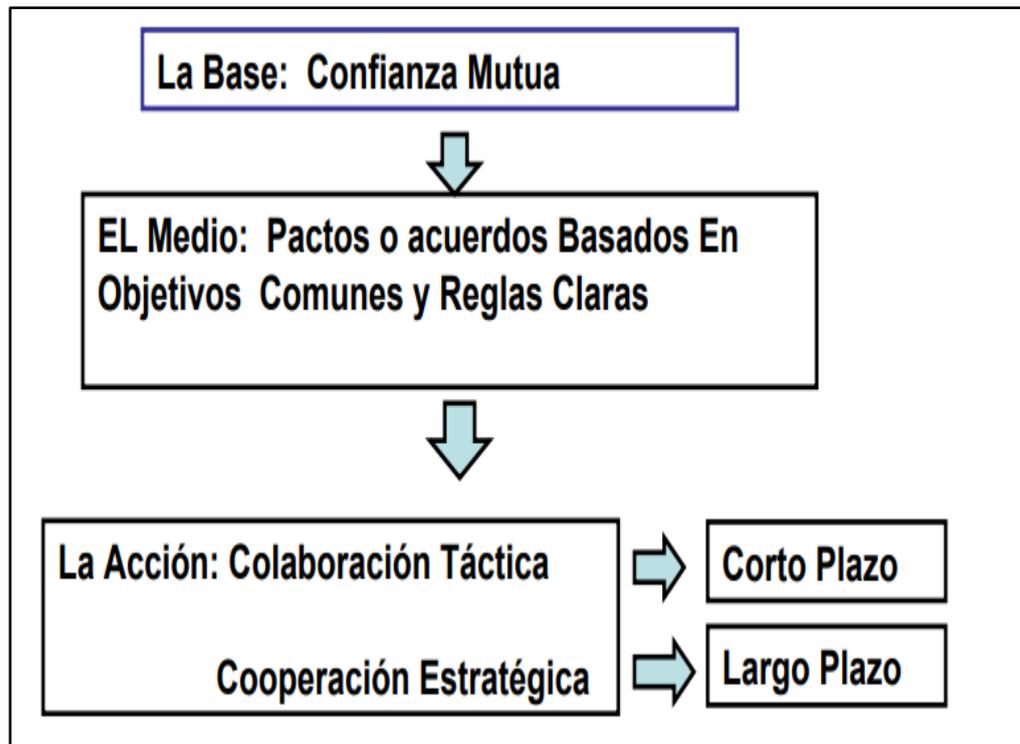


Figura 1: Proceso de Asociatividad
Fuente: Mincetur (2008)

Los objetivos comunes que pueden alcanzar cualquier MYPE o PYME deben ser satisfactorio, aplicando capacidades tácticas o estratégicas que puedan comercializar el cacao, no solo a un corto plazo sino a largo plazo.

1.2.1.3 Modelos de asociatividad

Existen tres formas de asociatividad entre las cuales podemos mencionar:

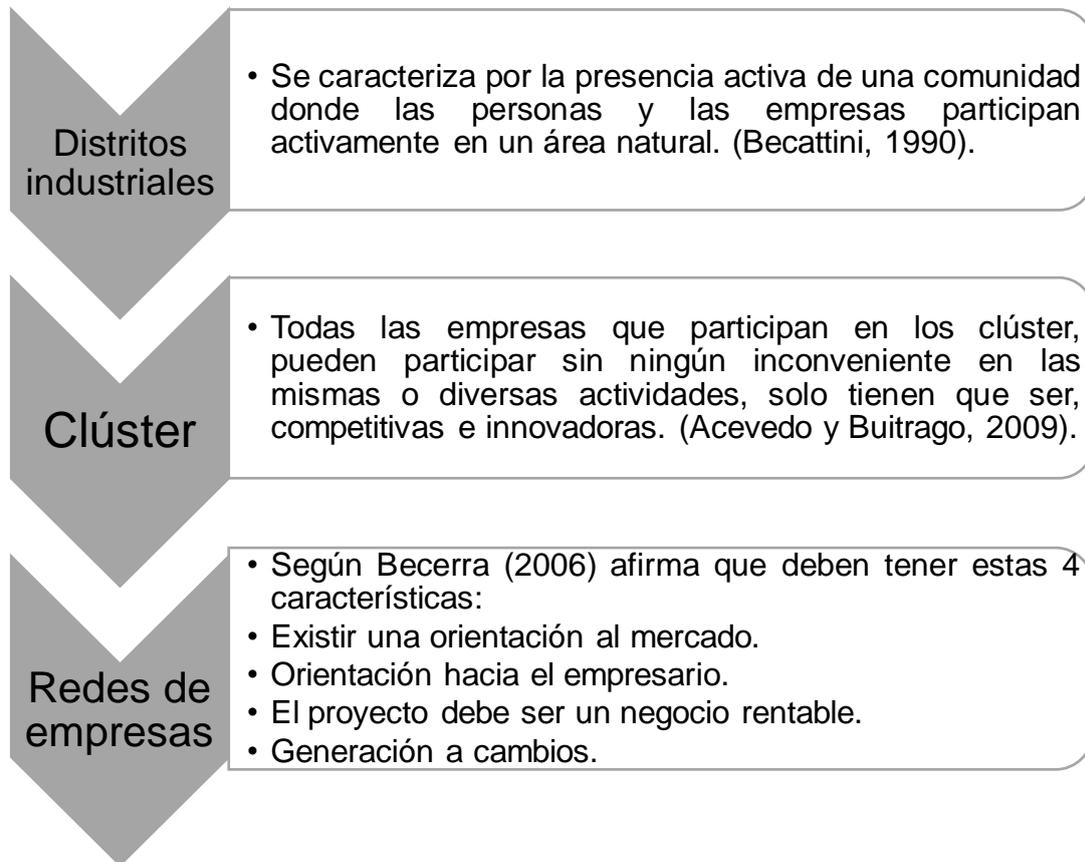


Figura 2: Modelos de asociatividad
Fuente: Elaboración Propia

Estos modelos demostraron la importancia de la asociatividad como factor que determina el camino estratégico empleado por la cooperación entre empresas o personas que participan activamente en el proceso, con la finalidad de generar cambios futuros que conlleve a un país estable y con manejo de conflictos que se generen en su entorno.

1.2.1.4 Dimensiones de asociatividad

➤ Empatía laboral

Con respecto a la empatía laboral, Gil (2000) sostiene que “Es una habilidad esencial en nuestras relaciones interpersonales” (p. 56).

Esto nos demuestra que es importante que los trabajadores de las organizaciones, mantengan una excelente comunicación que permita relacionarse con los demás, con habilidades de liderazgo y capacidad para trabajar en equipo.

Por otro lado, cabe precisar que la empatía puede comprender los estados emocionales de las personas mediante procesos cognitivos con la finalidad de comprender los esquemas del fenómeno. (Filippetti, 2012).

De acuerdo a lo señalado por el autor, es importante fomentarla en todos los lugares, en este caso los pequeños productores de cacao del Valle de la Convención-Cusco. Las personas, los ejecutivos o los responsables de equipos, deben comprenderse, ya que todos poseen la capacidad de poder hacerlo para que la asociación se encamine con un solo objetivo.

➤ Desempeño comercial

La evaluación de desempeño es fundamental, presenta un proceso de evaluación formal y sistemática que se aplica a una persona con la finalidad de observar cómo se desempeña en la organización a través de su puesto establecido. (Newstrom, 2007).

No obstante, el mismo autor Newstrom (2007) afirmó que llevar a cabo la evaluación del desempeño del empleado tiene cuatro razones básicas, las cuales se presentan a continuación:

- Alentar el buen comportamiento, o corregir y desalentar un desempeño por debajo del estándar.
- Satisfacer la curiosidad de los empleados sobre cómo están haciendo su trabajo.
- Dar una oportunidad para el desarrollo de las habilidades del empleado.
- Proveer una base firme para juicios posteriores relacionados con la carrera de un empleado.

Estos procesos tienen una gran importancia, si bien los pequeños productores de cacao van a tener la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente a través de cómo van conduciendo el proceso de internacionalizar su producto, también van a tener varias oportunidades de poder comercializar; con la asociatividad van a reforzar sus conocimientos en tema de expansión y crecimiento.

➤ **Fortalecimiento de capacidades**

El fortalecimiento de capacidades es el proceso a través del cual las personas, grupos y organizaciones, pueden mejorar sus habilidades o estrategias con el fin de desempeñar sus funciones y para alcanzar los resultados positivos. (Morgan, 1997).

En otros estudios sobre el fortalecimiento de capacidades, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2010), afirmó que 127 países, con un total de alrededor de 173 proyectos, participaron activamente en programas y proyectos sectoriales realizados por la FAO a través de 20

dependencias, con la finalidad de ayudar a los pequeños productores y cooperativas a que aumenten su productividad.

1.2.2 Internacionalización

1.2.2.1 Conceptualización de internacionalización

La internacionalización es el proceso por el cual una empresa proyecta, total o parcialmente sus actividades entorno a la globalización, generando flujos de diferentes tipos como comerciales, financieros y de conocimiento entre distintos países. (Araya, 2013).

Las empresas que desean ingresar a diferentes mercados internacionales deben analizar cómo va la situación en ese País, si es conveniente llegar o no llegar a ese destino, ya que toda empresa se debe adaptar a la globalización y así mejorar su productividad.

No obstante, la internacionalización debe ser una estrategia corporativa por parte de las empresas, en donde todos sus procesos productivos afecten gradualmente a las diferentes actividades de la cadena de valor, para que obtengan un entorno internacional, y su conocimiento sea aumentativo. (Villareal, 2005).

Por otra parte, el mercado internacional presenta nuevos desafíos y oportunidades para las empresas, donde la internacionalización tiene diferentes pasos y procesos, las cuales deben ser respetadas y estudiadas, también deben tomar conciencia de los factores cambiantes que pueda suceder, siendo una de las primeras actitudes de quien se dirige a la internacionalización. (Soares, 2008).

En sentido, del contexto los pequeños productores de cacao, presentan varias oportunidades de poder ingresar a diferentes mercados, tienen que tener la actitud de querer hacerlo, tienen que cumplir todo el proceso que se da para internacionalizar el producto.

1.2.2.2 Proceso de internacionalización

En otro contexto la internacionalización hace que las empresas puedan crecer o simplemente desaparecer, en la mayoría de las industrias, las empresas que sobreviven y prosperan en el próximo siglo serán globales, sin embargo, las empresas que no se adapten a la realidad o no cumplan con los desafíos en el tema de globalización, serán absorbidos por otros o simplemente desaparecen para siempre. (Keegan, 2006).

Esto demuestra que para comprender el proceso de internacionalización debe ser trabajado de una manera eficaz por parte de las empresas, donde su objetivo principal sea tener una mayor participación en los mercados internacionales. (Keegan, 2006).

Sin embargo, existen dos principales formas de ingresar al mercado internacional: A través de la exportación directa; la cual es la forma de comercializar un producto cuando el exportador lleva todo el proceso de exportación, desde un principio cuando el exportador se pone en contacto con el importador hasta la finalizar la transacción de venta. (Kotler, 2000).

La exportación indirecta; es aquella donde el fabricante o productor de un mercado nacional vende sus bienes a intermedios independientes para que estos exporten sus productos a diferentes mercados internacionales. (Kotler, 2000).

Por otro lado, PROMPERÚ (2012), presenta cinco pasos hacia la internacionalización de las empresas:



Figura 3: Pasos hacia la internacionalización
Fuente: PROMPERÚ (2012)

Es importante que las empresas exportadoras trabajen de la mano con los productores de cacao, ya que es la fuente principal de internacionalizar el cacao. La asociatividad va implicar de manera objetiva el proceso de exportar el producto hacia diferentes mercados, con la finalidad de que la empresa tenga mayores ingresos en sus ventas.

1.2.2.3 Teorías de internacionalización

La teoría da sustento a la internacionalización mediante el estudio de procesos internos de transferencia de información a través de las empresas, donde se convierte en el factor dominante para el estudio de las empresas multinacionales. La internacionalización establece una nueva línea de investigación mediante la contribución más importante de los microeconomistas. (Buckley y Casson, 1976).

Los mismos autores Buckley y Casson (1976) en la teoría de la internacionalización, sostienen que las organizaciones multinacionales gestionan sus actividades a través de las fronteras nacionales para la internacionalización, si estas quieren implicar sus inversiones directas en el extranjero tienen que darse dos condiciones importantes:

1. Existencia de ventajas al localizar las actividades en el exterior.
2. Organizar estas actividades dentro de la empresa resulte más eficiente que venderlas o cederlas a empresas del país extranjero en cuestión.

La primera condición

1.2.2.4 Modelos de la internacionalización

Modelo de Uppsala

Fue introducida en el año 1977 por Johanson y Vahlne. Este modelo tiene la facilidad de predecir en qué momento una empresa incrementa sus recursos de forma gradual, deben estar comprometidos en un país concreto o mercado fijo en donde van adquiriendo experiencia respecto a las acciones que realicen en dicho país.

Asimismo, este modelo es ideal para los pequeños productores de cacao, las cuales por su falta de experiencia y conocimiento no conocen el proceso de internacionalizar. No obstante, se afirma que las empresas de un País origen que desean ingresar al exterior a realizar sus actividades comerciales, deben pasar por estas cuatro etapas las cuales son divididas por Cardozo et al. (2007).

1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación.
2. Exportaciones a través de representantes independientes.
3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero.
4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

A continuación, se presenta las características del modelo de Uppsala, es importante mencionar que el modelo considera que poder internacionalizar, la decisión depende únicamente de la empresa, con el conocimiento de los mercados extranjeros.

Tabla 1
Características del modelo Uppsala

Cambios estratégicos	Modelo Uppsala
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> * Unidad de análisis: Empresa. * Teoría del conocimiento y aspectos idiosincráticos de la firma. *Compromiso de las decisiones. *Oportunismo. *Consecuencia mayoritaria del proceso. *Contexto esencialmente interno. *Elección de mercados por medio de la distancia psíquica.
Contexto	<ul style="list-style-type: none"> *Existencia de socios de excelencia internacional, especialmente en las etapas iniciales de internacionalización. *Nivel de riesgo del contexto externo reducido por el movimiento del proceso. *Información incompleta del ambiente externo. *Aprendizaje incremental: cambiando las etapas de inserción internacional.
Proceso	<ul style="list-style-type: none"> *Acumulación de experiencia y conocimiento experimental. *Naturaleza emergente y oportunista. *Relación con socios externos (network). *Carácter predominante de las otras dimensiones de análisis.

Fuente: Elis (2000).

Los crecientes compromisos de los mercados están representados sobre la base de las teorías de la organización o empresa, las estrategias sobre la cual debe centrarse para que incremente sus recursos de forma gradual y logre incursionar hacia mercados extranjeros con un conocimiento del mismo.

Enfoque de Innovación

La teoría sobre la internacionalización es un proceso básico de innovación empresarial para que las Pymes puedan internacionalizarse. (Bilkey y Tesar, 1977).

Este modelo nos indica que para impulsar el desarrollo es fundamental la relación entre internacionalización e innovación, esto consiste en que la empresa tome decisiones acerca de incrementar el compromiso internacional.

El modelo del enfoque de innovación propone las siguientes etapas para el desarrollo de las actividades internacionales de una empresa:

1. Mercado doméstico
2. Pre-exportadora
3. Exportadora experimental
4. Exportadora activa
5. Exportadora comprometida

1.2.2.5 Dimensiones de la internacionalización

➤ Cooperación internacional

En primer lugar, es importante reflexionar cuales son los motivos o razones por las cuales llevan a los países a cooperar con otros países, el objetivo tiene que ser común entre ambos. El trabajo sobre cooperación internacional para el desarrollo expone los argumentos que justifican o rechazan la existencia de programas de ayuda internacional. Para el autor, todas estas preguntas están relacionadas con la eficacia de la cooperación internacional. (Ayllón, 2007).

El objetivo de la cooperación es demostrar que se puede realizar varios proyectos con un mismo destino, además la cooperación significa la unión de varias empresas con un objetivo común. Esto puede hacerse a través de una red de distribución de otra empresa ya establecida en el mercado externo, o la creación de un sistema en el que todos los involucrados tendrán diferentes responsabilidades, pero con el

mismo objetivo, la igualdad de derechos y obligaciones, de acuerdo con el acuerdo de cooperación (Ratti, 2008).

➤ **Funciones comerciales**

El marketing es un proceso social, orientado principalmente a satisfacer las necesidades y deseos de las personas y organizaciones, para la creación, el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades". (Lambin, 1991).

Los pequeños productores de cacao van a demostrar su capacidad táctica o estratégica, la cual es asociarse con empresa exportadora con la finalidad de cumplir sus objetivos, pero esto puede ser a corto, mediano o largo plazo.

Cabe precisar que el precio de un producto es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, en cualquier circunstancia, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de usar el producto o servicio. (Kotler, 2001).

Además, el mismo autor menciona que el producto es el cacao orgánico, uno de los recursos que ayuda a contribuir con el bienestar y desarrollo de estos es la planta que genera el cacao. Puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad de las personas. (Kotler, 2002).

➤ **Desarrollo de negociación**

Para que exista una asociatividad entre los pequeños productores de cacao y las empresas exportadoras nacionales, primero deben mantener una reunión, donde

se lleve a cabo el tema de mantener una negociación en conjunto, para la satisfacción de necesidades auténticas, con el uso racional en conjunto. (Reyes, 2007).

Por otra parte, para que exista ingresos gracias al desarrollo de las ventas, es primordial tener siempre el contacto mutuo entre ambos participantes, todas las transacciones realizadas por la empresa a través de las exportaciones a diferentes mercados internacionales, las alteraciones económicas serán positivas en el patrimonio de la empresa. (Salvador, 2013).

1.2.3 Cadena de valor del cacao

La cadena de valor del cacao representa una producción altamente importante para la comercialización internacional. El Ministerio de Agricultura (2006), identifica cuatro eslabones de la cadena agro productiva del cacao, las cuales son:

- **Eslabón productivo y de servicios de apoyo:** En este eslabón participan los productores cacaoteros que conducen sus propias unidades productivas, los proveedores de insumos, las organizaciones nacionales del cacao, las organizaciones exportadoras, las certificadoras y los servicios financieros.
- **Eslabón de industrialización o transformación:** En este eslabón se realiza el procesamiento del insumo, en este caso del grano del cacao, y se obtienen productos intermedios (pasta de cacao o licor, manteca, polvo de cacao) y productos elaborados (chocolates).
- **Eslabón de comercialización:** En este eslabón intervienen principalmente las organizaciones de productores y las empresas exportadoras.

- **Eslabón de consumidores:** En este eslabón donde el cacao ya ha sido transformado en productos intermedios o elaborados, finalmente para el consumo de las personas.

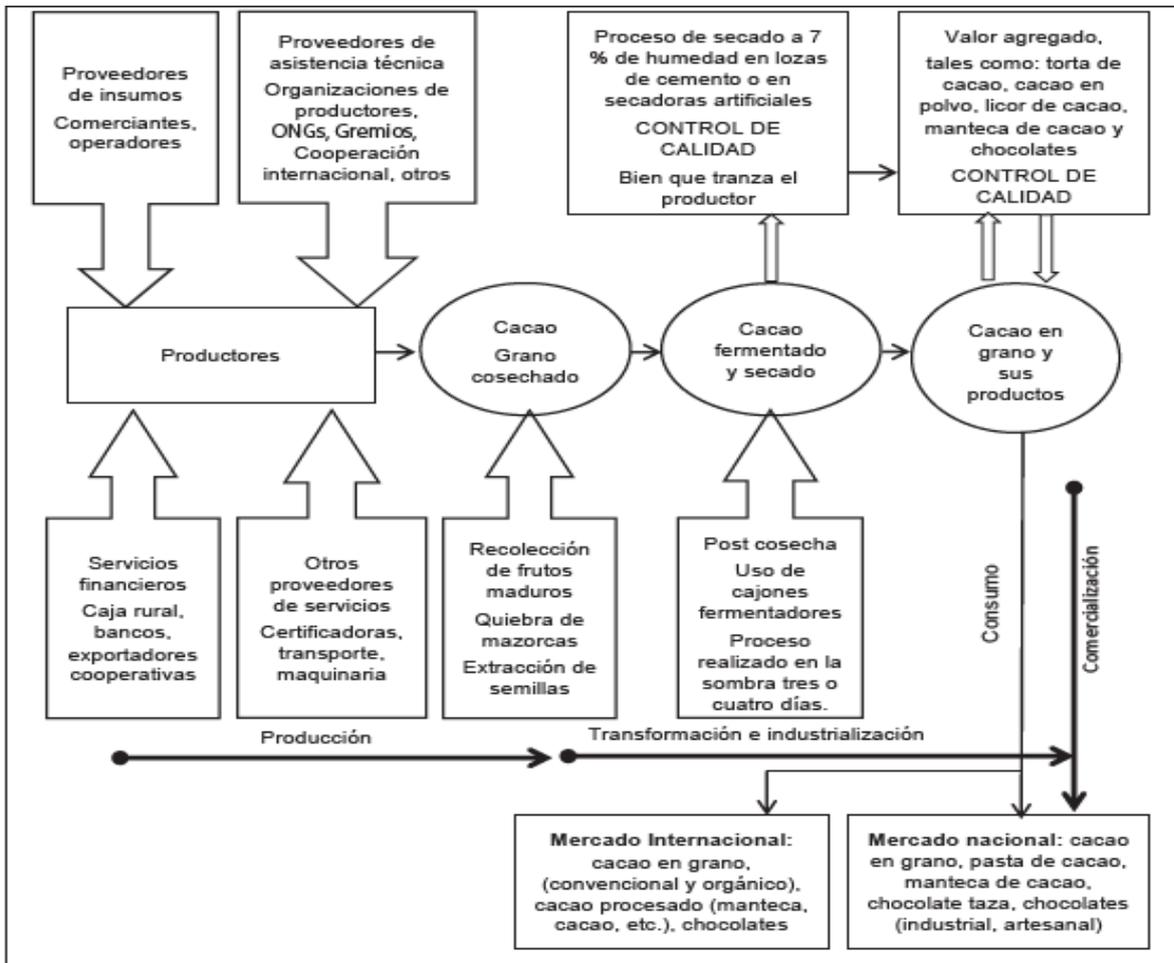


Figura 4. Flujograma de la cadena agroproductiva de cacao en el Perú.
Fuente: Barrientos (2015)

El proceso de la cadena productiva del cacao determina el movimiento final de como la materia prima o insumo va a tener un gran impacto a nivel nacional e internacional, ya que esto influye mucho en el crecimiento económico a través de las exportaciones.

1.3 Definición de términos básicos

- **Asociatividad:** Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2013), para lograr un objetivo en común, la cual beneficie a ambas partes, las empresas se asocian con la finalidad de demostrar un resultado óptimo y eficaz. Lo ideal es tener socios que tengan las habilidades semejantes o complementarias.
- **Internacionalización:** Es el proceso de globalización donde las empresas exportan sus productos en diferentes países, según Canals (1994), con la finalidad de obtener mayor rentabilidad y darle un valor a la empresa.
- **Empatía Laboral:** Para, Baron-Cohen y Wheelwright (2004) la empatía laboral es una habilidad que nos permite entender el comportamiento y las intenciones a otras personas, por eso es tan importante fomentarla en cualquier tipo de trabajo, ya que está relacionada con un buen liderazgo.
- **Colaboración comercial:** Según Vásquez (2017) gracias a la colaboración las personas pueden identificar, interpretar, argumentar y resolver cualquier problema que se les presente de manera conjunta, es decir es un trabajo en equipo.
- **Objetivos en común:** La dirección por objetivos no es otra cosa que una especie de racionalidad aplicada a la empresa, no solo en sus métodos, sino también en su desarrollo.

- **Capacidad técnica:** Es fundamental precisar que la técnica es el conjunto de procedimientos donde la ciencia permite expandir los conocimientos, según Millán (1992). En esta definición los pequeños productores de cacao pueden mostrar sus habilidades para llevar a cabo un proyecto.
- **Capacidad funcional:** Los pequeños productores de cacao tienen la capacidad de ejecutar tareas y roles en ayuda con las empresas nacionales que exportan cacao con la finalidad de cumplir sus objetivos.
- **Diseño de estrategias:** Se define como la acción de establecer las acciones y operaciones en un acto, con la finalidad de lograr una meta a los pequeños productores de cacao.
- **Valle de la convención:** Provincia de la Convención de la región del Cusco. Su capital es Quillabamba, lugar y ubicación donde se produce y cosecha el mayor volumen de cacao orgánico.
- **Competencia:** Según Julia (2015), la competencia no solo consiste en tener las capacidades, habilidades y destrezas en resolver problemas, sino lo fundamental en la competencia es movilizar, integrar y ejecutar todas las acciones que se llevara a cabo en un contexto determinado.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada

2.1.1 Hipótesis principal

Existe relación significativa entre la asociatividad y la internacionalización de los pequeños productores de cacao del Valle de la Convención, Quillabamba-Cusco en el periodo 2019.

2.1.2 Hipótesis derivadas

- Existe relación significativa entre la empatía laboral y la cooperación internacional de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cusco en el periodo 2019.
- Existe relación significativa entre el desempeño comercial y las funciones comerciales de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cusco en el periodo 2019.
- Existe relación significativa entre el fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de negociación de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cusco en el periodo 2019.

2.2 Variables y definición operacional

En este subcapítulo, se definirán las dos variables presentes en la investigación, las cuales son:

- Variable 1: Asociatividad
- Variable 2: Internacionalización

Las dimensiones que están relacionadas a la variable 1 y 2 contribuyen al entendimiento de la presente investigación, para lo cual se elaboró la matriz de operacionalización de ambas variables, con la finalidad de determinar el tema de la investigación y poder elaborar los instrumentos de datos.

Tabla 2
Operacionalización de la variable Asociatividad

Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Ítems
Empatía laboral	Colaboración comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Genera un gran trabajo, se toma acuerdos o decisiones que lo benefician a ambas partes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 3 preguntas: 1-2-3
	Habilidad comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Atención presencial para el logro de los objetivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas: 4-5
Desempeño comercial	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los componentes de planeamiento estratégico para un mayor beneficio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 3 preguntas: 6-7-8
	Objetivos en común	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un mutuo acuerdo para el avance de los pequeños productores de cacao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas: 9-10
Fortalecimiento de capacidades	Capacidad técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora la capacidad de evaluar y fortalecer los asuntos de la asociatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas: 11-12
	Capacidad funcional	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer las capacidades de asociación entre los organismos pertinentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas: 13-14

Fuente: Elaboración propia

En esta variable independiente la cual es asociatividad, se establece las dimensiones y los indicadores con sus respectivas definiciones operacionales.

Tabla 3
Operacionalización de la variable Internacionalización

Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Ítems
Cooperación internacional	Alianza comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesto por 3 preguntas 15-16-17
	Unión de mypes	<ul style="list-style-type: none"> • Integración entre varias personas involucradas para favorecer en la exportación de cacao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas 18-19
Funciones comerciales	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Comercializar un producto, en este caso que los pequeños productores de cacao puedan internacionalizar el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas 20-21
	Diseño de estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de las estrategias de marketing para una eficiente comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas 22-23
	Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar las diferentes asociaciones dentro de los diferentes países. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 2 preguntas 24-25
Desarrollo de negociación	Alcanzar los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr la meta propuesta, con la finalidad de que los pequeños productores de cacao puedan exportar ellos mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compuesta por 3 preguntas 26-27-28

Fuente: Elaboración propia

En esta variable dependiente la cual es la internacionalización, se establece las dimensiones y los indicadores con sus respectivas definiciones operacionales.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

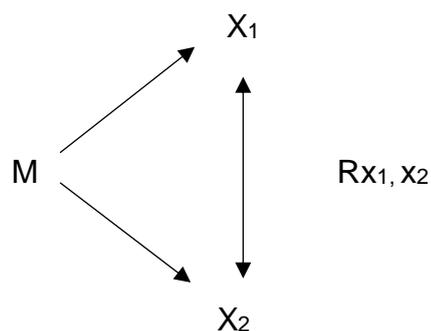
3.1 Diseño metodológico

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la implicancia de la asociatividad en la internacionalización de los pequeños productores de cacao en el valle de la Convención-Cusco en el periodo 2019.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación y contrastar las hipótesis, se recopilaron datos según las variables de investigación y luego se realizó el análisis de los datos. A través de técnicas estadísticas se procedió a establecer con exactitud patrones de comportamiento de la población bajo estudio. (Hernández, 2003). El enfoque de la investigación es cuantitativo, debido a que se aplicó encuestas a los productores de cacao en el Valle de la Convención-Cusco, partiendo del análisis estadístico de los datos se confirmaron las hipótesis de investigación planteadas y se verificó la relación entre las variables.

En la investigación el tipo se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación, a esto también se le denomina constructiva o utilitaria. (Sánchez y Reyes, 1986). Por lo tanto, el tipo de la investigación es aplicada, ya que el estudio de la presente investigación se enfocó en analizar la realidad problemática a fin de diagnosticar correctamente la situación y poder plantear soluciones.

Como indica Hernández, Fernández y Baptista (2003), el propósito de los diseños de investigación es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p.270). Por lo tanto, el diseño aplicado en la tesis es no experimental debido a que en la investigación no se manipulan las variables, ya que la finalidad de la tesis es observar y diagnosticar el comportamiento de las variables asociatividad e internacionalización, bajo un alcance descriptivo correlacional, ya que busca medir la relación entre la asociatividad en la internacionalización de los pequeños productores de cacao, como se muestra en la siguiente figura:



Donde:

M = Muestra

X₁ = Variable Asociatividad

X₂ = Variable Internacionalización

R = Relación entre las dos variables

Por último, la unidad de investigación es en el Valle de la Convención valle de la Convención ubicada en la Provincia de La Convención, situada en el departamento del Cusco.

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La población objeto de estudio estará conformado por 446 productores de cacao que pertenecen a asociaciones y cooperativas en el valle de la convención, Quillabamba-Cusco.

Cabe resaltar que en este estudio solo se incluirán a los productores de cacao miembros del valle de la Convención en Cusco. Se obtendrá la información a través de la población objetiva y muestreada.

Tabla 4
Productores que conforman la población

Unidad de análisis	Productores
Cooperativa agraria cafetalera alto Urubamba Ltda.	Mujeres: 51 Hombres: 245
Asociación de productores de cacao de los valles de convención y yanatile - aprocap	Mujeres: 30 Hombres: 120
TOTAL	446

Fuente: (APPCACAO)

3.2.2 Muestra

Para la obtención de la muestra se aplicó un muestreo aleatorio simple para estimar el parámetro de la proporción, cuando la población es conocida. (Sierra Bravo, 1975).

$$n = \frac{Z^2_{\left(1-\frac{\alpha}{2}\right)} x P x Q x N}{E^2(N - 1) + Z^2_{\left(1-\frac{\alpha}{2}\right)} x P x Q}$$

Donde:

Z = Valor de la abscisa al 95% de confianza (1,95996)

E = Margen de error 10%

p = Probabilidad de éxito = 0,5

q = Complemento (1-P = 0,5)

n = Tamaño de la muestra

N = Total poblacional = 446

Reemplazando valores en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 x (0,5)x(0,5)x(446)}{(0,10)^2(446 - 1) + (1,96)^2 x (0,5)x(0,5)}$$

n = 79 productores

Significa que el tamaño de muestra debe ser por lo menos de 79 productores para estar seguros con una probabilidad de 0.95 que los resultados de la muestra son válidos considerando un margen de error admitido del 10% para el universo. (Sierra, pág. 229)

3.3 Técnica de recolección de datos

En la presente investigación los datos fueron recopilados a través de la técnica de la encuesta, la cual se realizó a los productores de cacao en el transcurso de una semana.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado la cual contiene un conjunto de preguntas para la obtención de la información, elaborado por el autor de la tesis.

La recolección de datos debe presentar tres requisitos fundamentales las cuales son: confiabilidad, validez y objetividad. Esto demuestra que en una investigación los comportamientos de los datos deben ser válidos y confiables mediante un conjunto de categorías y subcategorías. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.3.1 Descripción del instrumento

Para la recopilación de los datos de la variable asociatividad, se utilizó el instrumento elaborado para tal fin por el autor de la tesis, la cual permitió evaluar la percepción de los pequeños productores de cacao en Quillabamba-Cusco, cada pregunta fue recolectada teniendo en consideración la escala Likert:

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

Para la recopilación de datos de la variable internacionalización, se utilizó el instrumento para la Evaluación del desarrollo de internacionalización hacia deferentes mercados del mundo, por parte de los pequeños productores de cacao en Quillabamba-Cusco, que evalúa el crecimiento del sector agroindustrial, cada pregunta fue recolectada teniendo en consideración la escala Likert:

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

3.3.2 Ficha técnica

Tabla 5
Ficha técnica del cuestionario Asociatividad

Nombre	Asociatividad
Propósito	La asociatividad recoge información sobre porque algunos pequeños productores de cacao trabajan independientemente sin ninguna empresa exportadora.
Descripción	Las escalas se componen de tres dimensiones o subescalas, por una parte, la empatía laboral compuesto por 5 ítems (1-5), por otra parte el desempeño comercial compuesta por 5 ítems (6-10) y por otra parte el fortalecimiento de capacidades compuesta por 4 ítems (11-14).
Validez	Son útiles para comprobar si la asociatividad tiene un gran impacto en la internacionalización. Ver tabla (a).
Confiabilidad	El autor analizó la confiabilidad obteniendo un alfa de Cronbach igual a 0,91 para el indicador colaboración comercial, un 0,96 para el indicador habilidad comercial, un 0,77 para el indicador planificación, un 0,86 para el indicador objetivos en común, un 0,73 para el indicador capacidad técnica y un 0,75 para el indicador Capacidad funcional. Ver anexo 4.
Aplicación	Se aplica de manera individual a los pequeños productores de cacao en el Valle de la convención, Quillabamba-Cusco.

Fuente: Elaboración propia

Tabla (a) Validez de juicio de expertos

Experto	Sugerencias / observaciones
Experto 1	El informe de validez del 1er experto en la variable Asociatividad muestra que los ítems son suficientes; en criterio de claridad se requiere unas modificaciones específicas de algunos de los ítems; presenta una coherencia completamente relacionado con las dimensiones o indicadores que se esta midiendo, y los

	<p>ítems son muy relevante y deben ser incluidos.</p> <p style="text-align: right;">Continúa....</p>
Experto 2	<p>El informe de validez del 2do experto en la variable Asociatividad muestra que los ítems son suficientes; en criterio de claridad los ítem son claros, tiene semantica adecuada; presenta una coherencia completamente relacionado con las dimensiones o indicadores que se esta midiendo, y los ítems son muy relevante y deben ser incluidos.</p>
Experto 3	<p>El informe de validez del 3er experto en la variable Asociatividad muestra que los ítems son suficientes; en criterio de claridad los ítem son claros, tiene semantica adecuada; presenta una coherencia completamente relacionado con las dimensiones o indicadores que se esta midiendo, y los ítems son muy relevante y deben ser incluidos.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6
Ficha técnica del cuestionario Internacionalización

Nombre	Internacionalización
Propósito	La internacionalización recoge información sobre cómo enseñar el proceso de exportación a los pequeños productores de cacao para que puedan internacionalizar el producto a diferentes mercados.
Descripción	Las escalas se componen de tres dimensiones o subescalas, por una parte, la cooperación internacional compuesto por 5 ítems (15-19), por otra parte, las funciones comerciales compuesta por 4 ítems (20-23) y por otra parte el desarrollo de negociación compuesta por 5 ítems (24-28).
Validez	Son útiles para comprobar si la internacionalización es un factor importante en los pequeños productores de cacao. Ver tabla (b).
Confiabilidad	El autor analizó la confiabilidad obteniendo un alfa de Cronbach igual a 0,80 para el indicador alianza comercial, un 0,72 para el indicador unión de mypes, un 0,70 para el indicador comercialización, un 0,90 para el indicador diseño de estrategias, un 0,84 para el indicador competencia y un 0,75 para el indicador alcanzar los objetivos. Ver anexo 5.
Aplicación	Se aplica de manera individual a los pequeños productores de cacao en el Valle de la convención, Quillabamba-Cusco.

Tabla (b) Validez de juicio de expertos

Experto	Sugerencias / observaciones
Experto 1	El informe de validez del 1er experto en la variable Internacionalización muestra que los ítems son suficientes; en criterio de claridad los ítem son claros, tiene semantica adecuada; presenta una coherencia completamente relacionado con las dimensiones o indicadores que se esta midiendo, y los ítems son muy relevante y deben ser incluidos.
Experto 2	El informe de validez del 2do experto en la variable Internacionalización muestra que los ítems debe incrementarse para poder evaluar las dimensiones o indicadores; en criterio de claridad se requiere unas modificaciones muy especificas en algunos ítems; presenta una coherencia completamente relacionado con las dimensiones o indicadores que se esta midiendo, y los ítems son muy relevante y deben ser incluidos.
Experto 3	El informe de validez del 3er experto en la variable Internacionalización muestra que los ítems son suficientes; en criterio de claridad los ítem son claros, tiene semantica adecuada; presenta una coherencia completamente relacionado con las dimensiones o indicadores que se esta midiendo, y los ítems son muy relevante y deben ser incluidos.

Fuente: Elaboración propia

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

El procesamiento de los datos se realizó por medio de la tabulación y el programa estadístico SPSS Versión 25, que se entendió como la concentración de los datos del trabajo de campo recopilados a través de instrumentos diseñados para tal fin, en este caso será el cuestionario estructurado.

Las técnicas estadísticas que se empleó son las siguientes:

- Para la confiabilidad se aplicó la correlación ítem-total y el coeficiente alfa de Cronbach.
- Para el análisis correlacional se utilizó la correlación de Spearman.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

Los resultados de investigación tienen como finalidad que los pequeños productores de cacao en el Valle de la Convención puedan internacionalizar su producto hacia diferentes países con la finalidad de que puedan crecer y no estancarse en el mercado nacional. Los datos de información han sido obtenidos mediante un cuestionario estructurado. Se aplicó 28 preguntas a los productores de cacao en el Valle de la Convención en Cusco. Cabe resaltar que, para la aplicación de la encuesta, no se establecieron requisitos incluyentes o excluyentes, por lo que los productores de cacao fueron seleccionados aleatoriamente.

Tabla 7
Resultado según edad

Según edad	Total	Porcentaje
Entre 20-30 años	5	5,8%
Entre 30-40 años	33	38,4%
Entre 40-50 años	30	34,9%
Entre 50 años a más	18	20,9%
Total	86	100,0%

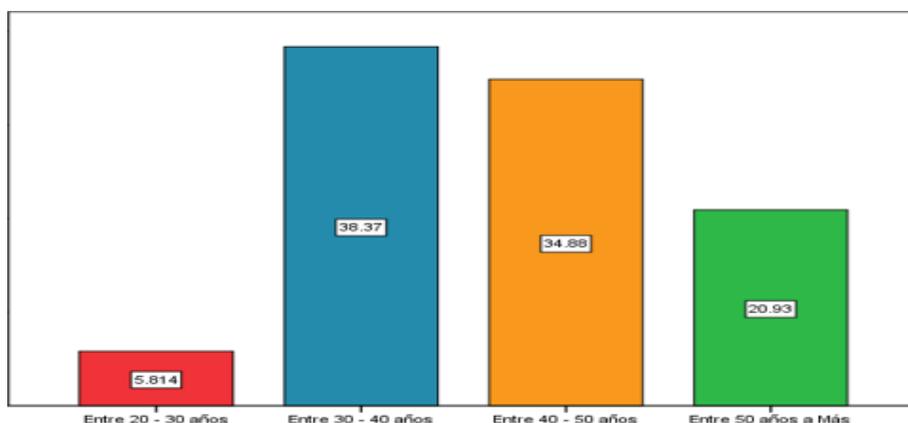


Figura 5: Resultado según edad

En la tabla 7 y figura 5 en cuanto a la edad de los pequeños productores de cacao, el 38,3% oscila entre 30 a 40 años, el 34,8% entre 40 a 50 años, el 20,9% entre 50 años a más y el 5,8% entre 20 a 30 años.

Tabla 8
Resultado según grado de instrucción

Según grado de instrucción	Total	Porcentaje
Primaria completa	55	64,0%
Secundaria completa	21	24,4%
Estudios técnicos	10	11,6%
Total	86	100,0%

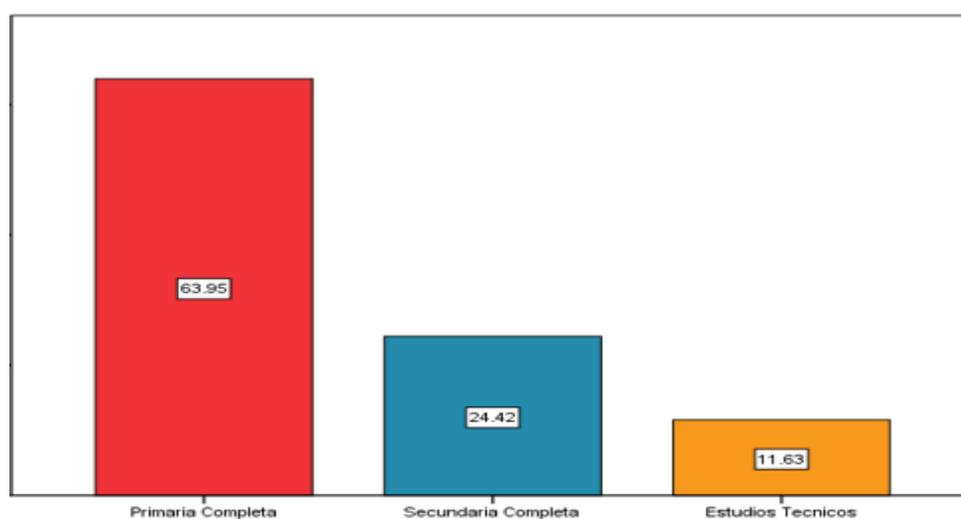


Figura 6: Resultado según grado de instrucción

En la tabla 8 y figura 6 en cuanto al grado de instrucción de los pequeños productores de cacao, el 63,95% termino la primaria completa, el 24,42 finalizo la secundaria completa y el 11,63% tienen estudios técnicos sobre el cultivo del cacao.

Tabla 9
Resultado según género

Según género	Total	Porcentaje
Masculino	66	76,7%
Femenino	20	23,3%
Total	86	100,0%

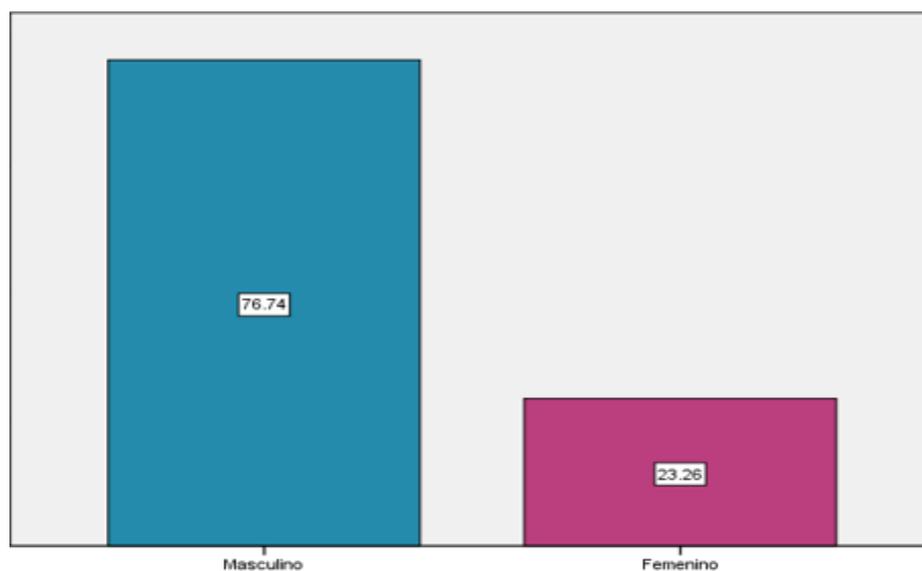


Figura 7: Resultado según género

En la tabla 9 y figura 7 en cuanto al género de los pequeños productores de cacao, el 76,7% es masculino y el 23,3% es femenino. La mano de obra y la producción de los cacaos en las hectáreas, en su mayoría son cosechadas por los hombres y un pequeño sector del área por las mujeres.

Tabla 10
Resultado según nacionalidad

Según nacionalidad	Total	Porcentaje
Peruana	86	100,0%
Total	86	100,0%

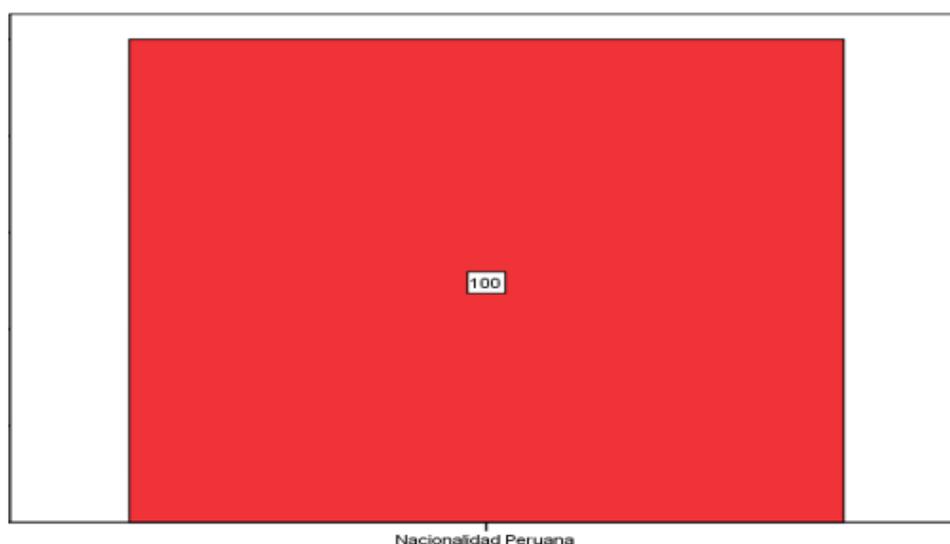


Figura 8: Resultado según nacionalidad

En la tabla 10 y figura 8 en cuanto a la nacionalidad de los pequeños productores de cacao, el 100,0% es peruana. El cultivo del cacao en la zona de Quillabamba-Cusco no existe personas de otra nacionalidad que participen activamente en la producción.

4.2 Resultados de contrastación de hipótesis

4.2.1 Relación entre la empatía laboral y cooperación internacional.

La hipótesis específica 1 establecía que existe relación significativa entre la empatía laboral y la cooperación internacional.

Tabla 11
Relación entre la empatía laboral y cooperación internacional

Empatía laboral	Cooperación Internacional
	r_{xy}
Correlación de Spearman	0,59*
Estadística de Prueba: t_{cal}	6,53
Significancia bilateral	0,000
Tamaño de muestra	79

* La correlación es significativa al nivel 0,10 (bilateral).

Los resultados presentados en la tabla 11, indican una correlación significativa moderada ($r = 0,59$ $p < 0,05$) entre ambas variables, esto significa que a mayor puntaje de empatía laboral aumenta los puntajes en cooperación internacional.

Planteamiento de las hipótesis:

$H_0: \rho_s = 0$: No existe relación entre las dos variables en la población.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe relación entre las dos variables en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.59}{\sqrt{\frac{1-(0.59)^2}{86-2}}} = 6.53$$

Comparando: Como $t_{cal} = 6,53 > t_{tab(0,975, 84)} = 1,99$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la relación entre la empatía laboral con la cooperación internacional es estadísticamente significativa.

4.2.2 Relación entre el desempeño comercial y las funciones comerciales.

La hipótesis específica 2 establecía que existe relación significativa entre el desempeño comercial y las funciones comerciales.

Tabla 12

Relación entre el desempeño comercial y las funciones comerciales

	Funciones comerciales
Desempeño comercial	r_{xy}
Correlación de Spearman	0,05
Estadística de Prueba: t_{cal}	0,46
Significancia bilateral	0,654
Tamaño de muestra	79

Los resultados presentados en la tabla 12, indican una correlación inversa significativa ($r = -0,05$ $p < 0,05$) entre ambas variables, esto significa que el desempeño comercial incide en las funciones comerciales.

Planteamiento de las hipótesis:

$H_0: \rho_s = 0$: No existe relación entre las dos variables en la población.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe relación entre las dos variables en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{-0.05}{\sqrt{\frac{1-(-0.05)^2}{86-2}}} = -0.46$$

Comparando: Como $t_{cal} = 10,461 > t_{tab(0,975, 84)} = 1,99$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la relación entre el desempeño comercial con las funciones comerciales es estadísticamente significativa.

4.2.3 Relación entre fortalecimiento de capacidades y desarrollo de negociación.

La hipótesis específica 3 establecía que existe relación significativa entre el fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de negociación.

Tabla 13
Relación entre fortalecimiento de capacidades y desarrollo de negociación

Fortalecimiento de capacidades	Desarrollo de negociación
	r_{xy}
Correlación de Spearman	0,11
Estadística de Prueba: t_{cal}	1,01
Significancia bilateral	0,324
Tamaño de muestra	79

Los resultados presentados en la tabla 13, indican una correlación significativa ($r = 0,11$ $p > 0,05$) entre ambas variables, esto significa que a mayor puntaje de fortalecimiento de capacidades aumenta débilmente los puntajes en el desarrollo de negociación.

Planteamiento de las hipótesis:

$H_0: \rho_s = 0$: No existe relación entre las dos variables en la población.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe relación entre las dos variables en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.11}{\sqrt{\frac{1-(0.11)^2}{86-2}}} = 1.01$$

Comparando: Como $t_{cal} = 1,01 < t_{tab(0,975, 84)} = 1,99$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la relación entre fortalecimiento de capacidades con el desarrollo de negociación es estadísticamente significativa.

4.2.4 Relación entre la asociatividad y la internacionalización.

La hipótesis general establecía que existe relación significativa entre la asociatividad y la internacionalización.

Tabla 14

Relación entre la asociatividad y la internacionalización

Asociatividad	Internacionalización
	r_{xy}
Correlación de Spearman	0,76*
Estadística de Prueba: t_{cal}	10,72
Significancia bilateral	0,000
Tamaño de muestra	79

* La correlación es significativa al nivel 0.10 (bilateral).

Los resultados presentados en la tabla 14, indican una correlación significativa moderada ($r = 0,76$ $p < 0,05$) entre ambas variables, esto significa que a mayor puntaje de asociatividad aumenta los puntajes en la internacionalización.

Planteamiento de las hipótesis:

$H_0: \rho_s = 0$: No existe relación entre las dos variables en la población.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe relación entre las dos variables en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.76}{\sqrt{\frac{1-(0.76)^2}{86-2}}} = 10.72$$

Comparando: Como $t_{cal} = 10,72 > t_{tab(0,975,84)} = 1,99$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la relación entre la asociatividad con la internacionalización es estadísticamente significativa.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

En el presente acápite se presenta la discusión de resultados del análisis realizado para estudiar la "Implicancia de la asociatividad en la internacionalización de los pequeños productores de cacao del Valle de la Convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019", para una muestra probabilística de 79 productores de cacao en el Valle de la Convención Quillabamba-Cuzco, para tal fin la discusión de los resultados serán explicados en títulos que comprenden las hipótesis específicas y la hipótesis general formuladas en esta investigación. En el análisis estadístico de los datos para la contrastación de las hipótesis de investigación se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman.

5.1.1 Discusión de resultados de la hipótesis específica 1

En la primera hipótesis específica, la cual es: Existe relación significativa entre la empatía laboral y la cooperación internacional de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019, los resultados mostraron una correlación positiva moderada estadísticamente significativa entre la empatía laboral y la cooperación internacional.

Los resultados guardan relación con lo mencionado por Montes (2018). "*La asociatividad en los productores cacaoteros del VRAEM como estrategia de internacionalización*" en la cual es fundamental una asociatividad o alianza estratégica con un grupo de empresas que les brinde asesorías. Los resultados obtenidos, han permitido comparar y contrastar la información obtenida con las bases teóricas utilizadas, como fundamentación teórica en esta investigación.

5.1.2 Discusión de resultados de la hipótesis específica 2

En la segunda hipótesis específica, la cual es: Existe relación significativa entre el desempeño comercial y las funciones comerciales de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019. Los datos evidencian una correlación moderada entre el desempeño comercial y las funciones comerciales, la relación entre ambas dimensiones tiene significancia estadística.

Al respecto el estudio de, Mejillones y Jaime (2015), en su tesis dedicado a la exportación de cacao de aroma fino hacia el mercado de Shanghái, concluyen que para mejorar las exportaciones debe llevarse a cabo una observación detallada acerca de cómo impactar el producto en el mercado. Los resultados obtenidos, han permitido comparar y contrastar la información obtenida con las bases teóricas utilizadas como fundamentación teórica en esta investigación.

5.1.3 Discusión de resultados de la hipótesis específica 3

En la tercera hipótesis específica, la cual es: Existe relación significativa entre fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de negociación de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019. Loayza, M., y Maldonado, M. (2015) en su tesis “Propuesta de proyecto para el fortalecimiento de la competitividad de los productores de cacao del valle primavera-Vraem orientado a mercados con beneficios diferenciales” analizaron que los productores de cacao del Vraem presentan un 42% de producción nacional de cacao, es decir, casi la mitad de la producción total, un logro alcanzado para la internacionalización.

Los resultados obtenidos, han permitido comparar y contrastar la información obtenida con las bases teóricas utilizadas como fundamentación teórica en esta investigación. La relación entre fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de negociación realizada a los pequeños productos de cacao en Quillabamba-Cusco.

5.1.4. Discusión de resultados de la hipótesis general

En la hipótesis general, la cual es: Existe relación significativa entre la asociatividad y la internacionalización de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019. Los resultados evidencian una relación moderada estadísticamente significativa entre la asociatividad y la internacionalización.

Los resultados obtenidos, han permitido comparar y contrastar la información obtenida con las bases teóricas utilizadas como fundamentación teórica en esta investigación. La relación entre la asociatividad y la internacionalización, realizada a los pequeños productos de cacao en Quillabamba-Cuzco, se alinea perfectamente con lo que Angel, J., Rivera, B. y Solis, G. (2016), mencionan sobre desarrollar un plan de exportación de cacao pero con la ayuda de organizaciones locales o empresas exportadoras.

CONCLUSIONES

1. Se concluye que la Asociatividad es un factor determinante para comercializar productos a través de la internacionalización, es un proceso donde los pequeños productores pueden adaptarse a la globalización.
2. Se concluye que es fundamental la empatía laboral a través de la cooperación con las empresas exportadoras nacionales, los pequeños productores a un largo tiempo tendrán muchos beneficios como manejar sus productos a gran escala.
3. El desempeño comercial de los pequeños productores es favorable para la internacionalización, las cuales sus funciones es cumplir un mismo objetivo, seguir cosechando, produciendo y comercializando a diferentes países del mundo.
4. Se concluye que el fortalecimiento de capacidades se da a través de asesoría y el apoyo por parte de las empresas, para que los pequeños productores se consoliden e ingresen a los mercados internacionales y su desarrollo de negociación sea efectiva.

RECOMENDACIONES

1. Los pequeños productores de cacao deben obligatoriamente asociarse para que puedan expandirse a otros mercados, ya que la comercialización es el proceso donde se promueve la integración de los productores, impulsando estrategias y fortalecimiento.
2. El mercado es amplio, por lo que es recomendable localizar o segmentar las necesidades de los clientes. Administrar correctamente sus actividades y recursos para contactar ideas de forma adecuada y mejorar.
3. La globalización afecta a todo el mundo, en el ámbito comercial los pequeños productores deben cooperar con empresas de exportación del cacao, para su crecimiento económico, no obstante, es recomendable que primero realicen un proceso de unión con empresas agroexportadoras, las cuales estas deben trabajar de la mano, para que así tengan la capacidad de poder internacionalizarse.
4. Recomiendo a todos los estudiantes que están por comenzar o tienen interés de seguir creciendo profesionalmente, los invito a investigar a profundidad el tema del cacao orgánico. Además se pueden tratar con otras investigaciones que se puedan realizar al tema tratado con la finalidad de enriquecerse profesionalmente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

- Acevedo, M. & Buitrago, M. (2009). Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación. El caso de las PYMES del sector textiles y confecciones en Bogotá. Universidad de La Salle, Colombia.
- Ayllon, B. (2007). "La cooperación internacional para el desarrollo: fundamentos y justificaciones en la perspectiva de la teoría de las relaciones internacionales". EN: Carta Internacional. Madrid. Octubre 2007. P.25-40.
- Becattini, G. (1990): Dal distretto industriale al processo di distrettualizzazione. Bologna: Il Mulino.
- Beltrán, E. (2012). Desafíos y Oportunidades de las Pymes Salvadoreñas Construyendo una Agenda de desarrollo. San Salvador: FUNDES-FUNAPYMES.
- Bilkey, W. y G. Tesar. (1977) "The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms". Journal of international business studies. Vol. 8 (1).
- Canals, J. (1994). La internacionalización de la empresa: cómo evaluar la penetración en mercados exteriores. España: McGraw-Hill.
- Gil Adi, Daniel (2000). Inteligencia Emocional en Prácticas. España .Mac Graw Hill
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de le investigación (5ta ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Keegan, W. (2006). Principios de Marketing Global. São Paulo: Saraiva.
- Kotler, P. (2000). Administración de Marketing. 10 ed. Bogotá:: Pirentice Hall
- Kotler, P. (2002) "Dirección de Marketing Conceptos Esenciales". Editorial Pearson México.

Modelo Uppsala, Johanson y Vahlne (1990).

Pérez, E., y Múnera, F. (2007). Reflexiones para implementar un sistema de gestión de la calidad (ISO 9001: 2000) en cooperativas y empresas de economía solidaria (Documento de trabajo). Universidad... Bogotá: Primera edición Universidad Cooperativa de Colombia.

Reyes, G. (2007). Comercio y Desarrollo: Bases Conceptuales y Enfoque para América Latina y el Caribe. IV. Edición. Santiago de Chile: Dolmen.

Salvador, M. (2013). Comercio Internacional. Tomo II. VII. Edición. México: Limusa

Sánchez, H., y Reyes, C. (2015). Metodología y diseños en la investigación científica. (5ta ed.). Lima: Business Support Aneth S.R.L.

Sánchez, L., Henao, D, y Aristizábal, P. (2011). "ARCOIRIS": Educación ambiental en el manejo de residuos sólidos a través de. Armenia- Quindío- Colombia: Fundación Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío- EAM.

Sierra, R. (2001). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Madrid, España: Thomson

Soares, C. (2008) *Introdução ao comércio exterior: fundamentos teóricos do comércio internacional*. São Paulo: Saraiva.

Referencias electrónicas

Angel, J., Rivera, B., y Solis, G. (2016). Plan de exportación de cacao orgánico hacia el mercado de la unión europea. Caso ilustrativo Cáritas elsalvador. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/9392/1/TESIS%20FINAL%20FEBRERO%202016.pdf>

- Araya, A. (2013). El Proceso de Internacionalización de Empresas. *TEC Empresarial*, 3(3), Pág.18-25. Recuperado de http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/653
- Ballón, E., Rodríguez, J., y Zeballos, M. (2009). "Fortalecimiento de Capacidades para el DTR: Innovaciones Institucionales en Gobernanza Territorial". Documento de Trabajo N° 53. Programa Dinámicas Territoriales Rurales. Rimisp, Santiago, Chile. Recuperado de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/123456789/1355>
- Baron-Cohen, S., y Wheelwright, S. (2004). The empathy quotient: An investigation of adults with asperger syndrome or high functioning autism, and normal sex differences. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 34(2), 163-175. <https://doi.org/10.1023/B:JADD.0000022607.19833.00>
- Barrientos, P. (2015). La cadena de valor del cacao en Perú y su oportunidad en el mercado mundial. *Semestre Económico*, 18(37), 129-156. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5284698.pdf>.
- Cardozo, P., Chavarro, A., y Ramírez, C. (2007). Teorías de internacionalización. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4780130.pdf>.
- Casapia, Y. (2018). Empatía cognitiva afectiva y estilos de Comunicación. (Tesis de Doctorado). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7831>
- Gil, I., Patricio, G., y Castro, M. (2015). Relación entre el desempeño por competencias y objetivos del área comercial de una empresa industrial. (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://hdl.handle.net/11354/1578>
- Gil Ríos, D. (2019). Costos logísticos de las exportaciones de cacao de la cooperativa agraria Allima Cacao Limitada en el año 2017. (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/36009>

- Gomez, J., y Zambrano, E. (2017). Propuesta de plan de negocio para comercializar en la ciudad de Guayaquil el nibs de cacao elaborado por la asociación de productores orgánicos de vinges apovinces de la provincia de los ríos. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23936/1/Tesis%20Nibs%20de%20Cacao.pdf>
- Loayza, M., y Maldonado, 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. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6807>
- Lugo Benítez, J.E.: "El proceso de internacionalización de las empresas en el mundo competitivo y globalizado actual" en Contribuciones a la Economía, junio 2007. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>
- Mejillones, C., y Jaime, V. (2015). Plan estratégico de exportación de cacao de aroma fino producido en el cantón Guayaquil para el mercado de Shangái. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/10015>
- Minagri (2015). Exportaciones peruanas de cacao superaron 234 millones en el 2014. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/minagri-exportaciones-peruanas-cacao-superaron-us-234-millones-2014-76350>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2008). Asociatividad. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf
- Montes, (2018). La asociatividad en los productores cacaoteros del VRAEM como estrategia de internacionalización, tesis para optar el título de Ingeniería Comercial y Negocios Internacionales, Universidad de Ayacucho Federico

Froebel, Ayacucho, recuperado de
repositorio.udaff.edu.pe/.../Tesis%20Asociativad%20VRAEM%20Ruth%20
K%20Mo

Ordoñez, E., y Racho, Y. (2018). Asociatividad empresarial para el desarrollo socioeconómico de los restaurantes de la Urbanización Latina, Chiclayo – 2017. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4584>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2010). Fortalecimiento de las capacidades. Recuperado de <http://www.fao.org/3/am859s/am859s02.pdf>

Palomino, J., y Ramirez, J., y Rosales, G. (2019). Modelo sobre la actitud hacia la colaboración virtual en un entorno laboral. (Tesis de Maestría). Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1597>

Pareja, M., & Sotelo, J. (2018). Estrategias de internacionalización de la empresa gloria S.A. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/623511>

Rocha Calderón, M. C., & Tafur Marengo, V. D. (2018). *Factores claves para la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón - Huánuco*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3892>

Rojas Caqui, A. J., & Yzaguirre Ruiz, M. A. (2018). Análisis de modelos de Internacionalización desde la perspectiva de proceso en una MYPE de Gamarra. (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/13957>

Torres, A. (2013). Contabilidad, ciencia, técnica o tecnología. (Tesis de doctorado). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5970>

- Torres, & Rodríguez. (2015). Análisis de la adopción de tecnología mejorada para la producción de cacao en el municipio de Rionegro - Santander. (Tesis de Pregrado), Universidad Santo Tomas Bucaramanga. Colombia.
- Valera, M., Gómez, M., y Aguirre, N. (2018). Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta industrial para la obtención de polvo de cacao a partir de la semilla de cacao (*Theobroma cacao* L), en la región Loreto. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.unapikitos.edu.pe/handle/UNAP/5539>
- Vargas De La Cruz, V. (2018). Competencia argumentativa escrita en estudiantes de educación de educación superior de Chupaca. (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCPC/5056>
- Vásquez Pezo, B. (2020). *La asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la Cooperativa Agraria Allima Cacao del distrito de Chazuta, 2018.* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://hdl.handle.net/11458/3814>
- Villareal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea. Cuadernos de Gestión, 5(2). Recuperado de <http://www.ehu.eus/cuadernosdegestion/documentos/524.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:	IMPLICANCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO DEL VALLE DE LA CONVENCIÓN, QUILLABAMBA-CUZCO EN EL PERIODO 2019
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	MYPE Y EMPRENDIMIENTO
AUTOR(ES):	DEYBY PEDRO FELIX OROZCO ROJAS

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿En qué medida la asociatividad se relaciona con la internacionalización de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019?	Determinar la relación entre la asociatividad y la internacionalización de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	Existe relación significativa entre la asociatividad y la internacionalización de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	V1: La asociatividad V2: Internacionalización	1. Empatía laboral 2. Desempeño Comercial 3. Fortalecimiento de capacidades 1. Cooperación internacional 2. Funciones Comerciales 3. Desarrollo de negociación	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Alcance: Correlacional • Tipo: Aplicada • Diseño: experimental No • Unidad de investigación: Valle de la Convención de
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis derivadas		Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿De qué manera la empatía laboral se relaciona con la cooperación internacional de los pequeños productores	Determinar la relación entre la empatía laboral y la cooperación internacional de los pequeños productores	Existe relación significativa entre la empatía laboral y la cooperación internacional de los pequeños	V1: Empatía laboral	1. Colaboración 2. Habilidad comercial	ENCUESTA

de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019?	de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	V2: Cooperación internacional	1. Planificación 2. Objetivos en común	
¿De qué manera el desempeño comercial se relaciona con las funciones comerciales de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	Determinar la relación significativa entre el desempeño comercial y las funciones comerciales de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	Existe relación significativa entre el desempeño comercial y las funciones comerciales de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	V1: Desempeño comercial	1. Capacidad técnica 2. Capacidad funcional	ENCUESTA
			V2: Funciones comerciales	1. Alianza comercial 2. Unión de mypes	
¿De qué manera el fortalecimiento de capacidades incide en el desarrollo de negociación de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019?	Determinar la relación significativa entre el fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de negociación de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	Existe relación significativa entre el fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de negociación de los pequeños productores de cacao del valle de la convención, Quillabamba-Cuzco en el periodo 2019.	V1: Fortalecimiento de capacidades	1. Comercialización 2. Diseño de estrategias	ENCUESTA
			V2: Desarrollo de negociación	1. Competencia 2. Alcanzar los objetivos	

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1
Operacionalización de la variable 1

Variable: Independiente		
Definición conceptual: Asociatividad: Está relacionado como asociar una cosa con otra; unirse dos o más personas para un determinado fin.		
Instrumento: Encuesta		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Empatía Laboral	Colaboración comercial Genera un gran trabajo, se toma acuerdos o decisiones que lo benefician a ambos.	Compuesta por 3 preguntas: 1-2-3
	Habilidad comercial Atención presencial para el logro de los objetivos.	Compuesta por 2 preguntas: 4-5
Desempeño Comercial	Planificación Realizar los componentes de planeamiento estratégico para un mayor beneficio.	Compuesta por 3 preguntas: 6-7-8
	Objetivos en común Lograr un mutuo acuerdo para el avance de los pequeños productores de cacao.	Compuesta por 2 preguntas: 9-10
Fortalecimiento de capacidades	Capacidad técnica Mejora la capacidad de evaluar y fortalecer los asuntos de la asociatividad.	Compuesta por 2 preguntas: 11-12
	Capacidad funcional Fortalecer las capacidades de asociación entre los organismos pertinentes.	Compuesta por 2 preguntas: 13-14

Tabla 2
Operacionalización de la variable 2

Variable: Dependiente		
Definición conceptual: Internacionalización: Implica la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global a través del mejoramiento de la productividad de sus empresas.		
Instrumento: Encuesta		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Cooperación internacional	Alianza comercial Es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente.	Compuesta por 3 preguntas: 15-16-17
	Unión de mypes Integración entre varias personas involucradas para favorecer en la exportación de cacao.	Compuesta por 2 preguntas: 18-19
Funciones Comerciales	Comercialización Comercializar un producto, en este caso que los pequeños productores de cacao puedan internacionalizar el producto.	Compuesta por 2 pregunta: 20-21
	Diseño de estrategias Aplicación de las estrategias de marketing para una eficaz comercialización.	Compuesta por 2 preguntas: 22-23
Desarrollo de negociación	Competencia Verificar las diferentes asociaciones dentro de los diferentes países.	Compuesta por 2 preguntas: 24-25
	Alcanzar los objetivos Llegar al punto de meta, con la finalidad de que los pequeños productores de cacao produzcan más cosecha.	Compuesta por 3 preguntas: 26-27-28

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

ENCUESTA

I. EDAD:

1. Entre 20 a 45 años () 2. Entre 45 y 60 años () 3. Entre 60 a más ()

II. GENERO:

1. Masculino () 2. Femenino ()

III. NACIONALIDAD:

1. Peruana () 2. Extranjera ()

IV. ESTUDIOS:

1. Primaria () 2. Secundaria () 3. Estudios técnicos () 4. Superior ()

Nombre del		Cuestionario						
Autor del Instrumento:		Deyby Pedro Felix Orozco Rojas						
Definición Conceptual:		Asociatividad: Está relacionado como asociar una cosa con otra; unirse dos o más personas para un determinado fin.						
Población:		Valle de la Convención, Quillabamba-Cusco						
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Totamente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totamente de acuerdo
				1	2	3	4	5
Asociatividad	Empatía laboral	I1 Colaboración comercial	Es importante que exista un acuerdo entre las asociaciones de cacao con los productores independientes.					
			Es recomendable tener una relación comercial en el sector agroindustrial.					
			Cree que todos los trabajadores independientes de cacao se asocien.					
		I2 Habilidad Comercial	El cacao es un factor crucial para la venta hacia los consumidores.					
	Es importante establecer contacto con clientes.							
	Desempeño comercial	I1 Planificación	Se puede hacer una planificación antes de asociarse.					
			Considera que primero es necesario gestionar antes de planificar.					
			Es importante que los pequeños productores de cacao planifiquen si quieren asociarse.					
		I2 Objetivos en común	Se puede alcanzar el objetivo entre ambas partes.					
	Considera que el objetivo en común beneficia a ambos.							
	Fortalecimiento de capacidades	I1 Capacidad técnica	Considera que los pequeños productores tienen la habilidad de poder establecer un precio.					
			Se puede establecer un planteamiento de ventas.					
I2 Capacidad funcional		Es necesario mejorar el acceso de información.						
		Se puede fortalecer las capacidades en una asociación.						

Nombre del		Cuestionario						
Autor del Instrumento:		Deyby Pedro Felix Orozco Rojas						
Definición Conceptual:		Internacionalización: Implica la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global a través del mejoramiento de la productividad de sus empresas.						
Población:		Valle de la Convención, Quillabamba-Cusco						
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
				1	2	3	4	5
Internacionalización de los pequeños productores de cacao	Cooperación internacional	I1 Alianza comercial	Cree que es recomendable tener una alianza para poder internacionalizarse.					
			Considera que la internacionalización se puede mejorar a través de una alianza.					
			En una asociación les favorece internacionalizarse para cumplir metas.					
		I2 Unión de mypes	Considera que la unión de mypes es un crecimiento para el país.					
	La cooperación es un factor importante para las mypes.							
	Funciones comerciales	I1 Comercialización	Considera que es bueno internacionalizarse.					
			La comercialización es un factor importante para el crecimiento del País.					
		I2 Diseño de estrategias	Cree que es fundamental saber hacia qué mercado nos vamos a dirigir.					
			La venta de cacao hacia otros países es primordial.					
	Desarrollo de negociación	I1 Competencia	Considera que se debe hacer un seguimiento a otros países que exportan el cacao.					
			Cree que se considere una amenaza la internacionalización de cacao hacia un mercado desarrollado.					
		I2 Alcanzar los objetivos	Se puede alcanzar los objetivos tomando las mejores decisiones.					
Se puede realizar tácticas al momento de internacionalizar el cacao.								
		Considera que los pequeños productores de cacao una vez ya asociado pueden alcanzar sus objetivos al momento de internacionalizarse.						

ANEXO 4: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO ASOCIATIVIDAD

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

Se aplicó el Alfa de Cronbach para la confiabilidad del instrumento de la investigación. Se utiliza esta técnica para calcular el coeficiente de fiabilidad del instrumento de medición. El coeficiente puede estar entre 0 y 7, donde “0” significa una confiabilidad nula o depreciable y “7” representa una máxima confiabilidad siendo perfecta (alta).

- 1) Análisis de confiabilidad del indicador Colaboración comercial.

Tabla 1
Fiabilidad del indicador Colaboración comercial

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P01	2,73	1,42	0,82
P02	2,21	1,55	0,86
P03	2,44	1,35	0,82
Alfa de Cronbach = 0,91			

*p < 0,03

En la Tabla 1, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,82 y 0,86 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,91. En consecuencia las preguntas 01, 02 y 03 confirman la confiabilidad del indicador Colaboración comercial.

2) Análisis de confiabilidad del indicador Habilidad comercial.

Tabla 2
Fiabilidad del indicador Habilidad comercial

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P04	2,29	1,59	0,91
P05	2,37	1,64	0,91
Alfa de Cronbach = 0,96			

*p < 0,02

En la Tabla 2, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,91 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,96. En consecuencia las preguntas 04 y 05 confirman la confiabilidad del indicador Habilidad comercial.

3) Análisis de confiabilidad del indicador Planificación.

Tabla 3
Fiabilidad del indicador Planificación

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P06	2,37	1,12	0,62
P07	1,87	1,06	0,61
P08	2,20	1,13	0,60
Alfa de Cronbach = 0,77			

*p < 0,03

En la Tabla 3, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,60 y 0,62 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,77. En consecuencia las preguntas 06, 07 y 08 confirman la confiabilidad del indicador planificación.

4) Análisis de confiabilidad del indicador Objetivos en común.

Tabla 4

Fiabilidad del indicador Objetivos en común

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P09	2,07	1,45	0,75
P10	2,06	1,30	0,75
Alfa de Cronbach = 0,86			

*p < 0,02

En la Tabla 4, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,75 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,86. En consecuencia las preguntas 09 y 10 confirman la confiabilidad del indicador Objetivos en común.

5) Análisis de confiabilidad del indicador Capacidad técnica.

Tabla 5

Fiabilidad del indicador Capacidad técnica

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P11	2,45	1,36	0,58
P12	2,53	1,33	0,58
Alfa de Cronbach = 0,73			

*p < 0,02

En la Tabla 5, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,58 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,73. En consecuencia las preguntas 11 y 12 confirman la confiabilidad del indicador Capacidad técnica.

6) Análisis de confiabilidad del indicador Capacidad funcional.

Tabla 6
Fiabilidad del indicador Capacidad funcional

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P13	3,34	1,36	0,60
P14	2,69	1,31	0,60
Alfa de Cronbach = 0,75			

*p < 0,02

En la Tabla 6, se aprecia que las correlaciones ítem-total varía en 0,60 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,75. En consecuencia las preguntas 13 y 14 confirman la confiabilidad del indicador Capacidad funcional.

ANEXO 5: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO INTERNACIONALIZACIÓN

1) Análisis de confiabilidad del indicador Alianza comercial.

Tabla 7

Fiabilidad del indicador Alianza comercial

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P15	2,87	1,31	0,51
P16	2,70	1,36	0,73
P17	2,79	1,68	0,73
Alfa de Cronbach = 0,80			

*p < 0,03

En la Tabla 7, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,51 y 0,73 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,80. En consecuencia las preguntas 15, 16 y 17 confirman la confiabilidad del indicador Alianza comercial.

2) Análisis de confiabilidad del indicador Unión de mypes.

Tabla 8

Fiabilidad del indicador Unión de mypes

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P18	3,49	1,30	0,57
P19	3,65	1,32	0,57
Alfa de Cronbach = 0,72			

*p < 0,02

En la Tabla 8, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,57 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,72. En consecuencia las preguntas 18 y 19 confirman la confiabilidad del indicador Alianza comercial.

3) Análisis de confiabilidad del indicador Comercialización.

Tabla 9
Fiabilidad del indicador Comercialización

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P20	3,06	1,54	0,54
P21	2,74	1,75	0,54
Alfa de Cronbach = 0,70			

*p < 0,02

En la Tabla 9, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,54 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,70. En consecuencia las preguntas 20 y 21 confirman la confiabilidad del indicador comercialización.

4) Análisis de confiabilidad del indicador Diseño de estrategias.

Tabla 10
Fiabilidad del indicador Diseño de estrategias

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P22	2,62	1,42	0,81
P23	2,28	1,48	0,81
Alfa de Cronbach = 0,90			

*p < 0,05

En la Tabla 10, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,81 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,90. En consecuencia las preguntas 22 y 23 confirman la confiabilidad del indicador diseño de estrategias.

5) Análisis de confiabilidad del indicador Competencia.

Tabla 11
Fiabilidad del indicador competencia

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P24	2,74	1,46	0,72
P25	1,94	1,37	0,72
Alfa de Cronbach = 0,84			

*p < 0,05

En la Tabla 11, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,72 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,84. En consecuencia las preguntas 24 y 25 confirman la confiabilidad del indicador competencia.

6) Análisis de confiabilidad del indicador Alcanzar los objetivos.

Tabla 12
Fiabilidad del indicador alcanzar los objetivos

Pregunta	Promedio	Desviación Estándar	Correlación Ítem – Total
P26	2,20	1,23	0,50
P27	1,94	1,31	0,69
P28	2,58	1,34	0,55
Alfa de Cronbach = 0,75			

*p < 0,05

En la Tabla 12, se aprecia que las correlaciones ítem-total varían entre 0,50 y 0,69 con un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,75. En consecuencia las preguntas 26, 27 y 28 confirman la confiabilidad del indicador alcanzar los objetivo.

ANEXO 6: VALIDEZ DE JUICIO DE EXPERTOS

2

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (ASOCIATIVIDAD)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del instrumento:	Deyby Pedro Félix Orozco Rojas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente Asociatividad					
Población:	66 productores de cacao					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Cantidad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Empatía Laboral						
I1 Colaboración comercial	¿Qué tipo de colaboración realizan los pequeños productores de cacao en una asociatividad?	4	2	3	4	¿Que es fijo?
I2 Habilidad comercial	¿Los pequeños productores de cacao como utilizan sus habilidades en el comercio?	4	2	4	4	¿Que tipo hab?
D2 Cumplimiento Comercial						
I1 Planificación	¿Es posible planificar una unión entre MYPES?	4	4	4	4	
I2 Objetivos en común	¿Con que frecuencia se da los objetivos en común en una asociatividad?	4	3	4	3	
D3 Fortalecimiento de Capacidades						
I1 Capacidad técnica	¿Qué desarrollo de capacidad técnica podrían recibir los pequeños productores de cacao?	4	4	4	4	
I2 Capacidad funcional	¿Cómo se desarrollarán los pequeños productores de cacao para demostrar su capacidad funcional?	4	2	3	4	Funcional?

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Paul Villavieja Ch.	

Fecha:	25/6
--------	------

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N° 2
VARIABLE 2 (INTERNACIONALIZACIÓN)**

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del instrumento:	Deyby Pedro Felix Orozco Rojas					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente Internacionalización					
Población:	86 productores de cacao					
Dimensión / Indicador		Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Cooperación Internacional						
I1 Alianza comercial	¿Los pequeños productores de cacao pueden hacer alianza comercial?	4	4	4	4	
I2 Unión de Mypes	¿Cómo la unión de Mypes es utilizada por los pequeños productores de cacao?	4	3	4	4	
D2 Funciones Comerciales						
I1 Comercialización	¿Qué tipo de comercialización será utilizada por los pequeños productores de cacao para la internacionalización?	4	4	4	4	
I2 Diseño de estrategias	¿Es posible utilizar las 4P de marketing en una internacionalización?	4	3	4	4	
D3 Desarrollo de negociación						
I1 Competencia	¿Qué competencia será utilizada por los pequeños productores de cacao?	4	3	4	4	
I2 Alcanzar los objetivos	¿Qué tipos de objetivos pueden alcanzar los pequeños productores de cacao?	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Paul Villavieja ch.	
Fecha:	
25/6	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (ASOCIATIVIDAD)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Dayby Pedro Félix Orozco Rojas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente Asociatividad					
Población:	95 productores de cacao					
Dimensión / Indicador	Items	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Empatía Laboral						
I1 Colaboración comercial	¿Qué tipo de colaboración realizan los pequeños productores de cacao en una asociatividad?	4	4	4	4	Faltan requisitos
I2 Habilidad comercial	¿Los pequeños productores de cacao como utilizan sus habilidades en el comercio?	4	4	4	4	señal de pequeños de los pequeños sales de asociatividad
D2 Cumplimiento Comercial	→ descripción					
I1 Planificación	¿Es posible planificar una unión entre Mypes?	4	4	4	4	Requisitos necesarios
I2 Objetivos en común	¿Con que frecuencia se da los objetivos en común en una asociatividad?	4	4	4	4	
D3 Fortalecimiento de Capacidades						
I1 Capacidad técnica	¿Qué desarrollo de capacidad técnica podrían recibir los pequeños productores de cacao?	4	4	3	4	
I2 Capacidad funcional	¿Cómo se desarrollarán los pequeños productores de cacao para demostrar su capacidad funcional?	4	4	3	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
OSNAYO DELGADO RITA	

Fecha:	26-6-2017
--------	-----------

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (INTERNACIONALIZACIÓN)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Dayby Pedro Félix Orozco Rojas					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente Internacionalización					
Población:	95 productores de cacao					
Dimensión / Indicador	Items	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Cooperación Internacional		4				
I1 Alianza comercial	¿Los pequeños productores de cacao pueden hacer alianza comercial?	4	4	4	4	
I2 Unión de Mypes	¿Cómo la unión de Mypes es utilizada por los pequeños productores de cacao?	4	3	4	4	
D2 Funciones Comerciales						
I1 Comercialización	¿Qué tipo de comercialización será utilizada por los pequeños productores de cacao para la internacionalización?	3	3	3	3	
I2 Diseño de estrategias	¿Es posible utilizar las 4P de marketing en una internacionalización?	3	3	3	3	
D3 Desarrollo de negociación						
I1 Competencia	¿Qué competencia será utilizada por los pequeños productores de cacao?	4	3	4	4	explotar competencia
I2 Alcanzar los objetivos	¿Qué tipos de objetivos pueden alcanzar los pequeños productores de cacao?	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
OSWAYO DELGADO Rita	
Fecha:	
26-6-2017	

2

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (ASOCIATIVIDAD)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Deyby Pedro Félix Orozco Rojas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente Asociatividad					
Población:	86 productores de cacao					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Empatía Laboral						
I1 Colaboración comercial	¿Qué tipo de colaboración realizan los pequeños productores de cacao en una asociatividad?	✓	✓	✓	✓	
I2 Habilidad comercial	¿Los pequeños productores de cacao como utilizan sus habilidades en el comercio?	✓	✓	✓	✓	
D2 Cumplimiento Comercial						En la optica de un negocio Luceia y cumplimiento
I1 Planificación	¿Es posible planificar una unión entre MYPES?	✓	✓	✓	✓	Comercial no es V?
I2 Objetivos en común	¿Con que frecuencia se da los objetivos en común en una asociatividad?	✓	✓	✓	✓	¿Cmo se da de la Variable 1.
D3 Fortalecimiento de Capacidades						
I1 Capacidad técnica	¿Qué desarrollo de capacidad técnica podrían recibir los pequeños productores de cacao?	✓	✓	✓	✓	
I2 Capacidad funcional	¿Cómo se desarrollarán los pequeños productores de cacao para demostrar su capacidad funcional?	✓	✓	✓	✓	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma

Fecha:	22-06-2017.
--------	-------------

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (INTERNACIONALIZACIÓN)

Nombre del Instrumento	Encuesta					
Motivo de evaluación:						
Autor del Instrumento	Dayby Pedro Félix Orozco Rojas					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente Internacionalización					
Población:	86 productores de cacao					
Dimensión / Indicador		Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Cooperación Internacional						
I1 Alianza comercial	¿Los pequeños productores de cacao pueden hacer alianza comercial?	✓	✓	✓	✓	
I2 Unión de Mypes	¿Cómo la unión de Mypes es utilizada por los pequeños productores de cacao?	✓	✓	✓	✓	
D2 Funciones Comerciales						
I1 Comercialización	¿Qué tipo de comercialización será utilizada por los pequeños productores de cacao para la internacionalización?	✓	✓	✓	✓	
I2 Diseño de estrategias	¿Es posible utilizar las 4P de marketing en una internacionalización?	✓	✓	✓	✓	
D3 Desarrollo de negociación						
I1 Competencia	¿Qué competencia será utilizada por los pequeños productores de cacao?	✓	✓	✓	✓	
I2 Alcanzar los objetivos	¿Qué tipos de objetivos pueden alcanzar los pequeños productores de cacao?	✓	✓	✓	✓	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
<i>Claudet Carranza Louie</i>	<i>[Firma]</i>
Fecha:	22-06-2017.