



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**"PROPUESTA DE UN MODELO STARTUP
EXPORTADOR PARA LA COOPERATIVA
AGROINDUSTRIAL CACAO ALTO HUALLAGA, TINGO
MARÍA – 2019"**

PRESENTADO POR:

BACH. HUBER JAMES LUYO RODRÍGUEZ

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

ASESOR:

MG. JULIO HUMBERTO FLORES PIÑAN

HUÁNUCO – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mis padres y hermanas, que me brindaron su amor, comprensión y apoyo incondicional en la formación de mi carrera profesional forjándome virtudes y perseverancia en el alcance de mis metas.

Huber James

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso; por darnos la vida, paciencia y capacidad por haber sembrado en mi corazón el don de servir a nuestro prójimo, y que sea él quien guíe mis manos y que día a día me dé fuerzas para vencer los obstáculos que se me presenten.

A mi asesor de tesis; por haberme apoyado y guiado en culminación de mi tesis.

A los agricultores y a la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga; por su apoyo desinteresado en la realización de la presente investigación.

RECONOCIMIENTO

Quisiera dar un reconocimiento a mi asesor de tesis en apoyarme y guiarme en la culminación de mi tesis y también dar un reconocimiento a mis padres que sin su comprensión y apoyo no podría culminar con mis estudios.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RECONOCIMIENTO	IV
ÍNDICE	V
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	11
1.2 Delimitación de la Investigación	14
1.2.1 <i>Delimitación Espacial</i>	14
1.2.2 <i>Delimitación Social</i>	14
1.2.3 <i>Delimitación Temporal</i>	14
1.2.4 <i>Delimitación Conceptual</i>	14
1.3 Problema de Investigación	15
1.3.1 <i>Problema Principal</i>	15
1.3.2 <i>Problemas Secundarios</i>	15
1.4 Objetivos de la Investigación.....	16
1.4.1 <i>Objetivo General</i>	16
1.4.2 <i>Objetivos Específicos</i>	16
1.5 Hipótesis y Variables de la Investigación	16
1.5.1 <i>Hipótesis General</i>	16
1.5.2 <i>Variables</i>	17
1.6 Metodología de la Investigación	18
1.6.1 <i>Tipo y Nivel de Investigación</i>	18
1.6.2 <i>Método y Diseño de la Investigación</i>	19
1.6.3 <i>Población y Muestra de la Investigación</i>	19
1.6.4 <i>Técnicas e Instrumentos de la Recolección de Datos</i>	20
1.6.5 <i>Justificación e Importancia de la Investigación</i>	22
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	23
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	23
Internacional	23
Nacional.....	23
Regional y Local	24
2.2 Bases Teóricas	25
2.2.1 Modelo Startup Exportador de Cacao	25
2.2.1.1 <i>Análisis de Mercado y Productividad Cacaotera</i>	25
a) Estudio de Mercado	25

b)	Análisis Estratégico Externo e Interno	27
c)	Gusano Mazorquero de Cacao	29
d)	Competitividad Exportadora	31
2.2.1.2	<i>Modelo de Innovación y Exportación Cacaotera</i>	33
i)	Plan de Operaciones.....	33
ii)	Plan de Recursos Humanos.....	35
iii)	Control Biológico del Mazorquero	36
iv)	Comercio Electrónico	38
v)	Perfil Emprendedor Startup.....	40
2.3	Definición de Términos Básicos	41
2.4	Bases Históricas	44
2.5	Base Legal	45
	CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
3.1	Análisis de Tablas y Gráficos	47
3.1.1	<i>Análisis de Mercado y Productividad – Oferta Exportadora</i>	47
3.1.2	<i>Mortalidad y Rendimiento Productivo – Oferta Exportadora</i>	51
3.1.3	<i>Factores Limitantes e Incentivos Aduaneros – Comerciales</i>	54
3.1.4	<i>Modelo de Innovación y Exportación de Cacao</i>	57
3.1.5	<i>Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas</i>	60
3.1.6	<i>Startup E-Commerce y Habilidades Blandas de Emprendimiento</i>	61
3.2	Discusión de Resultados.....	63
	CONCLUSIONES	67
	RECOMENDACIONES	70
	FUENTES DE INFORMACIÓN	71
	 ANEXOS	 73
	ANEXO N.º 01 – Matriz de Consistencia.....	74
	ANEXO N.º 02 – Encuesta para medir el Perfil Exportador Cacaotero	75
	ANEXO N.º 03 – Ficha de Validación del Instrumento N.º 01	76
	ANEXO N.º 04 – Fotos de Daños al Cacao por el Gusano Mazorquero	77
	ANEXO N.º 05 – Fotos del Proceso Exportación de Cacao	78
	ANEXO N.º 06 – Fotos de los Derivados del Cacao para Producción	79

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Precio de un Jabón Natural de Competidores Directos.	25
Tabla 2. Objetivos del plan de operaciones.	33
Tabla 3. Aspectos positivos y negativos del sector privado.	40
Tabla 5. Aspectos positivos y negativos del sector Startup.	41
Tabla 5. Perfil Exportador Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	47
Tabla 6. Estudio de Mercado Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	48
Tabla 7. Apoyo Técnico Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	49
Tabla 8. Proceso Productivo Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	50
Tabla 9. Capacitaciones Cacaoteras – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	51
Tabla 10. Tasa de Mortalidad y Productividad de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	52
Tabla 11. Matriz FODA Modelo Startup Exportar de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	54
Tabla 12. Modelo de Negocios LEAN CANVAS “Exporta Directo” – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	57
Tabla 13. (%) Consumo de Cacao Mundial – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	58
Tabla 14. (TN) Consumo de Cacao Mundial – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	58
Tabla 15. Flujo Económico - Financiero “Exporta Directo” – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciclo de vida de la “mazorquero el cacao”.	30
Figura 2. Oferta Exportable de Servicios Descentralizada.	33
Figura 3. Análisis del % mortalidad de Carmenta Foraseminis.	37
Figura 4. Prueba de Tukey ($p < 0,05$) del % de esporulación de Carmenta Foraseminis.	37
Figura 4. Pagos electrónicos en el Perú.	39
Figura 6. Perfil Exportador Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	47
Figura 7. Estudio de Mercado Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	48
Figura 8. Apoyo Técnico Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	49
Figura 9. Proceso Productivo Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	50
Figura 10. Capacitaciones Cacaoteras – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	51
Figura 11. Daños del Gusano Mazorquero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	53
Figura 12. Proceso de Producción de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	55
Figura 13. Proceso de Exportación de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	56
Figura 14. Control Biológico del Gusano Mazorquero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	60
Figura 15. Sistema E-Commerce N.º 01 – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	61
Figura 16. Sistema E-Commerce N.º 02 – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.	61

RESUMEN

La presente investigación; se realizó con el objetivo de Proponer un Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.

En primer lugar; se ejecutó una encuesta y medición objetiva del Análisis de Mercado y Productividad de Oferta Exportadora, así como; el cálculo de la tasa de mortalidad y productividad del cultivo del cacao, por lo que se aplicó un cuestionario de 16 ítems, teniendo como principal resultado: que el 75.00% de los socios de la cooperativa no han realizado en ningún momento el estudio respectivo del mercado objetivo, así también, que la productividad en promedio se mantiene por encima del 62.50% del total cultivado y cosechado.

Si embargo; cabe mencionar que, para los Factores Limitantes e Incentivos Tributarios, Aduaneros y Comerciales de la Oferta Exportadora, se utilizó el análisis FODA respectivamente, donde se pudo observar la falta de compromiso de las autoridades de la zona para incentivar la exportación del cacao a un precio justo, por lo que, se desarrollaron algunas estrategias frente a ello, como son la asistencia técnica y apoyo laboral para los jóvenes mediante oportunidades ambientales internacionales.

Para todo ello; basado en el Modelo de Innovación y Exportación de Cacao para la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, se identificó que existe poca información detallada del proceso mismo de exportación de cacao y aun peor, los elevados costos de exportación.

Por ende; la presente investigación concluyó que el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, se desarrolló en base de un análisis detallado de la Oferta Exportadora del Cacao y sus derivados, redescubriendo así el perfil del consumidor internacional, que son el Europeo y el Chino, a los cuales no tienen acceso por su poca productividad principalmente por el Gusano Mazorquero, así; de diseñó un Modelo de Negocios “Exporta Directo” y de Control Biológico del Gusano Mazorquero que mejora todas las debilidades del sector, así como; del problema de la venta directa al exterior por medio de un Sistema E-Commerce Online.

ABSTRACT

The present investigation; It was carried out with the objective of Proposing an Exporting Startup Model, to Increase the Level of Sales in the Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga - Tingo María.

First; A survey and objective measurement of the Market Analysis and Export Supply Productivity was carried out, as well as; the calculation of the mortality rate and productivity of the cocoa cultivation, for which a questionnaire of 16 items was applied, having as main result: that 75.00% of the members of the cooperative have not carried out at any time the respective study of the target market, as well as that average productivity remains above 62.50% of the total cultivated and harvested.

However; It is worth mentioning that, for the Limiting Factors and Tax, Customs and Commercial Incentives of the Export Offer, the SWOT analysis was used respectively, where it was possible to observe the lack of commitment of the authorities of the area to encourage the export of cocoa at a price This is precisely why some strategies were developed to address this, such as technical assistance and job support for young people through international environmental opportunities.

For all this; Based on the Cocoa Export and Innovation Model for the Alto Huallaga Cacao Agroindustrial Cooperative, it was identified that there is little detailed information on the cocoa export process itself and even worse, the high export costs.

Thus; The present investigation concluded that the Export Startup Model, to Increase the Sales Level in the Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga - Tingo María, was developed based on a detailed analysis of the Export Offer of Cacao and its derivatives, thus rediscovering the profile of the international consumer, which are the European and the Chinese, to which they do not have access due to their low productivity, mainly due to the Mazorquero Worm, as well; designed a Business Model "Direct Export" and Biological Control of the Mazorquero Worm that improves all the weaknesses of the sector, as well as; of the problem of direct sales abroad through an E-Commerce Online System.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación; se enfoca en promover la exportación del cacao y de sus derivados de una forma justa y rentable, tomando en cuenta un análisis adecuado del mercado objetivo internacional, ya que en su mayoría la cadena productiva del cacao, chocolate y afines se desarrolla en el extranjero, teniendo como principal público objetivo el mercado Europeo y Chino; así mismo, se determinó que las principales dificultades que tienen los socios (agricultores) de la Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga, es la falta de un seguimiento y control periódico de la productividad en la siembra y cosecha de sus parcelas donde cultivan el cacao, mencionan también, que las capacitaciones brindadas por las autoridades solo son efectivas en la misma entidad, pero que cuando se aplican en el campo no dan buenos resultados.

Por tal motivo; mediante el estudio de mercado respectivo y del análisis FODA incluyendo las principales dificultades que padecen los agricultores en el proceso de exportación de cacao, se logra identificar que los clientes extranjeros desean coordinar y/o realizar sus pedidos directamente con los acopiadores o agricultores, ya que así se puede mejorar el envío y cumplir al mismo tiempo con las características y/o estándares de calidad que desea el público objetivo internacional. Por otro lado; para poder incrementar la productividad del cultivo de cacao, en este estudio se propone el control biológico del mismo con cepas nativas, a un costo moderado pero de un alto impacto, todo ello reformulado en el Modelo de Negocios “Exporta Directo”, que en la presente investigación se pretende desarrollar.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

A nivel mundial; se puede observar que, de la mano de los avances tecnológicos en las comunicaciones y el transporte, la globalización de la economía y los procesos de integración económica aparejados, conllevan cambios en la estandarización de los productos y en los gustos de los consumidores y redefinen, de esta forma, el marco en el cual las empresas planifican e implementan sus producciones. (Santos, 2016)

Y aún más, ante una economía globalizada, donde cada vez existe una mayor competencia internacional, es imprescindible esta redefinición para poder competir a nivel internacional. Así, las empresas afrontan la necesidad de redefinir sus ámbitos de actuación y adaptarse al incremento de la competencia en los mercados en los que ofrecen sus productos. (Santos, 2016)

Así mismo; el concepto de innovación social emerge en un escenario sumamente complejo: sobreexplotación y agotamiento de algunos recursos naturales, cambio climático, revolución tecnológica, crecientes demandas y aspiraciones sociales. (Guzmán, 2012)

Todo ello, en sociedades en las que la desigualdad económica aumenta. La diversidad de concepciones es, en parte, un reflejo de que la innovación social es un ámbito dinámico que se encuentra en definición y construcción de un cuerpo de conocimiento consolidado. (Guzmán, 2012)

En la realidad peruana; de los últimos años, la oferta de productos exportables se ha diversificado, es así que productos como los espárragos, las paltas, el cacao, el ají paprika, entre otros han ido apareciendo o consolidándose en los mercados internacionales; siendo los principales

distintivos de estos la calidad del producto y su origen orgánico. Otro punto que ha ayudado al repunte de estas exportaciones ha sido la apertura de nuevos mercados, gracias, en muchos casos, a los tratados de Libre comercio, siendo uno de los principales el TLC con EEUU; lo cual ha generado una ventaja competitiva a los productos agroindustriales peruanos. (Chávez & Juscamaita, 2013)

Dentro de los productos con mayor potencial y crecimiento en exportaciones está el cacao (en sus diferentes presentaciones). Este producto y sus derivados han comenzado a tener mayor demanda en los mercados internacionales, debido a que ha ganado una excelente reputación con respecto a su calidad; logrando desplazar a los grandes productores de estos como lo son Ghana, Ecuador, etc. (Chávez & Juscamaita, 2013)

El cacao se está exportando en sus diferentes presentaciones, sin embargo, en el caso del cacao tostado no se ha explotado del todo, ya que aún existe mercado insatisfecho en el extranjero. (Chávez & Juscamaita, 2013)

En el Departamento de Huánuco; la comercialización de cacao hasta la década de los ochenta e inicios de los noventa fue favorable para el productor cacaotero en términos de volúmenes y niveles de comercializados. (Simon, 2015)

Sin embargo, esta producción se vio afectado por la aparición de la enfermedad denominada monoliasis del cacao que trajo como consecuencia pérdidas económicas en más de 90% en las áreas cacaoteras a nivel nacional que aunadas a los problemas socio político y de narcotráfico presente en las zonas productoras de cacao por esos tiempos, trajo como consecuencia el abandono de las plantaciones. (Jorge, 2018)

A todo esto; se puede observar que, en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, no se cuenta con la asesoría técnica de un exportador de cacao, así como, una evidente falta de apoyo de las autoridades para la promoción del cacao, también que no existen talleres de agro-exportación del cacao en la localidad.

Por otro lado; existe una notoria falta de compromiso de las autoridades en el control sobre el gusano mazorquero de la producción del cacao, también, se observa la falta de apoyo técnico de los ingenieros agrónomos hacia los agricultores en el manejo del cacao, por lo tanto; todo ello se ve reflejado en la poca demanda laboral y experiencia de los jóvenes trabajadores en el manejo y cuidado del cacao.

Estos acontecimientos; son causados por que no existe un interés por parte de los socios por ampliar su mercado hacia el entorno de la exportación, el poco interés de las autoridades de incentivar en los agricultores la exportación de cacao, así como, por el poco apoyo del gobierno hacia los agricultores con poca experiencia en la exportación, y como también, el poco interés de realizar y organizar ferias productivas sobre las bondades del cacao para el consumo humano. Así también; la falta de gestión y creación de negocios innovadores orientados a la exportación del cacao a nivel mundial, por otro lado, la productividad se ve afectada por el tema de un déficit en el control del gusano mazorquero, que impacta en la producción de forma radical, ya que no se gestiona proyectos con DEVIDA sobre el tema de cacao.

Con todo lo anterior mencionado; si no se hace nada por solucionar dicha problemática en el sector exportador de productos naturales, disminuiría la rentabilidad y productividad de los agricultores cacaoteros en la zona, como también, una disminución alarmante de los ingresos mensuales per cápita de la localidad.

Por ende, y por la poca capacidad y orientación en el control del gusano mazorquero, dicha plaga se extendería por la zona, afectando las diversas plantaciones existentes, lo que disminuiría la producción y por consiguiente, aumentaría el desempleo y la delincuencia en los jóvenes, como también, incrementaría de algún modo el pandillaje y la drogadicción en la zona.

Por tal motivo; se realiza la investigación para Proponer un Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, Tingo María – 2019; porque el presente estudio al ser implementado logrará incrementar la rentabilidad empresarial de los agricultores dedicados a la exportación de cacao, así como; un aumento

en la productividad del cacao, y también en un número mayor de oportunidades laborales para los jóvenes, técnicos y profesionales de la localidad.

1.2 Delimitación de la Investigación

1.2.1 Delimitación Espacial

La presente investigación se realiza, en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, con domicilio legal en el Jr. Víctor Raúl Haya De La Torre N° 246 de la Ciudad de Tingo María, Distrito de Castillo Grande, Provincia de Leoncio Prado, Departamento de Huánuco.

1.2.2 Delimitación Social

El estudio se desarrolla, con la principal finalidad de Impulsar el Crecimiento Sostenible de la Producción de Cacao en la Ciudad de Tingo María, mediante la propuesta de un Modelo de Startup Exportador.

Por lo que; la recopilación de toda la información necesaria para la Toma de Decisiones por parte de los Agricultores de la zona, con el único propósito de mejorar su economía, reducir los niveles de mortalidad del cacao por agentes externos, incentivar el comercio nacional e internacional y brindar a los jóvenes con/sin experiencia, adecuadas oportunidades laborales en la región.

1.2.3 Delimitación Temporal

El presente estudio se desarrollará durante el periodo de 6 meses, desde el mes de octubre del 2019 hasta el mes de marzo del 2020; con la finalidad de poder identificar, describir y explicar las características de la variable de la presente investigación.

1.2.4 Delimitación Conceptual

Para la realización de la presente investigación, se tomaron aspectos teóricos y conceptuales que fueron: **1) Área:** Administración y Negocios Internacionales, **2) Campos:** Comercio Internacional, Administración de Operaciones, Responsabilidad Social y Gerencia de Marketing, **3) Líneas:**

Exportaciones, Procesos Productivos, Decisiones Estratégicas, Implementación de Planes y Programas de Responsabilidad Social y Comportamiento del Consumidor, **4) Temas Generales:** Estudio de Mercado, Análisis Estratégico, Productividad, Exportación, Viabilidad, Control Biológico, Startup, E-Commerce y Emprendimiento.

1.3 Problema de Investigación

1.3.1 Problema Principal

- ¿Cuál es el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, Tingo María – 2019?

1.3.2 Problemas Secundarios

- ¿Cuál es el Análisis de Mercado y Productividad de Oferta Exportadora de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?
- ¿Cuál es el Nivel de Mortalidad y Rendimiento Productivo en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?
- ¿Cuáles son los Factores Limitantes e Incentivos Tributarios, Aduaneros y Comerciales de la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?
- ¿Cuál es el Modelo de Innovación y Exportación de Cacao para la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?
- ¿Cuál es el Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?
- ¿Cuál es el Sistema Startup E-Commerce y Habilidades Blandas de Emprendimiento para la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

- Proponer un Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, Tingo María – 2019.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar el Análisis de Mercado y Productividad de Oferta Exportadora de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.
- Evaluar el Nivel de Mortalidad y Rendimiento Productivo en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.
- Determinar los Factores Limitantes e Incentivos Tributarios, Aduaneros y Comerciales de la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.
- Elaborar el Modelo de Innovación y Exportación de Cacao para la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.
- Proponer el Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.
- Proponer un Sistema Startup E-Commerce y Habilidades Blandas de Emprendimiento para la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.

1.5 Hipótesis y Variables de la Investigación

1.5.1 Hipótesis General

La presente investigación; por ser de carácter **descriptiva y propositiva**, no requiere de la formulación de hipótesis alguna. (Supo, 2012)

Es importante señalar, que, por lo general, la formulación de hipótesis es pertinente en investigaciones de nivel explicativo, donde se pretende establecer relaciones causales entre variables. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

En las investigaciones de nivel exploratorio y en algunas de carácter descriptivo comúnmente **no se plantean hipótesis explícita**, es decir, se trabaja con objetivos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) (Supo, 2012)

1.5.2 Variables

1.5.2.1 Definición conceptual de la variable

Es la aplicación de técnicas de análisis empresarial externo e interno para el estudio de estrategias de innovación en valor y de exportación, ya que con ello se otorga un gran apoyo a la rentabilidad empresarial en el sector productivo de cacao para el mercado nacional e internacional, con el objetivo de entender la complejidad del mismo en la localidad.

Con todo esto, se puede comprender de mejor manera cómo las características de la innovación en valor en dicho sector determinan el éxito y/o fracaso de la rentabilidad empresarial de nuevos negocios o proyectos exportadores.

1.5.2.2 Definición operacional de la variable

Se refiere a la recopilación de datos cualitativos contrastados con los datos recopilados por las diferentes técnicas de investigación de estrategias de innovación empresarial y un control de los diferentes estímulos de productividad y rentabilidad empresarial.

Todo ello; permiten una revisión externa e interna de las características del sector productivo de cacao; así como, los efectos de las características de la innovación en valor en la rentabilidad empresarial y exportación de la misma.

1.5.2.3 Operacionalización de la variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Modelo Startup Exportador de Cacao, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga.	Análisis del Mercado y Productividad de la Oferta Exportadora de Cacao en la Cooperativa Agroindustrial.	Estudio de Mercado
		Análisis Estratégico Externo e Interno
		Gusano Mazorquero de Cacao
		Competitividad Exportadora
		Plan de Operaciones
		Plan de Recursos Humanos
		Control Biológico del Mazorquero
		Comercio Electrónico
		Perfil Emprendedor Startup

1.6 Metodología de la Investigación

1.6.1 Tipo y Nivel de Investigación

a) Tipo de Investigación

Por el tipo de investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), la presente tesis reúne las condiciones metodológicas de una investigación **observacional – propositiva**, en razón, que se utilizan conocimientos de la Innovación Empresarial y de la Exportación de Cacao, a fin de ser aplicadas en la Propuesta de un Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga que en la presente investigación se aspira a desarrollar.

b) Nivel de la Investigación

Según (Supo, 2012); de acuerdo a la naturaleza de la investigación, el presente estudio cumple con la clasificación de nivel **descriptivo y propositivo**, ya que el principal objetivo de la investigación es medir u observar la variable en su estado natural (sin intervención externa) y

proponer nuevos conocimientos, técnicas y/o herramientas, basadas en el análisis previo hecho.

1.6.2 Método y Diseño de la Investigación

a) Método de Investigación

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el método de investigación es **cuantitativo**, porque se realiza mediciones numéricas de la variable de interés; y a través del **método científico** se obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares; observando y registrando los hechos, y luego llegando a conclusiones importantes a través del **análisis estadístico**.

b) Diseño de Investigación

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014); el diseño de la investigación corresponde al **observacional**, donde la variable de interés no es afectada por el presente estudio de investigación, y no pretende determinar la relación causa-efecto o correlación.

$$\boxed{\text{COACAH} \Leftarrow \text{O}}$$

Donde:

COACAH= Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga de la Ciudad de Tingo María - Castillo Grande - Leoncio Prado - Huánuco.

O = Observación y Análisis para recabar datos e información de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga., para desarrollar el Modelo Startup Exportador, para Incrementar EL Nivel de las ventas.

1.6.3 Población y Muestra de la Investigación

a) Población

La población está constituida por **450 socios** distribuidos en 5 zonas que comprenden las regiones de Huánuco, San Martín y Ucayali; de

acuerdo, a la información recopilada del sitio web de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, visitado el 07/10/2019 en el portal: <http://www.cacaoaltohuallaga.com>

b) Muestra

La muestra está conformada por **40 socios** de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, según se observa en el desarrollo diario de las actividades dentro en la Ciudad de Tingo María.

Tamaño de la Muestra: Cuando se conoce el tamaño real de la población, se utiliza la siguiente formula.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Donde:

- N = 450 (número total de SOCIOS en la Cooperativa Agroindustrial)
- Z = 1.96 (95% de Confiabilidad)
- p = 0.97 (97% de Probabilidad a favor de un suceso SOCIO)
- q = 0.03 (3% de Probabilidad en contra de un suceso SOCIO)
- e = 0.05 (5% del margen de error que se prevé cometer)

$$n = \frac{450 \times 1.96^2 \times 0.97 \times 0.03}{0.05^2 \times 449 + 1.96^2 \times 0.97 \times 0.03} = \frac{50.305}{1.2342} = 40.76 \rightarrow \boxed{n = 40}$$

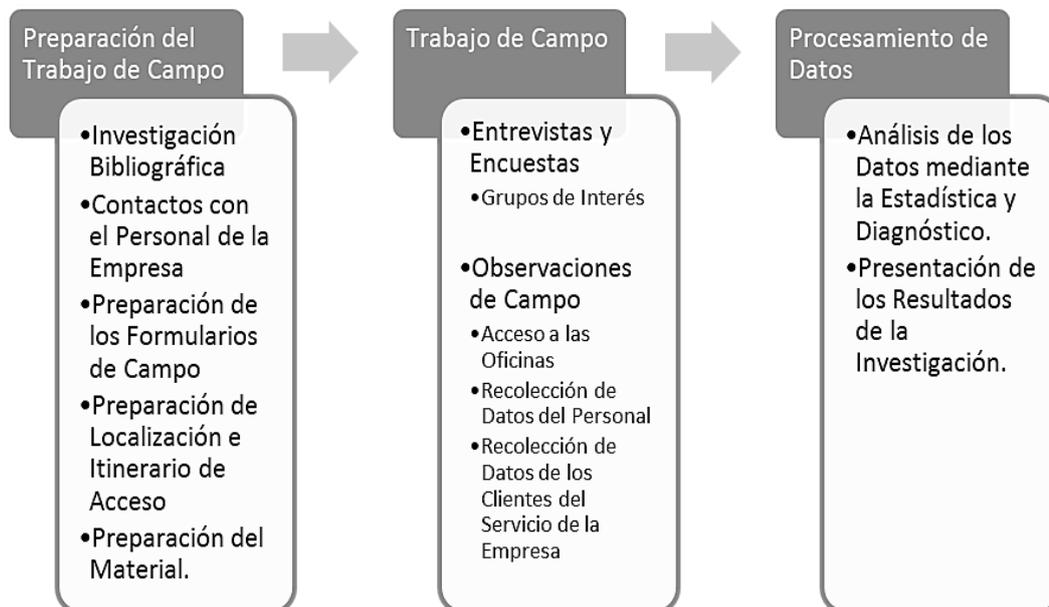
La muestra de los SOCIOS de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, se determinó de forma **PROBABILÍSTICA**, debido al acceso viable a la información necesaria por parte de la tesista del presente estudio de investigación.

1.6.4 Técnicas e Instrumentos de la Recolección de Datos

a) Técnicas

De acuerdo con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), la recolección y procesamiento de datos requiere de las siguientes

actividades: La selección del instrumento o método de recolección, la aplicación del mismo y preparar las observaciones, registros y mediciones obtenidas para que se analicen.



Es necesario que el instrumento o método de recolección cumpla con dos requisitos importantes, los cuáles son: confiabilidad y validez, refiriéndose a la primera como el grado en que la aplicación repetida del mismo arroja resultados iguales y la validez al grado en que dicho instrumento mide en realidad la variable que pretende medir. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Menciona también algunos pasos del procedimiento para construir el instrumento de medición los cuales son: listar las variables, revisar su definición conceptual y comprender su significado, revisar cómo han sido definidas operacionalmente, elegir el instrumento de medición que haya sido favorecido por la comparación y adaptarlo al contexto de la investigación, indicar el nivel de medición, indicar cómo se habrán de codificar los datos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Este instrumento fue diseñado tomando en cuenta las variables que den los resultados que necesitaban para cumplir con los objetivos de la investigación, y fue elaborado con preguntas cerradas de tipo dicotómico, escala Likert y codificación de escalas.

b) Instrumentos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	ÍTEMS
1. Encuesta	1.1. Ficha de encuesta	Para la obtención de datos
2. Entrevistas	2.1 Ficha de entrevista	
3. Fichaje	3.1. Fichas Textuales	Para el desarrollo de la perspectiva teórica (Estado del arte)
	3.2. Resúmenes	Para el desarrollo del Marco teórico
	4.1 Fichas de resumen	
4. Análisis Documental	4.2. Fichas de análisis	Para el desarrollo de los objetivos y la obtención de información y el respectivo análisis.
	4.3. Análisis de informes, etc.	
5. Estadística	5.1 Tablas y graficas	Para el desarrollo del análisis de datos

1.6.5 Justificación e Importancia de la Investigación

a) Justificación de la Investigación

La presente investigación tiene un carácter de justificación PRÁCTICA; ya que al final de la investigación se obtendrá un Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga de la Ciudad de Tingo María.

b) Importancia de la Investigación

El presente estudio de investigación a desarrollar es importante porque propone el incremento de la actividad exportadora de cacao, mediante el uso continuo de la comercialización directa entre los consumidores finales a través de los canales de comunicación digital. Por otro lado, también pretende disminuir el impacto de la plaga del Mazorquero de Cacao, mediante la futura implementación de Cepas Nativas como medio de control biológico ante dicha enfermedad mencionada.

c) Limitaciones

A priori y hasta el término del informe; para la presente investigación no se ha encontrado ningún tipo de limitación existente.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Internacional

(Moslares, 2001) desarrolló una tesis doctoral titulada: *“Estrategia empresarial e innovación como concluyentes de la intensidad exportadora: un análisis empírico”*, cuyo **objetivo** fue analizar la estrategia de internacionalización de las empresas poniendo de manifiesto los ámbitos estratégicos dónde los empresarios pueden mejorar e incrementar los resultados externos de sus empresas. Este estudio **concluyó** que; las investigaciones concernientes al examen del resultado exportador de las empresas en base a sus capacidades competitivas, se ha centrado en la individualización de todos aquellos factores explicativos por los cuales las empresas toman la decisión de exportar, así como del esfuerzo exportador expresado normalmente, por el porcentaje de las ventas totales que la empresa consigna a los mercados externos.

Nacional

(Dávila, 2018) realizó una tesis, titulada: *“Control Biológico el Mazorquero del cacao (Carmenta foraseminis), utilizando dos cepas nativas de Beauveria bassiana, Región San Martín”*, cuyo **objetivo** fue determinar la patogenicidad de dos cepas nativas de Beauveria bassiana en el control de huevos, larvas y pupas de Carmenta foraseminis en condiciones de laboratorio, evaluando la cepa nativa de Beauveria bassiana más patogénica y el estadio de Carmenta foraseminis más susceptible, buscando solucionar el problema del “mazorquero”, para evitar el uso de productos químicos y pérdidas

económicas al productor cacaotero. Este estudio **concluyó** que; por lo que se concluye que la cepa 2 de *Beauveria bassiana* y que el estadio de huevo tuvo mejores resultados en los tres indicadores evaluados, deduciendo que, si es patogénico para el control de la plaga *Carmenta foraseminis*, a comparación de la cepa 1, y de los estadios de larva y cocón con pupa que han tenido buenos resultados, pero no superan al T7.

(Chávez & Juscamaita, 2013) desarrollaron una tesis, titulada: *“Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado estadounidense”*, cuyo **objetivo** fue desarrollar el flujo óptimo del proceso, generando el más bajo costo de actividad y de manipulación. Este estudio **concluyó** que; las dos variables que afectan con mayor fuerza al proyecto son la de precio de venta del producto y la de demanda del proyecto, debido a que analizando la sensibilidad del Proyecto a variaciones porcentuales de estas dos variables se obtiene que se podría presentar casos negativos cuando se posea una aversión muy alta al riesgo y se encuentre a la vez en escenarios pesimistas; sin embargo al evaluar el esperado del Valor Actual Neto con cualquier riesgo llega a ser factible el proyecto, concluyéndose así la viabilidad de este en cualquier escenario, incluyendo los pesimistas.

Regional y Local

(Simon, 2015) desarrolló una tesis magistral, titulada: *“Modelo del Clúster del Producto Orgánico Cacao y el E-Commerce como Soporte Tecnológico para acceder al Mercado Internacional - Región Huánuco”*, cuyo **objetivo** fue determinar el modelo del clúster del producto orgánico cacao y el e-commerce como soporte tecnológico para acceder al mercado internacional en la Región Huánuco. Este estudio **concluyó** que; el Modelo del Clúster del producto orgánico cacao y el e-commerce como soporte tecnológico para acceder al mercado internacional en la Región Huánuco, está constituido por los siguientes: Producto Orgánico, Normas y Reglamentos, Gestión, Clúster, E-commerce y Mercado Internacional.

(Jorge, 2018) desarrolló una tesis, titulada: *“Efecto de Entomopatógenos y un insecticida químico en el control del “Mazorquero del cacao” (*Carmenta foraseminis* Busck (*Eichlin*)) en el caserío de Pumahuasi”*, cuyo **objetivo** fue

determinar el efecto de la mezcla de productos biológicos y un producto químico en el control del “Mazorquero del cacao”. Este estudio **concluyó** que; la aplicación de los insecticidas biológicos y químicos tienen el efecto positivo en la reducción de la incidencia inicial de 45.18 % de “Mazorquero de cacao” en toda el área de la parcela en estudio.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Modelo Startup Exportador de Cacao

2.2.1.1 Análisis de Mercado y Productividad Cacaotera

a) Estudio de Mercado

Como competidores directos, las pequeñas empresas que producen y venden productos naturales para el cuidado personal (principalmente jabón) serán consideradas como competidores directos (Guzmán, 2012, pág. 20)

Tabla 1. Precio de un Jabón Natural de Competidores Directos.

Nombre Marca	Gramos	Precio Jabón (\$)
COE Patagonian Cosmetics	70	3.000
Agua Lluvia	70	3.600
Natural Soap	100	3.300
Spacio Natural	100	1.990
Spa Relax	100	3.900

Fuente: Tesis “Plan de Negocios para una empresa de productos naturales para el cuidado personal” (2012)

Lush

La tienda local en el centro comercial Parque Arauco cuenta hoy con seis puntos de venta. Esta reconocida marca se ha destacado en todo el mundo, inventó sus propios productos y perfumes, además de no testear en animales, sigue la filosofía artesanal y solo utiliza ingredientes seguros vegetarianos y sintéticos en los productos que se necesitan. (Guzmán, 2012, pág. 23)

Weleda

Los productos para el cuidado del cuerpo son importados de Alemania y Argentina y están elaborados a partir de plantas medicinales cultivadas de acuerdo con las normas de la agricultura orgánica. Su mayor capacidad

radica en la idea de crear productos "para desarrollar una serie de productos sanitarios verdaderamente innovadores que armonicen con el ser humano y la naturaleza", lo que los convierte en distribuidores naturistas profesionales y encuentran su camino en los grandes supermercados y farmacias. (Guzmán, 2012, pág. 23)

L'Occitane

Sus productos están inspirados en los campos de la Provenza y las tradiciones y técnicas de esta tierra. Aún hoy, todos sus productos se desarrollan y producen allí, siempre que el cuidado y la creación de la felicidad de las personas que utilizan sus productos. Su mayor capacidad radica en su misión "de revivir los colores, aromas y tradiciones de la Provenza en sus tratamientos, productos de belleza y hogar", por lo que entrar en la tienda significa ser transportado al Mediterráneo, creando una experiencia de compra única. (Guzmán, 2012, pág. 23)

Natura

Su mayor capacidad es convertirse en una de las marcas más reconocidas del país por la calidad de sus productos y la atención extra de los consumidores de que los cosméticos que utilizan son de origen natural y no prueban en animales. De igual forma, este modelo de venta permite cubrir un amplio abanico, sin alta inversión fija, y sin demasiada publicidad, solo un gran número de representantes. (Guzmán, 2012, pág. 23)

Vz

Sus productos se basan en las diferentes características de la naturaleza, haciéndolos adaptarse a diferentes tipos de piel y necesidades corporales. Aunque sus productos contienen ingredientes naturales, también existen diversos compuestos sintéticos, que son visibles en la etiqueta y generan cierto grado de desconfianza entre un grupo de consumidores. (Guzmán, 2012, pág. 24)

Kiehl's

Lo extraordinario de esta marca es la atención al cliente, su filosofía es "probar primero y comprar después", ofreciendo siempre muestras generosas, aunque no se compren, y dada la buena calidad del producto, esto dará lugar a futuras compras. (Guzmán, 2012, pág. 24)

Logona

Sus productos se fabrican y envasan de acuerdo con la estricta política ecológica de la empresa y no contienen colorantes, fragancias ni conservantes sintéticos. Tampoco contienen parafina u otros insumos derivados del petróleo, ni materias primas derivadas de animales. Su mayor capacidad es que ofrece una amplia gama de productos, desde productos de baño hasta cosmética 100% natural. (Guzmán, 2012, pág. 24)

b) Análisis Estratégico Externo e Interno

Los avances en productos farmacéuticos y biotecnología han logrado grandes avances en la industria del cuidado de la piel. (Guzmán, 2012, pág. 9)

No hay empresa en el mundo que certifique la naturalidad del producto. Sin embargo, hay cuatro organizaciones internacionales que proporcionan sellos de certificación importantes: ECOCERT (Francia), BDIH (Alemania), Soil Association (Reino Unido), AIAB (Italia), que dan el estándar de que los cosméticos se clasifican como naturales y ecológicos. respectivas certificaciones. (Guzmán, 2012, pág. 9)

Tendencias Sociales y Culturales

Debido al calentamiento global y otras tendencias ambientales, más personas se preocupan por el mundo, lo que lleva que una parte de prefiera las compras llamadas "verdes". (Guzmán, 2012, pág. 10)

Hay una tendencia obvia en el mundo, es decir, vivir una forma de vida natural. Las personas que usan cosméticos y cremas para la piel son cada vez más conscientes de los efectos nocivos de algunos ingredientes sintéticos utilizados en la industria. (Guzmán, 2012, pág. 10)

Tendencias Socioeconómicas

La población con mayor consumo de cosméticos (60%) corresponde a mujeres entre 30 y 50 años en el segmento de mercado A, B y C1-C2. (Guzmán, 2012, pág. 10)

Factores Críticos de Éxito:

- Distíngase de sus competidores y otorgue a sus productos un sello único, por ejemplo, su propia marca, certificación de calidad y origen natural del producto, consumibles utilizados, proceso de producción, etc. (Guzmán, 2012, pág. 13)
- Determinar si el producto es para un nicho de mercado o para un mercado masivo. (Guzmán, 2012, pág. 13)
- Cumplir con los estándares de calidad. (Guzmán, 2012, pág. 13)
- Posicionar bien la marca a través de atributos diferenciados, hacerla reconocida en el mercado y fidelizar al consumidor. (Guzmán, 2012, pág. 13)

Análisis de la Cadena de Valor

A través del siguiente análisis, podemos identificar aquellas actividades que crean valor y brindan una ventaja competitiva. Las principales actividades y actividades de apoyo de la empresa se presentan en detalle. (Guzmán, 2012, pág. 14)

Logística Interna

La manipulación y almacenamiento de materias primas e insumos garantizará que se minimicen los daños y se protejan sus características, asegurando así la calidad de los cosméticos a realizar. (Guzmán, 2012, pág. 14)

Logística Externa

La entrega de los pedidos se completará de forma rápida y oportuna, por lo que se establecerán estos horarios y fechas fijadas para evitar almacenar productos vendidos y/o perder ventas por no entrega en el momento adecuado, reduciendo así los posibles costes. (Guzmán, 2012, pág. 14)

c) Gusano Mazorquero de Cacao

Es un grupo de herbívoros, reducirán el rendimiento del cultivo, reducirán el valor de la cosecha o aumentarán su costo de producción. (Jorge, 2018, pág. 15)

Categorías de plagas

Las plagas potenciales generalmente constituyen la mayoría de las especies de insectos en las tierras agrícolas y ocurren en poblaciones bajas o muy bajas. (Jorge, 2018, pág. 15)

Las plagas migratorias son especies de insectos no residentes en las tierras de cultivo, pero debido a sus hábitos migratorios, pueden ingresar a las tierras de cultivo con regularidad. Las plagas ocasionales son poblaciones de insectos que solo aparecen en cantidades dañinas en un momento específico o en un año específico. (Jorge, 2018, pág. 15)

Asimismo, las "mazorcas de cacao" pertenecen a la familia de las leguminosas, que incluye 150 géneros y unas 1.400 especies, distribuidas en todo el mundo. (Jorge, 2018, pág. 17)

Morfología de "mazorquero de cacao"

La cabeza tiene un ápice de marrón a negro, un borde occipital amarillo fuerte en la espalda y blanco en los lados. Las antenas de diferentes colores tienen 2/3 de negro en la base y un tercio de ancho en la parte superior, marrón rojizo; las antenas en la superficie ventral son de color marrón rojizo. La frente femenina es completamente blanca, mientras que el color de la frente masculina es variable. (Jorge, 2018, pág. 17)

Observa una de estas cuatro formas: 1. totalmente crema; 2. totalmente marrón; 3. marrón en la región dorsal y blanca en los laterales y 4. blanca en la región dorsal y marrón en los laterales. (Jorge, 2018, pág. 17)

Ciclo de vida del “mazorquero del cacao”

El ciclo de huevo a adulto es de 71 días. Los huevos se depositan solos sobre la piel de la fruta, especialmente cuando están a punto de madurar a partir de los tres meses. El período de incubación es de 7 días. (Jorge, 2018, pág. 18)

Cuando el adulto está por aparecer, la pupa rompe el capullo y se desliza hacia la superficie del fruto, exponiendo la parte de la pupa que se ha caído, y luego el adulto aparece inmediatamente. (Jorge, 2018, pág. 19)

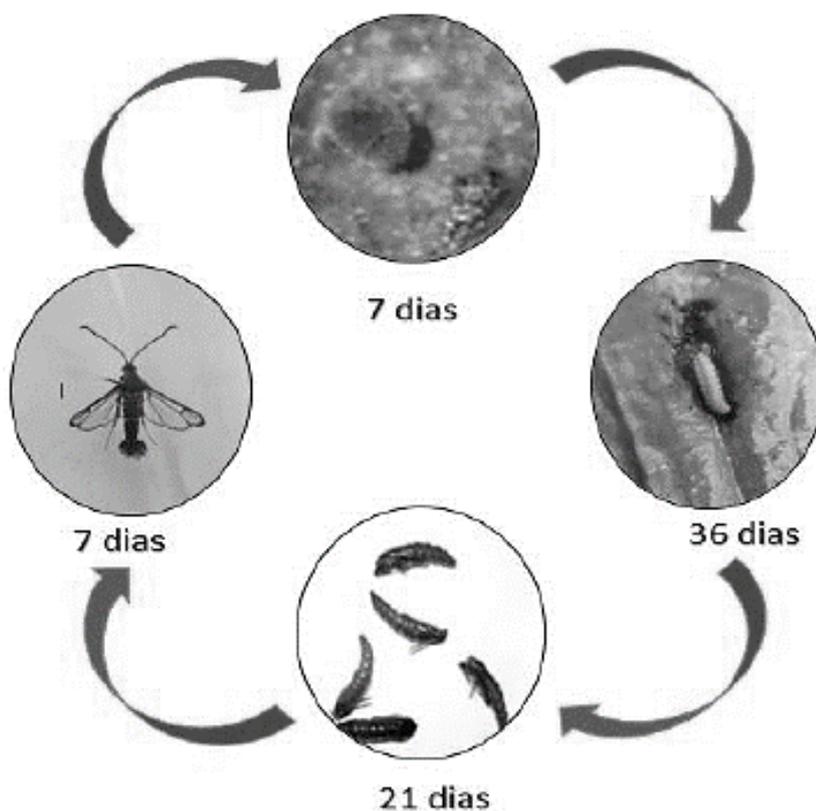


Figura 1. Ciclo de vida de la “mazorquero el cacao”.

Fuente: Tesis “Efecto de Entomopatógenos y un insecticida químico en el control del “Mazorquero del cacao” (Carmenta foraseminis Busck (Eichlin)) En el Caserío de Pumahuasi” (2018)

Daños de “mazorquero en el cacao”

Destruye la placenta y perfora los granos de cacao. En este caso, las larvas sí penetran en el mesocarpio del fruto y se alimentan de las semillas;

además del daño principal, el comportamiento de este insecto es propicio para la pudrición de los granos de cacao. (Jorge, 2018, pág. 20)

Tiempo relativo que copula del mazorquero

Los hombres son muy atractivos para las mujeres. Por otro lado, estos aspectos prueban y confirman que las hembras liberan feromonas biológicamente activas para los machos. (Jorge, 2018, pág. 21)

d) Competitividad Exportadora

No cabe duda de que el comercio de servicios contribuye al desarrollo económico del país, porque de este factor depende gran parte de la producción y el empleo. Además, la industria de servicios es directamente proporcional al PIB (producto interno bruto) de cada país. (Gutiérrez, 2017, pág. 71)

Factores que limitan la oferta exportable en el Perú

El Banco Mundial publica un informe anual sobre competitividad global llamado "Doing Bussines", que clasifica las economías de 190 países y evalúa la conveniencia que se brinda para hacer negocios. (Gutiérrez, 2017, pág. 72)

- **Apertura de un negocio.** Es decir, en Perú iniciar un negocio requiere un tiempo de espera mayor (aproximadamente 25 días), mientras que en otros países de la región el tiempo de espera es de 5 a 6 días. (Gutiérrez, 2017, pág. 72)
- **El pago de impuestos.** A pesar de los esfuerzos del gobierno para simplificar y automatizar los procedimientos tributarios, la SUNAT todavía se considera una entidad que no es amigable con los contribuyentes. (Gutiérrez, 2017, pág. 72)
- **El comercio transfronterizo.** Dentro del Grupo de la Alianza del Pacífico, Perú tiene el menor número de exportaciones de bienes y servicios, aunque México, Colombia y Chile tienen casi la misma

cartera de tratados de libre comercio que el nuestro. (Gutiérrez, 2017, pág. 72)

Otros factores que dificultan las exportaciones: sobrecostos e informalidad laboral, recursos laborales escasamente calificados, nuestra infraestructura es muy frágil para afrontar los desastres naturales, Incertidumbre política y económica por los casos de corrupción, e Insuficiente atención a las actividades de investigación, innovación y desarrollo. (Gutiérrez, 2017, pág. 72)

MINCETUR

Responsable de formular, orientar, implementar, coordinar y supervisar las políticas de comercio exterior y turismo. (Gutiérrez, 2017, pág. 79)

Especialmente en materia de comercio exterior, el MINCETUR tiene la responsabilidad de coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Economía y Finanzas para promover las exportaciones y participar en las negociaciones comerciales internacionales. (Gutiérrez, 2017, pág. 79)

PROMPERÚ

La promoción de exportaciones es "la implementación de estrategias de promoción de exportaciones de bienes y servicios en el mercado internacional en condiciones competitivas." (Gutiérrez, 2017, pág. 82)

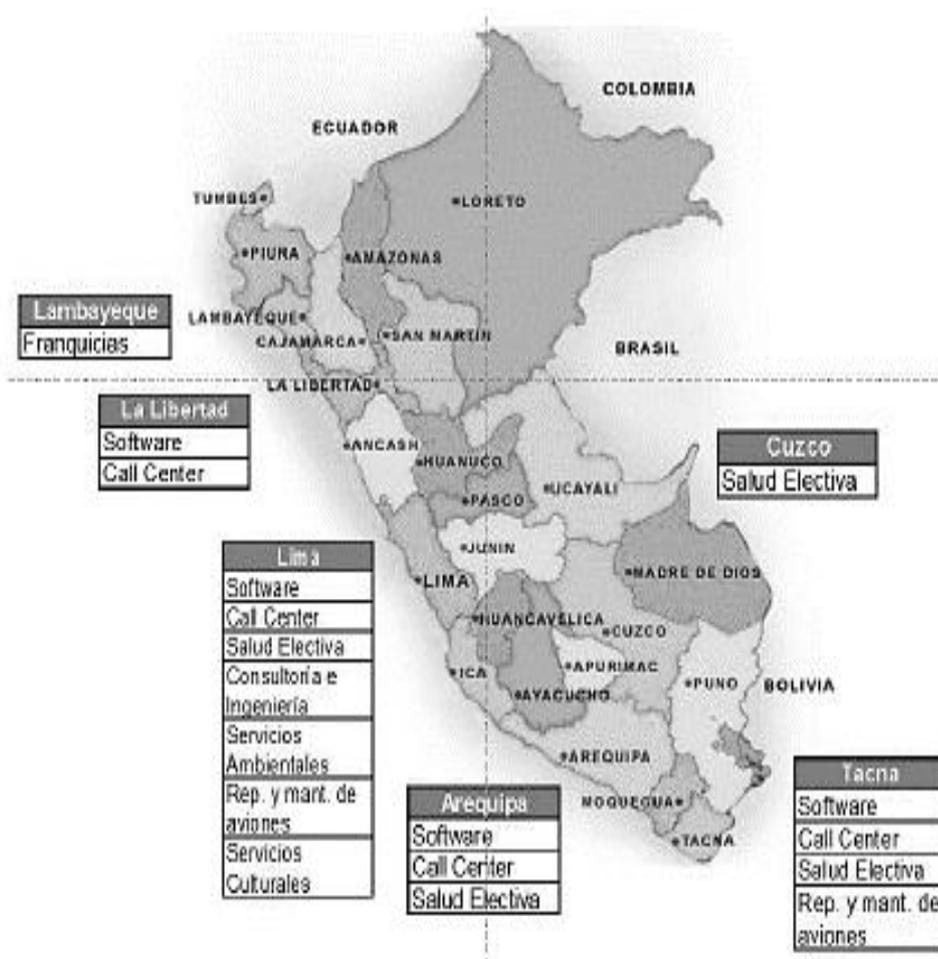


Figura 2. Oferta Exportable de Servicios Descentralizada.

Fuente: Tesis "La Exportación de servicios en el Perú: Realidad y Perspectivas" (2017)

2.2.1.2 Modelo de Innovación y Exportación Cacaotera

i) Plan de Operaciones

Tabla 2. Objetivos del plan de operaciones.

Criterio	Métrica	Herramientas	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
			2017	2018 - 2020	2021 en adelante
Eficiencia	Porcentaje de productos distribuidos antes de su vencimiento	Monitorear la fecha de vencimiento por código de producto	95%	98%	99%
Rotación de inventario	Cantidad de veces que el inventario es vendido	Cantidad de productos facturados y cantidad comprados	52	80	100
Frecuencia promedio de atención a cada punto	Número de visitas por punto en una semana	Hojas de ruta y facturas emitidas por punto	1,3	2,0	2,5

Fuente: Tesis "Plan de Negocio para la Comercialización de Alimentos Orgánicos a través del Canal Tradicional" (2016)

Diseño del servicio

El diseño del servicio es la clave para mejorar la eficiencia. Por lo tanto, hay dos puntos clave de diseño. (Guevara, 2016, pág. 42)

La primera es la entrega o entrega, la más importante de las cuales es la ruta de entrega. Y el segundo factor clave es la interacción con el enólogo. (Guevara, 2016, pág. 42)

Diseño de las instalaciones

Estas instalaciones están diseñadas de acuerdo con la escala de operaciones, pero están ubicadas en ubicaciones que permiten una expansión futura anticipada. Es muy importante que estas instalaciones estén certificadas orgánicamente para poder desechar adecuadamente los productos comprados sin contaminarlos. (Guevara, 2016, pág. 42)

Se ha observado que existe un área de almacenamiento en seco y otra área de almacenamiento en frío. (Guevara, 2016, pág. 42)

Actividades preoperativas

Las actividades preoperativas se refieren a todas las actividades que ocurren antes del inicio de las operaciones. La siguiente es una lista de estas actividades (Guevara, 2016, pág. 45):

- Constituir a la empresa, registrando contablemente sus libros
- Tramitar el RUC de la empresa
- Separar el nombre de marca y registrarlo
- Evaluar distintos proveedores
- Diseñar la cartera de productos que se manejarán
- Establecer acuerdos de largo plazo con proveedores, que serían agricultores orgánicos o productores de procesados, como salsas, jugos, etcétera
- Búsqueda de un local, que pueda servir de almacén y oficina
- Instalar teléfono e internet en el local de la empresa
- Adquirir nueve unidades de transporte
- Contratar al personal requerido, en función de los perfiles de cargo.

Para todo lo mencionado anteriormente, se debe contratar una empresa especializada para la selección de personal adecuado y/o capacitado. (Guevara, 2016, pág. 45)

ii) Plan de Recursos Humanos

La empresa necesita una estructura organizativa que pueda realizar con éxito las actividades. Esto determinará las posiciones que se deben implementar y las relaciones entre ellas. (Guzmán, 2012, pág. 61)

La definición de cada puesto incluye especificar la información personal que debe tener cada persona que desempeñe el puesto, así como los deberes y responsabilidades correspondientes. (Guzmán, 2012, pág. 61)

Gerente general

La empresa necesita una estructura organizativa que pueda realizar con éxito las actividades. Esto determinará las posiciones que se deben implementar y las relaciones que existen entre ellas.

La definición de cada puesto incluye especificar la información personal que debe tener cada persona que desempeñe el puesto, así como los deberes y responsabilidades correspondientes. (Guzmán, 2012, pág. 64)

Jefe Producción

El objetivo de este puesto: Además de cumplir con las metas establecidas a nivel de producción, también es responsable de la producción y suministro de insumos, y el control de inventarios. (Guzmán, 2012, pág. 64)

Jefe Comercial

Además de cumplir con las metas marcadas a nivel comercial, también es responsable de las ventas directas y promoción. (Guzmán, 2012, pág. 65)

Contador (Externo)

Objetivo laboral: Responsable de la contabilidad externa de la empresa.
(Guzmán, 2012, pág. 66)

Informático (Externo)

Objetivo del cargo: Dar soporte y mantenimiento técnico a la empresa a nivel informático. (Guzmán, 2012, pág. 67)

Asesoría (Externa)

Objetivo del cargo: Ser el canal de distribución y comercialización de los productos directamente a las clientas. (Guzmán, 2012, pág. 67)

iii) Control Biológico del Mazorquero

Hongo Beauveria bassiana

Este hongo ha sido aislado de más de 200 órdenes diferentes de insectos, incluidas plagas de cultivos de importancia económica. (Dávila, 2018, pág. 10)

Estos hongos aparecen como colonias blancas y se vuelven de color crema, amarillo claro, incoloro al color amarillo o rojizo opuesto en el agar medio Papa glucosa. (Dávila, 2018, pág. 11)

Importancia

Beauveria bassiana, al igual que otros hongos patógenos de insectos, antes de matar al huésped, puede causar síntomas importantes como pérdida de sensibilidad, falta de coordinación, letargo, pérdida de apetito, melanización y parálisis. (Dávila, 2018, pág. 11)

Características morfológicas

El hongo forma un micelio blanco parecido al algodón después de 15 días de desarrollo. Se volverá amarillo con el tiempo. Por el contrario, el centro es rojo y la periferia es amarilla. (Dávila, 2018, págs. 11 - 12)

Este hongo produce una enfermedad llamada "almizcle blanco" porque el cuerpo del insecto tiene una apariencia típica de algodón. Las hifas se ramifican para formar conidióforos simples e irregulares con extremos agrupados, la base de los conidióforos se abomba y el inserto de conidios se adelgaza, la longitud globular es de $3\mu\text{m}$ y el grosor es de $2\mu\text{m}$. ancho. (Dávila, 2018, págs. 11 - 12)

Los insectos infectados por *Beauveria bassiana* muestran signos de esta enfermedad, a saber, mosca blanca. Hay una capa blanca muy densa en la superficie del cadáver, formada por el micelio y las esporas del hongo, generalmente momificado. (Dávila, 2018, pág. 12)

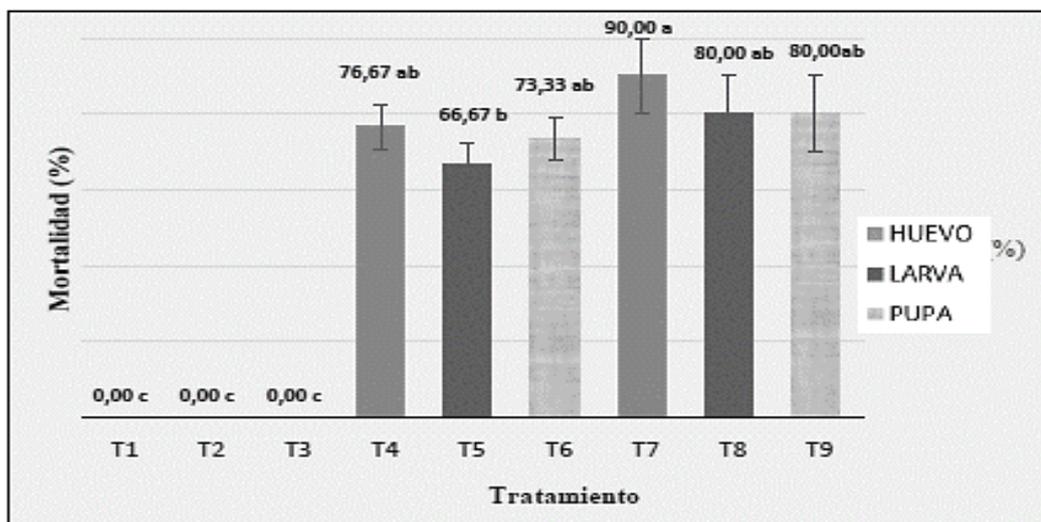


Figura 3. Análisis del % mortalidad de *Carmenta Foraseminis*.

Fuente: Tesis "Control Biológico del Mazorquero del Cacao (*Carmenta foraseminis*), Utilizando dos Cepas Nativas de *Beauveria bassiana*, región San Martín" (2018)

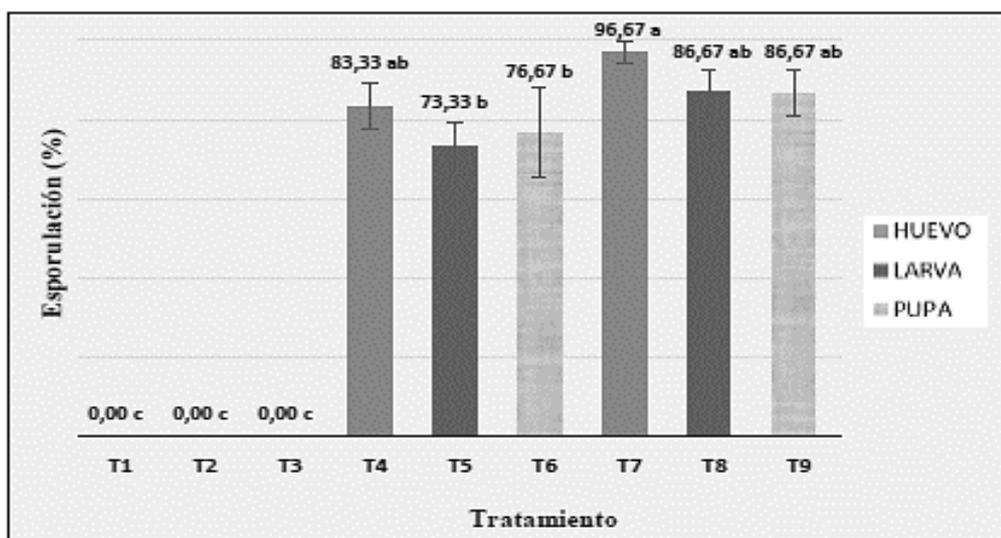


Figura 4. Prueba de Tukey ($p < 0,05$) del % de esporulación de *Carmenta Foraseminis*.

Fuente: Tesis "Control Biológico del Mazorquero del Cacao (*Carmenta foraseminis*), Utilizando dos Cepas Nativas de *Beauveria bassiana*, región San Martín" (2018)

iv) Comercio Electrónico

La transferencia de estos valores e información respalda en última instancia la transferencia de dinero por parte de los usuarios finales cuando obtienen productos y/o servicios a través de métodos de pago, que en última instancia se denominan pagos electrónicos. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 1)

Los productos asociados a esta categoría son:

- **POS (terminal electrónico):** a través de los POS físicos instalados en los comercios afiliados. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 2)
- **POS Delivery:** a través de los POS físicos GPRS, la información es transportada a través de la banda ancha del celular. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 2)
- **Cajas Integradas:** a través de un PIN Pad se ingresa la información de autorización para la tarjeta. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 2)
- **POS Servicios:** asociados a las transacciones de datos; representan servicios de valor agregado. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 2)

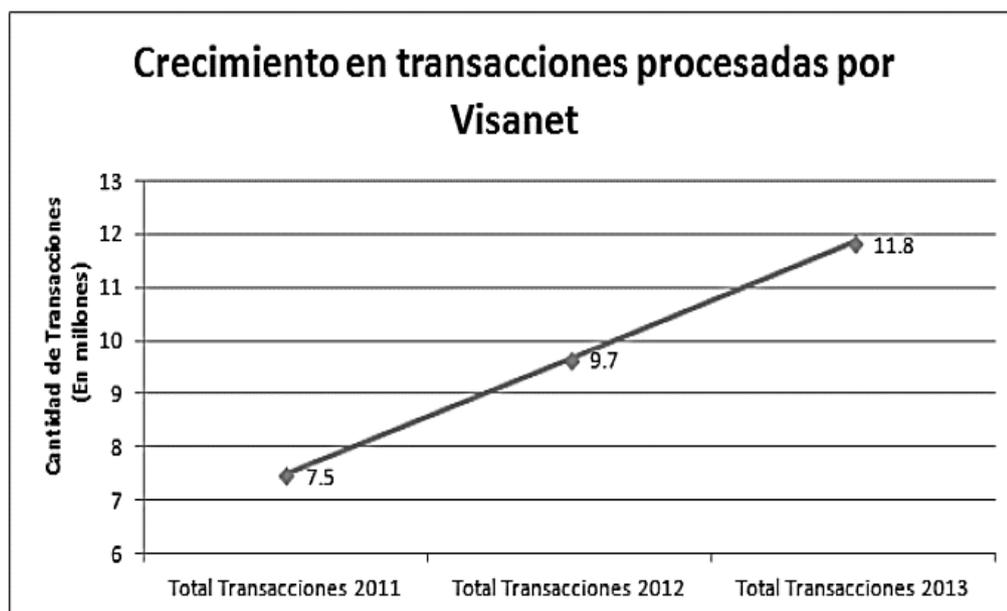


Figura 5. Pagos electrónicos en el Perú.

Fuente: Tesis "eBusiness Core: Núcleo Transaccional de Negocios Electrónicos que integra distintos canales y productos con diferentes proveedores" (2014)

Ciclos de vida de los proyectos

El ciclo de vida de un proyecto varía a lo largo del proceso de desarrollo, desde métodos predictivos hasta métodos adaptativos. En el ciclo de vida predictivo, el producto y sus entregables se definen al comienzo del proyecto, y cada cambio en el alcance se gestiona cuidadosamente. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 5)

En el ciclo de vida adaptativo, el producto se desarrolla a través de múltiples iteraciones y los detalles del alcance se definen al comienzo de cada iteración. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 5)

Iteración y ciclo de vida incremental: cada fase del proyecto (también llamada iteración) repite deliberadamente una o más actividades a medida que el equipo del proyecto comprende el producto y se profundiza. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 5)

Ciclo de vida adaptativo: también conocidos como métodos ágiles, son aquellos métodos que intentan responder a cambios de alto nivel y la participación continua de las partes relevantes. (Díaz & Ordóñez, 2014, pág. 5)

v) Perfil Emprendedor Startup

Es más valioso un buen equipo con una mala idea, que un mal equipo con una buena idea. (Baquedano, Carrillo, Llanos, & Morón, 2017, pág. 65)

Tabla 3. Aspectos positivos y negativos del sector privado.

Segmento Privado	
Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<p>Están invirtiendo tanto en incubadoras como aceleradoras.</p> <p>Cada vez hay más emprendimientos dinámicos en el país.</p> <p>Hay una gran capacidad de mentores y capacitadores que impactan favorablemente en las startups.</p> <p>Cada vez más la tendencia apunta a ayudar a emprendimientos dinámicos que ya están en el mercado.</p> <p>Proveen herramientas de gestión no convencionales a los emprendedores, orientadas a lo que realmente necesitan (design thinking, business intelligence, customer development, etc.).</p> <p>Promueven la participación de profesionales experimentados en el sector a incursionar.</p> <p>Consideran que es más importante el equipo que el perfil individual de los integrantes de la startup.</p> <p>Consideran que los equipos multidisciplinarios son los más efectivos.</p> <p>Consideran que una idea no es tan importante como el equipo que la lleva a la acción.</p> <p>Las capacitaciones incluyen indirectamente el desarrollo de habilidades blandas.</p>	<p>Las startups que pasan por aceleradoras y/o incubadoras en el país alcanza el éxito en un 10 %.</p> <p>La brecha tecnológica, en comparación con otros países líderes en la región, es aún muy grande.</p> <p>La brecha tecnológica es un impedimento para la promoción de las inversiones de riesgo.</p> <p>Aún no hay inversionistas de riesgo que apuesten por startups.</p> <p>Aún no hay políticas de regulación para las inversiones (angel ventures, crowdfunding, ventures capital).</p>

Fuente: Tesis "Características del perfil del emprendedor de las Startups en Lima y su implicancia en el modelo de negocio" (2017)

Las competencias blandas son para la vida, las competencias técnicas son para las Startups. Es más importante ser altamente competitivo en tu profesión que enamorarte de tu idea. (Baquedano, Carrillo, Llanos, & Morón, 2017, pág. 69)

Tabla 4. Aspectos positivos y negativos del sector Startup.

Segmento Startup	
Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<p>El emprendedor de las startups es el ejecutor y director de su proyecto.</p> <p>La mayoría de los entrevistados se dedica exclusivamente a su proyecto, porque consideran que es relevante para el éxito.</p> <p>Los emprendedores son muy vehementes y apasionados.</p> <p>Son profesionales con estudios universitarios.</p> <p>Los emprendedores de startups son buscadores de crecimiento continuo, proyecciones muy bien definidas.</p> <p>Decidieron emprender en una startup por el componente tecnológico e innovador.</p> <p>No trabajan bajo presión, es un modelo de negocio que les apasiona, lo disfrutan haciendo, hay mucha flexibilidad a pesar que el trabajo les demande mucho sacrificio, entrega y hay muchos desafíos.</p> <p>El trabajo de equipo es fundamental.</p> <p>El equipo tiene que ser multidisciplinario.</p> <p>Los emprendedores se caracterizan por su energía, pasión, entusiasmo, arriesgados y persistentes</p> <p>Son capaces de levantarse ante la adversidad.</p> <p>El trato con sus colaboradores es de manera horizontal, esto genera confianza y eficiencia en el trabajo.</p> <p>Los emprendedores creen que las habilidades blandas y técnicas se complementan entre sí en equipos multidisciplinarios.</p> <p>Al momento de elegir el equipo de trabajo, además del aspecto técnico, valoran en gran medida la empatía, actitud, confianza, compromiso</p> <p>Valoran mucho el tiempo, cada minuto cuenta.</p>	<p>A nivel mundial, aun el crecimiento del Perú y presencia como emprendedores de startups, es mínima.</p> <p>Muchas startups hacen software pero no tienen componente de hardware, son mínimas a nivel mundial. Asimismo, falta apoyo y empuje a estos emprendimientos en el Perú.</p> <p>El financiamiento es un tema recurrente. Hay pocas entidades que apoyan y la inversión y ésta es mínima.</p> <p>Los concursos a pesar que ayudan, hacen que se pierda tiempo y energía en sus labores diarias.</p> <p>De los entrevistados, no hay fundadores egresados de universidades nacionales.</p> <p>Hay muchos emprendedores que salen del negocio por mejores propuestas en grandes empresas con sueldos muy atractivos, ven el dinero de manera más rápida.</p> <p>La retribución económica no es muy rápida.</p> <p>En países como el Perú las startups, son movimientos nuevos, aun incipientes y pocos apuestan por ellas para las inversiones.</p>

Fuente: Tesis "Características del perfil del emprendedor de las Startups en Lima y su implicancia en el modelo de negocio" (2017)

Todos los productos que creo son creados para mí. Estas son las cosas que quiero que existan en el mercado, pero no las encuentro, así que las hago yo mismo. (Baquedano, Carrillo, Llanos, & Morón, 2017, pág. 69)

2.3 Definición de Términos Básicos

2.3.1 *Bacillus thuringiensis*

Es una bacteria del suelo Gram positiva, aeróbica y esporulada, con flagelos peritricos, que produce inclusiones cristalinas de naturaleza proteica durante la fase de esporulación. De acuerdo a sus características bioquímicas *Bacillus thuringiensis* es idéntico a *Bacillus cereus*, con la diferencia que aquel produce cristal.

2.3.2 *Beauveria bassiana*

Beauveria bassiana es un hongo entomopatógeno que se encuentra naturalmente en algunas plantas y en el suelo, es utilizado como bioinsecticida en algunos países. Las epizootias son favorecidas por climas templados y húmedos. Las larvas infectadas se tornan de color blanco o gris.

2.3.3 *Cacao*

El cacao es un árbol americano de origen amazónico, conocido también como cacaotero, ya que por cacao se refiere normalmente al fruto que da dicho árbol, o incluso al producto del secado y la fermentación de las semillas de dicho fruto.

2.3.4 *Control de plagas*

Es la regulación y el manejo de algunas especies referidas como plagas, normalmente por tratarse de especies que afectan a la salud de los habitantes, la ecología, la economía, etc.

2.3.5 *Cooperativa*

La cooperativa es una organización que agrupa a varias personas con la finalidad de realizar una actividad empresarial.

2.3.6 *Exportación*

Es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización.

2.3.7 *Gusano mazorquero*

Su larva es una de las peores plagas de la agricultura. Se puede alimentar de muchas plantas diferentes (es decir, es polífaga) durante el periodo larval. Cuando ataca al algodón, se la conoce como gusano del algodón; cuando consume maíz, gusano elotero. El adulto es polinizador.

2.3.8 Marketing

Es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.

2.3.9 Mercado objetivo

Es el grupo de consumidores u organizaciones que muy probablemente compre los productos o servicios de una compañía. Debido a que esos compradores son los que probablemente quieran o necesiten lo que ofrece tu compañía, tiene sentido que la compañía enfoque sus esfuerzos de marketing en alcanzarlos. El marketing hacia estos compradores es el enfoque más efectivo y eficiente.

2.3.10 Modelo

Proviene del italiano modello, siendo un diminutivo de modus, que significa manera. Lo cierto es que el término tiene una inmensa cantidad de usos, pero todas tienen en común que un modelo es una manera, es algo que es capaz de ser abstraído y analizado por fuera de su simple aplicación práctica.

2.3.11 Posicionamiento

Puede ser la imagen que ocupa una marca, empresa, producto o servicio en la mente de los usuarios. El citado posicionamiento se elabora a partir de la percepción que tiene el consumidor de la marca y en comparación sobre la competencia de la empresa.

2.3.12 Recursos

Son los distintos medios o ayuda que se utiliza para conseguir un fin o satisfacer una necesidad. También, se puede entender como un

conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa como: naturales, humanos, forestales, entre otros.

2.3.13 Startup

Una Startup es una organización humana con gran capacidad de cambio, que desarrolla productos o servicios, de gran innovación, altamente deseados o requeridos por el mercado, donde su diseño y comercialización están orientados completamente al cliente.

2.3.14 Servicio

Proviene del latín *servitium*. El mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo, este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada.

2.3.15 Ventas

Venta es una acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero. Las ventas pueden ser por vía personal, por correo, por teléfono, entre otros medios.

2.4 Bases Históricas

La cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga se inició como una asociación de productores denominándose como “Asociación de productores Cacao Alto Huallaga “que se fundó el 15 de agosto del año 2009, y quedo inscrito en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos Zona, Zona Registral N.º VII Sede Huancayo, oficina registral Tingo María, con la partida N°1101263.

En el año 2016 se logró la transformación de Asociación a Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – APCAH, actualmente cuenta con 360 socios distribuidos en 5 zonas que comprenden las regiones de Huánuco, San Martín y Ucayali.

La agricultura constituye la principal actividad económica de los miembros de la cooperativa enfocada principalmente en la producción de productos de pan llevar para el autoconsumo y productos de comercialización. Como una

alternativa para la generación de ingresos de la Cooperativa impulsa la producción y comercialización del Cacao con Certificación UTZ, Orgánica y Fairtrade, para lo cual cuenta con 5 Centros de Acopio ubicados de forma estratégicas en las localidades de: Tingo María, Aucayacu, Nuevo Progreso, Tocache y San Alejandro.

Visión: ser una organización consolidada y con liderazgo e la exportación de productos derivados del cacao. competitiva, con ética, compromiso y dedicación para el desarrollo sostenible de los socios

Misión: ser líder en la comercialización de productos derivados del cacao, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes, brindando un producto de calidad, promoviendo el éxito de nuestros asociados con soluciones técnicas y transferencia de tecnologías adecuadas a sus necesidades.

2.5 Base Legal

La base legal para esta investigación está representada, en primer lugar, por la actual Constitución Política del Perú, que enfatiza que la Administración Pública está al servicio de los ciudadanos y se basa en los principios de honestidad, participación, velocidad, efectividad, eficiencia, transparencia y responsabilidad. cuentas y responsabilidad en el ejercicio de la función pública, con total sumisión a la ley y al derecho.

Así mismo; el Decreto Legislativo N.º 1272, que modifica la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, menciona en su artículo IV, los Principios del Procedimiento Administrativo, que se menciona a continuación:

- Principio de Legalidad.
- Principio del Debido Procedimiento.
- Principio de Impulso de Oficio.
- Principio de Razonabilidad.
- Principio de Imparcialidad.
- Principio de Informalismo.
- Principio de Presunción de Veracidad.

- Principio de Buena Fe Procedimental.
- Principio de Celeridad.
- Principio de Eficacia.
- Principio de Veracidad Material.
- Principio de Participación.
- Principio de Simplicidad.
- Principio de Predictibilidad.
- Principio de Privilegio de Controles Posteriores.
- Principio del Ejercicio Legítimo del Poder.
- Principio de Responsabilidad.
- Principio de Acceso Permanente.

Por último; la investigación se contempla en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Alas Peruanas, aprobado en Junio del 2019, donde se menciona en el Artículo 17 que la Tesis es una modalidad de investigación, que se caracteriza por la rigurosidad y originalidad de sus planteamientos, relacionados con la profesión, la especialidad del bachiller y las líneas de investigación definidas por la universidad, y de interés nacional e internacional, cuya finalidad es aportar nuevos paradigmas, teorías o metodologías sobre temas del conocimiento, concordantes con el perfil profesional de titulado.

CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis de Tablas y Gráficos

La presente investigación; se centra en la Propuesta de un Modelo de Startup Exportador de Cacao, por tal motivo, en una primera etapa se realizó el cuestionario para medir el Perfil Exportador Cacaotero de los SOCIOS de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, según el **Anexo N.º 02**.

3.1.1 Análisis de Mercado y Productividad – Oferta Exportadora

Como se indicó anteriormente; se determinó el Perfil Exportador Cacaotero, como se muestra a continuación.

Tabla 5. Perfil Exportador Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

		Puntaje	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inadecuado	18 – 25	5	12,5	12,5
	Moderado	26 – 32	14	35,0	47,5
	Adecuado	33 – 39	21	52,5	100,0
	Total		40	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

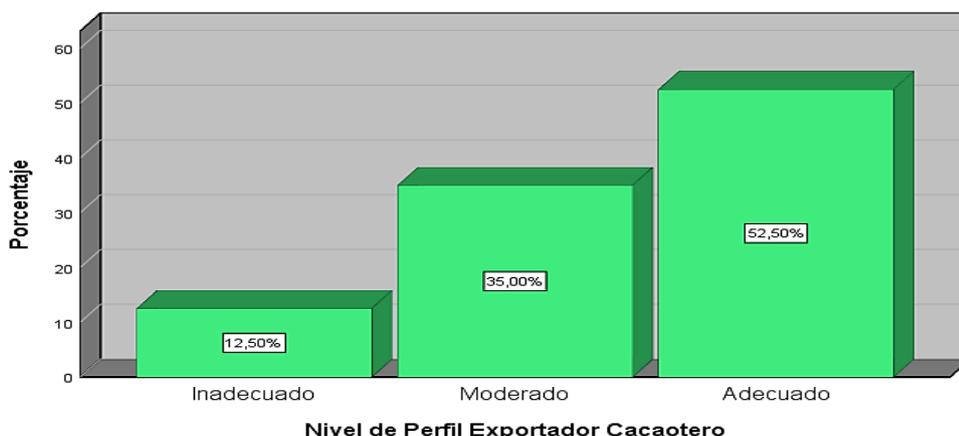


Figura 6. Perfil Exportador Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

Descripción e Interpretación: los resultados muestran que el 12.50% de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga opinan que el Perfil Exportador Cacaotero es inadecuado, el 35.00% moderado y un 52.50% adecuado. Este hecho se debe, a que los socios de la cooperativa, perciben que dicha entidad les brinda todo el apoyo necesario para poder exportar su producto, y más, cuando un nuevo socio desea unirse a dicha cooperativa.

Tabla 6. Estudio de Mercado Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

		Puntaje	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8 – 13	6	15,0	15,0
	Medio	14 – 19	20	50,0	65,0
	Alto	20 – 25	14	35,0	100,0
	Total		40	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

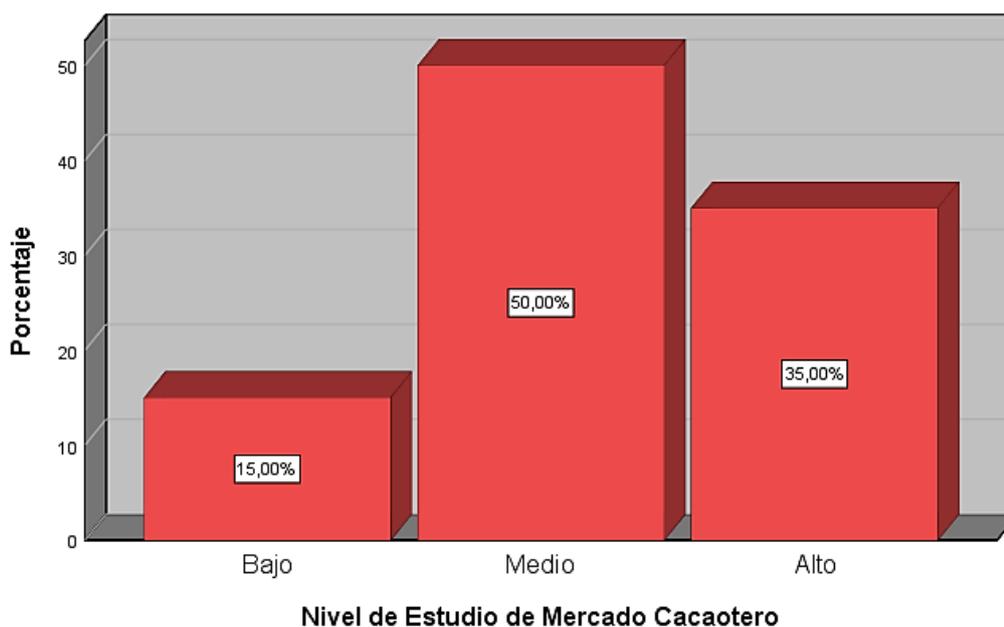


Figura 7. Estudio de Mercado Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

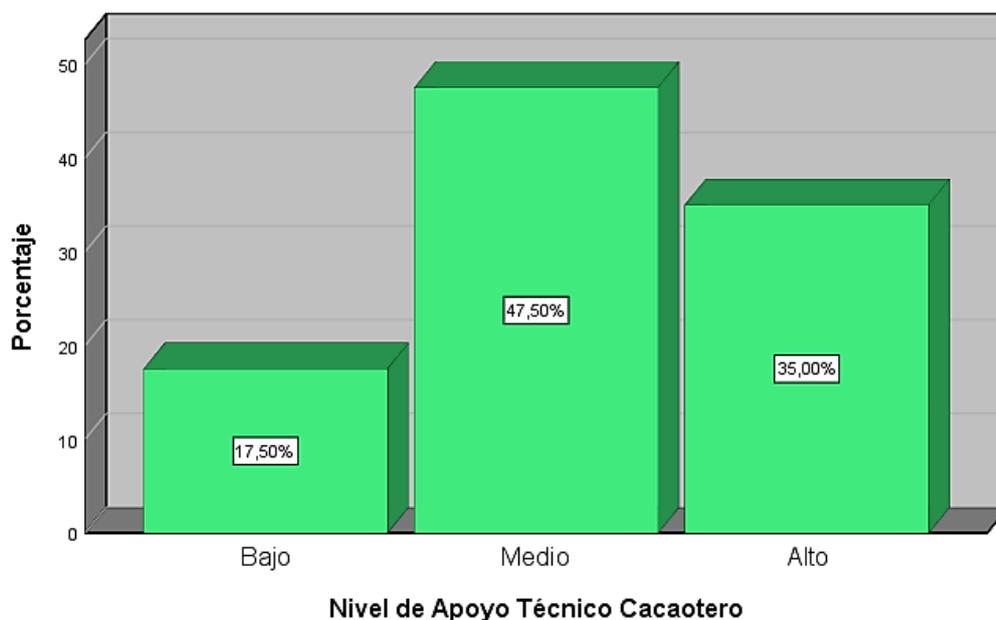
Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

Descripción e Interpretación: los resultados muestran que el 15.00% de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga opinan que el Estudio de Mercado Cacaotero es bajo, el 50.00% medio y un 35.00% alto. Este hecho se debe, a que los socios de la cooperativa, no conocen en su totalidad las características propias y de calidad, que exigen en el mercado internacional, así mismo; es muy poco lo que saben del cliente extranjero.

Tabla 7. Apoyo Técnico Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

		Puntaje	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8 – 13	7	17,5	17,5
	Medio	14 – 19	19	47,5	65,0
	Alto	20 – 25	14	35,0	100,0
	Total		40	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

**Figura 8.** Apoyo Técnico Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

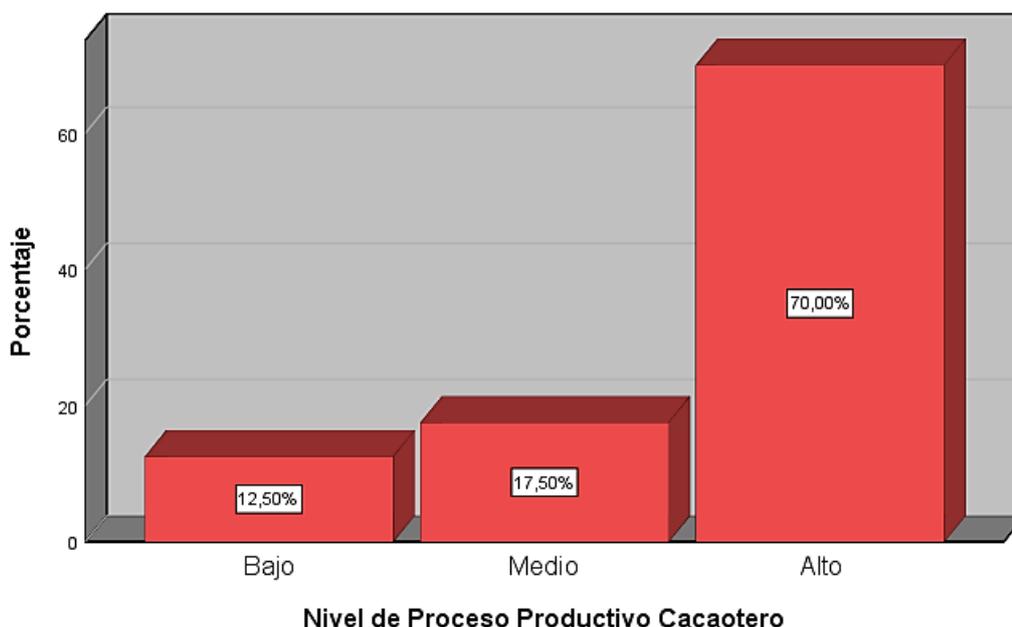
Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

Descripción e Interpretación: los resultados muestran que el 17.50% de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga opinan que el Apoyo Técnico Cacaotero es bajo, el 47.50% medio y un 35.00% alto. Este hecho se debe, a que los socios de la cooperativa, solo perciben apoyo técnico y/o profesional cuando ellos acuden a las instalaciones de la cooperativa mencionada, pero que cuando el problema aparece en sus cultivos y/o parcelas de cultivo, es muy difícil que autoridades de la entidad pública acudan a brindarles todo el apoyo necesario, y además, que ellos mismos manifiestan que debería haber un programa de monitoreo y control durante el proceso de cultivo, ya que por lo general los técnicos solo acuden a la siembra y cosecha, dejando de lado el proceso mismo de cultivo, y es ahí donde se manifiestan mayor cantidad de pérdidas por las enfermedades o alteraciones climáticas.

Tabla 8. Proceso Productivo Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

		Puntaje	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	10 – 14	5	12,5	12,5
	Medio	15 – 19	7	17,5	30,0
	Alto	20 – 23	28	70,0	100,0
	Total		40	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

**Figura 9.** Proceso Productivo Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

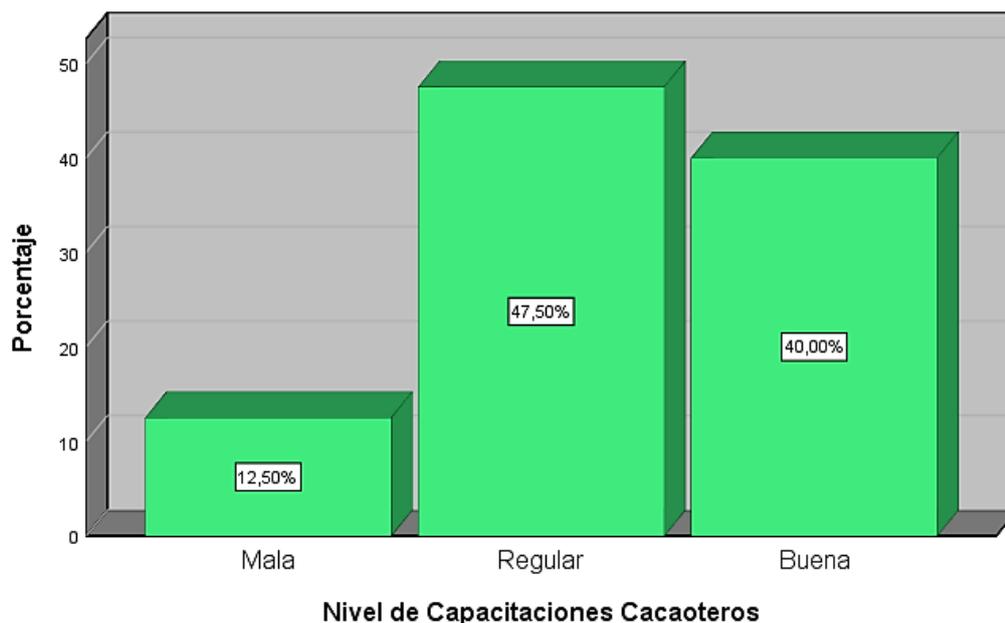
Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

Descripción e Interpretación: los resultados muestran que el 12.50% de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga opinan que el Proceso Productivo es bajo, el 17.50% medio y un 70.00% alto. Este hecho se debe, a que los socios de la cooperativa, realizan el proceso de cultivo y producción de cacao en grandes cantidades, pero al mismo tiempo pierden una cantidad enorme de los mismos, por las plagas y en algunos casos por las variaciones climáticas muy repentinas, así mismo; ellos manifiestan que para que puedan ofrecer y vender sus productos a la cooperativa agroindustrial, deben producir grandes cantidades para que la pérdida por enfermedades no adultere la gran cantidad que se necesita para la entidad mencionada, sin embargo; los pequeños socios o productores, no tienen esa capacidad por lo que la pérdida en ellos es muy elevada, afectando su producción y rentabilidad.

Tabla 9. Capacitaciones Cacaoteras – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

		Puntaje	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	9 – 14	5	12,5	12,5
	Regular	15 – 20	19	47,5	60,0
	Buena	21 – 26	16	40,0	100,0
	Total		40	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

**Figura 10.** Capacitaciones Cacaoteras – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Cuestionario Aplicado Octubre 2019. Elaboración: Tesista.

Descripción e Interpretación: los resultados muestran que el 12.50% de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga opinan que las Capacitaciones realizadas son malas, el 47.50% regulares y un 40.00% buenas. Este hecho se debe, a que los socios de la cooperativa, necesitan mayor control y monitoreo em el proceso de cultivo del cacao, ya que es en esta etapa que se presenta la mayor pérdida de productos naturales debido a la gran cantidad de plagas y/o enfermedades como es la Carmenta o Gusano Mazorquero, que prefiere atacar los mejores frutos del cacao. Por otro lado; que las capacitaciones son en campo, pero sin monitoreo tras de ellas.

3.1.2 Mortalidad y Rendimiento Productivo – Oferta Exportadora

Según los resultados anteriores; con respecto de producción y productividad del cacao, se calculó la Tasa de Mortalidad y Productividad.

Tabla 10. Tasa de Mortalidad y Productividad de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

N°	SOCIO de la Cooperativa Agro.	HECTAREA	CACAO PROD. (15 días)	3 MESES	CACAO PERDIDO (15 días)	3 MESES	N°	Mortalidad (15 días)	Mortalidad (3 MESES)	N°	Productividad (15 días)	Productividad (3 MESES)
1	Luyo Zavala, Saul	3 ha	80 kg	240 kg	30 kg	90 kg	23	37.50%	37.50%	23	62.50%	62.50%
2	De la Cruz Paraguay, Ubaldo Flavio	2 ha	220 kg	660 kg	45 kg	135 kg	11	20.45%	20.45%	11	79.55%	79.55%
3	Rengifo Saldaña, Manuel	3 ha	200 kg	600 kg	40 kg	120 kg	31	20.00%	20.00%	31	80.00%	80.00%
4	Alegria Gonzales, Rolando	4 ha	500 kg	1500 kg	90 kg	270 kg	1	18.00%	18.00%	1	82.00%	82.00%
5	Rojas Martin , Noemi	3 ha	280 kg	840 kg	50 kg	150 kg	34	17.86%	17.86%	34	82.14%	82.14%
6	Luyo Zavala, Samuel	4 ha	300 kg	900 kg	50 kg	150 kg	25	16.67%	16.67%	25	83.33%	83.33%
7	Luyo Zavala, Yoban	3 ha	200 kg	600 kg	28 kg	84 kg	24	14.00%	14.00%	24	86.00%	86.00%
8	Crispin Nazario, Filomeno	2 ha	100 kg	300 kg	12 kg	36 kg	9	12.00%	12.00%	9	88.00%	88.00%
9	Astonitas Estela, Juan	2 ha	120 kg	240 kg	9 kg	27 kg	4	7.50%	11.25%	4	92.50%	88.75%
10	Jaramillo De Babilonia, Dolora	1 ha	90 kg	270 kg	10 kg	30 kg	17	11.11%	11.11%	17	88.89%	88.89%
11	Fabian Perez, Jorge	1 ha	30 kg	90 kg	3 kg	9 kg	15	10.00%	10.00%	15	90.00%	90.00%
12	Luyo Rodriguez, Luisa	2 ha	50 kg	150 kg	5 kg	15 kg	22	10.00%	10.00%	22	90.00%	90.00%
13	Perez Escobar, Claudio Teodocio	1 ha	30 kg	90 kg	3 kg	9 kg	30	10.00%	10.00%	30	90.00%	90.00%
14	Tuesta Rengifo, Esther	2 ha	200 kg	600 kg	20 kg	60 kg	39	10.00%	10.00%	39	90.00%	90.00%
15	Cubillos Romero, Agustin	2 ha	250 kg	750 kg	24 kg	72 kg	10	9.60%	9.60%	10	90.40%	90.40%
16	Alvarado Fasabi, Lucila	7 ha	650 kg	1950 kg	60 kg	180 kg	3	9.23%	9.23%	3	90.77%	90.77%
17	Fretel Cespedes, Abelio	8 ha	750 kg	2250 kg	65 kg	195 kg	16	8.67%	8.67%	16	91.33%	91.33%
18	Lastra Falcon, Daniel	2 ha	150 kg	450 kg	13 kg	39 kg	19	8.67%	8.67%	19	91.33%	91.33%
19	Buendia Collazos, Flor de Tenicela	1 ha	180 kg	540 kg	15 kg	45 kg	6	8.33%	8.33%	6	91.67%	91.67%
20	Leandro Martin, Nila	1 ha	50 kg	150 kg	4 kg	12 kg	21	8.00%	8.00%	21	92.00%	92.00%
21	Malpartida Soria, Benito	10 ha	900 kg	2700 kg	70 kg	210 kg	26	7.78%	7.78%	26	92.22%	92.22%
22	Barrueta Cajas, Maria	4 ha	300 kg	900 kg	23 kg	69 kg	5	7.67%	7.67%	5	92.33%	92.33%
23	Cotrina Huayanay, Nabila Edith	5 ha	400 kg	1200 kg	30 kg	90 kg	8	7.50%	7.50%	8	92.50%	92.50%
24	Diaz Garcia, Gilberto	7 ha	600 kg	1800 kg	45 kg	135 kg	12	7.50%	7.50%	12	92.50%	92.50%
25	Vega Higa, Harold	4 ha	400 kg	1200 kg	30 kg	90 kg	40	7.50%	7.50%	40	92.50%	92.50%
26	Rodriguez Solano, Abraham	5 ha	350 kg	1050 kg	25 kg	75 kg	33	7.14%	7.14%	33	92.86%	92.86%
27	Enrique Carmen, Clobis	3 ha	150 kg	450 kg	10 kg	30 kg	13	6.67%	6.67%	13	93.33%	93.33%
28	Lastra Fernandez, Danilo Alberth	5 ha	300 kg	900 kg	20 kg	60 kg	20	6.67%	6.67%	20	93.33%	93.33%
29	Alejo Oriundo, Raul	5 ha	400 kg	1200 kg	25 kg	75 kg	2	6.25%	6.25%	2	93.75%	93.75%
30	Panduro Nuñez, Pedro	2 ha	80 kg	240 kg	5 kg	15 kg	29	6.25%	6.25%	29	93.75%	93.75%
31	Simon Espiritu, Rodil Fernando	5 ha	800 kg	2400 kg	50 kg	150 kg	37	6.25%	6.25%	37	93.75%	93.75%
32	Onofre Mogollon, Kalep	3 ha	130 kg	390 kg	8 kg	24 kg	28	6.15%	6.15%	28	93.85%	93.85%
33	Julca Ambicho, Raul	3 ha	200 kg	600 kg	12 kg	36 kg	18	6.00%	6.00%	18	94.00%	94.00%
34	Colmenares Caldas, Angelica	5 ha	350 kg	1050 kg	20 kg	60 kg	7	5.71%	5.71%	7	94.29%	94.29%
35	Saavedra Silva, Artemio	3 ha	180 kg	540 kg	10 kg	30 kg	35	5.56%	5.56%	35	94.44%	94.44%
36	Mata Tolentino, Jorgita	10 ha	950 kg	2850 kg	48 kg	144 kg	27	5.05%	5.05%	27	94.95%	94.95%
37	Tomas Ambrosio, Juan de Dios	1 ha	50 kg	150 kg	2 kg	6 kg	38	4.00%	4.00%	38	96.00%	96.00%
38	Sifuentes Tello, Edgar	6 ha	550 kg	1650 kg	20 kg	60 kg	36	3.64%	3.64%	36	96.36%	96.36%
39	Fabian Bedoya, Martin Luis	4 ha	250 kg	750 kg	8 kg	24 kg	14	3.20%	3.20%	14	96.80%	96.80%
40	Reyes Zea, Jose Gabriel	9 ha	800 kg	2400 kg	25 kg	75 kg	32	3.13%	3.13%	32	96.88%	96.88%
TOTAL		153 ha	12570 kg	37590 kg	1062 kg	3186 kg		9.68%	9.77%		90.32%	90.23%

Fuente: Perfil Exportador Cacaotero – Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

Al observar la tabla anterior; se puede evidenciar que el 20.00% de los socios tienen un porcentaje de mortalidad de su cultivo de cacao mayor al 12.50%, esto es demasiado preocupante porque al manejar grandes hectáreas de cultivo, se pierda una muy buena cantidad, y las demás cosechas también pierden calidad, ya que las plagas o enfermedades, afectan a un gran número de productos sin orden alguno. **(Anexo N.º 04)**



Figura 11. Daños del Gusano Mazorquero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Tasa de Mortalidad y Productividad – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

Además; cómo se puede apreciar la productividad en algunos socios, es en promedio del 62.50%, lo que queda un margen de pérdidas muy preocupante, ya que no solo la rentabilidad depende de la cantidad producida, sino del precio por kilogramo al cual se vende el cacao, y obviamente a la calidad en sí del grano de cacao convencional.

3.1.3 Factores Limitantes e Incentivos Aduaneros – Comerciales

En esta etapa; después de haber determinado la tasa de mortalidad y productividad del cultivo de cacao de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga, se realizó el análisis FODA siguiente, para determinar las limitaciones y/o beneficios.

Tabla 11. Matriz FODA Modelo Startup Exportar de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

<p style="text-align: center;">MATRIZ FODA MODELO STARTUP EXPORTADOR DE CACAO</p>	Principales Oportunidades	Principales Amenazas
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Acuerdos comerciales y los tratados de libre comercio. 2. Desarrollo y acceso a nueva tecnología de última generación. 3. Sistemas operativos que cuenta exportan fácil. 4. Políticas de promoción de la inversión extranjera. 5. Compromisos y oportunidades ambientales internacionales.
Principales Fortalezas	<u>Estrategias FO</u>	<u>Estrategias FA</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asistencia técnica constante y apoyo a los hijos de los agricultores en el ámbito laboral como económico. 2. Inversión económica y financiera adecuada para elaborar una unidad de producto de cacao. 3. Alta gama de productos que elabora del cacao y el precio justo que brinda a sus socios. 4. Alta producción de abonos orgánicos para uso de los agricultores cacaoteros y de su personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • FO1. Impulsar la asistencia técnica y apoyo laboral a los jóvenes de la zona mediante la creación de compromisos y oportunidades ambientales internacionales. • FO2. Producir una alta gama de productos derivados del cacao basado en las características de la demanda y nueva tecnología. • FO3. Promover la inversión económica - financiera para la creación de productos derivados del cacao mediante una política de promoción efectiva de inversión extranjera. 	<ul style="list-style-type: none"> • FA1. Promover la inversión económica – financiera para la creación de productos derivados del cacao mediante la investigación y desarrollo tecnológico productivo. • FA2. Producir una alta gama de productos derivados del cacao a través de un nuevo enfoque adaptado a los cambios socio-demográficos y culturales del público objetivo. • FA3. Promover la producción de abonos orgánicos para el cultivo del cacao mediante el uso adecuado de los subsidios agrícolas.
Principales Debilidades	<u>Estrategias DO</u>	<u>Estrategias DA</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. No existe talleres de exportación y manejo tecnificado de las principales enfermedades del cacao. 2. Pocos convenios con que cuenta la cooperativa agroindustrial con empresas chocolateras a nivel internacional. 3. Falta de compromiso y seguimiento de las autoridades ante la amenaza del gusano mazorquero. 	<ul style="list-style-type: none"> • DO1. Promover talleres de exportación y manejo tecnificado de sobre las principales enfermedades del cacao mediante un sistema móvil de exportación fácil. • DO2. Establecer convenios con empresas chocolateras a nivel internacional a través de acuerdos económicos, comerciales y tratados de libre comercio. • DO3. Impulsar la gestión integral de calidad ambiental basada en el compromiso de las autoridades de la zona ante la amenaza del Gusano Mazorquero. 	<ul style="list-style-type: none"> • DA1. Establecer convenios con empresas chocolateras a nivel internacional a base de un desarrollo tecnológico productivo consolidado entre los agricultores de la zona. • DA2. Promover talleres de exportación fácil con manejo tecnificado de las principales enfermedades en la producción del cacao mediante el enfoque hacia los cambios socio-demográficos y culturales.

Fuente: Tasa de Mortalidad y Productividad de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista

No obstante; al poder apreciar los factores limitantes e incentivos a los que están sujetos los socios de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, se analizó el proceso mismo de la producción de cacao, descubriendo que el principal inconveniente de dicho proceso es la etapa de florecimiento, ya que, ahí se presentan la mayor cantidad de enfermedades.

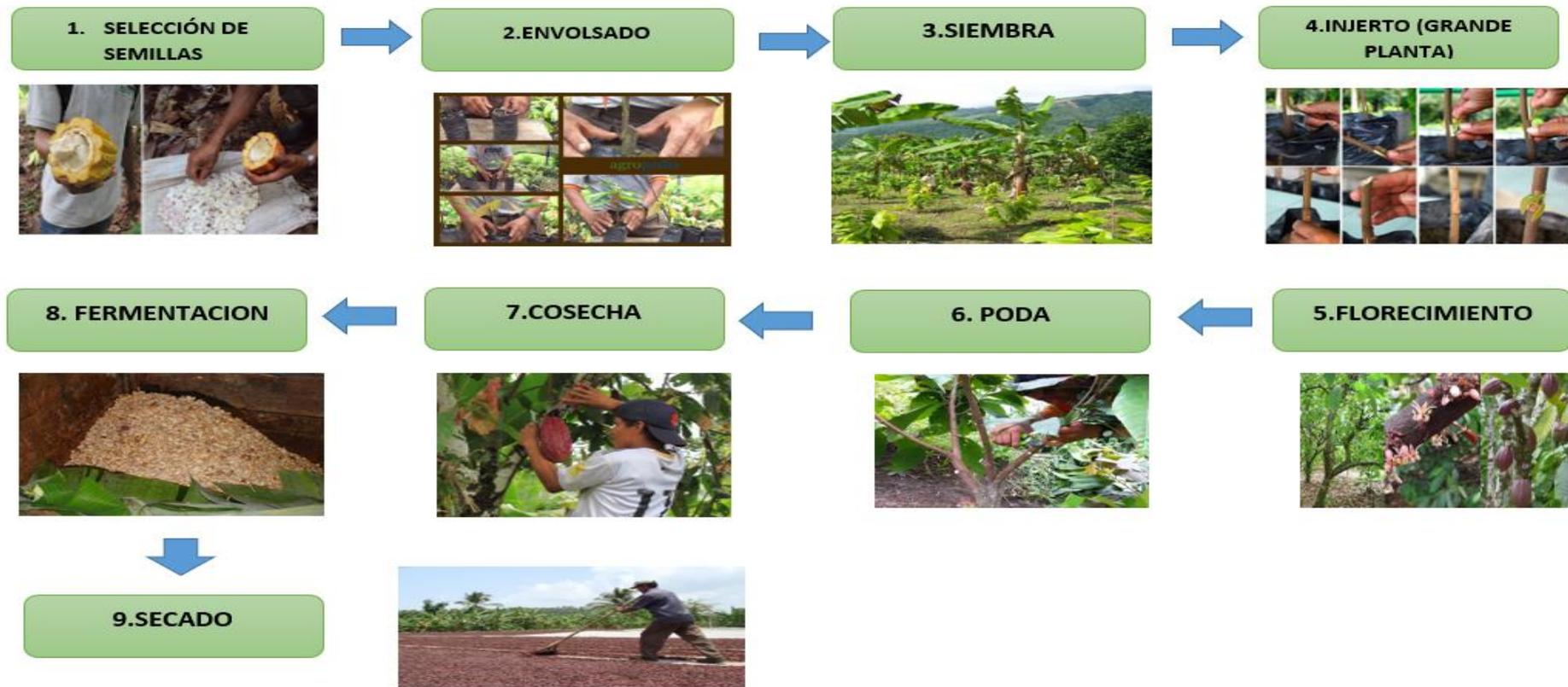


Figura 12. Proceso de Producción de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Matriz FODA Modelo Startup Exportar de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

Así mismo; al poder apreciar los factores limitantes e incentivos a los que están sujetos los socios de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, se analizó el proceso mismo de la exportación de cacao, descubriendo que el principal inconveniente de dicho proceso es la etapa de certificación, ya que, los estándares de calidad son muy altos y competitivos a nivel internacional.



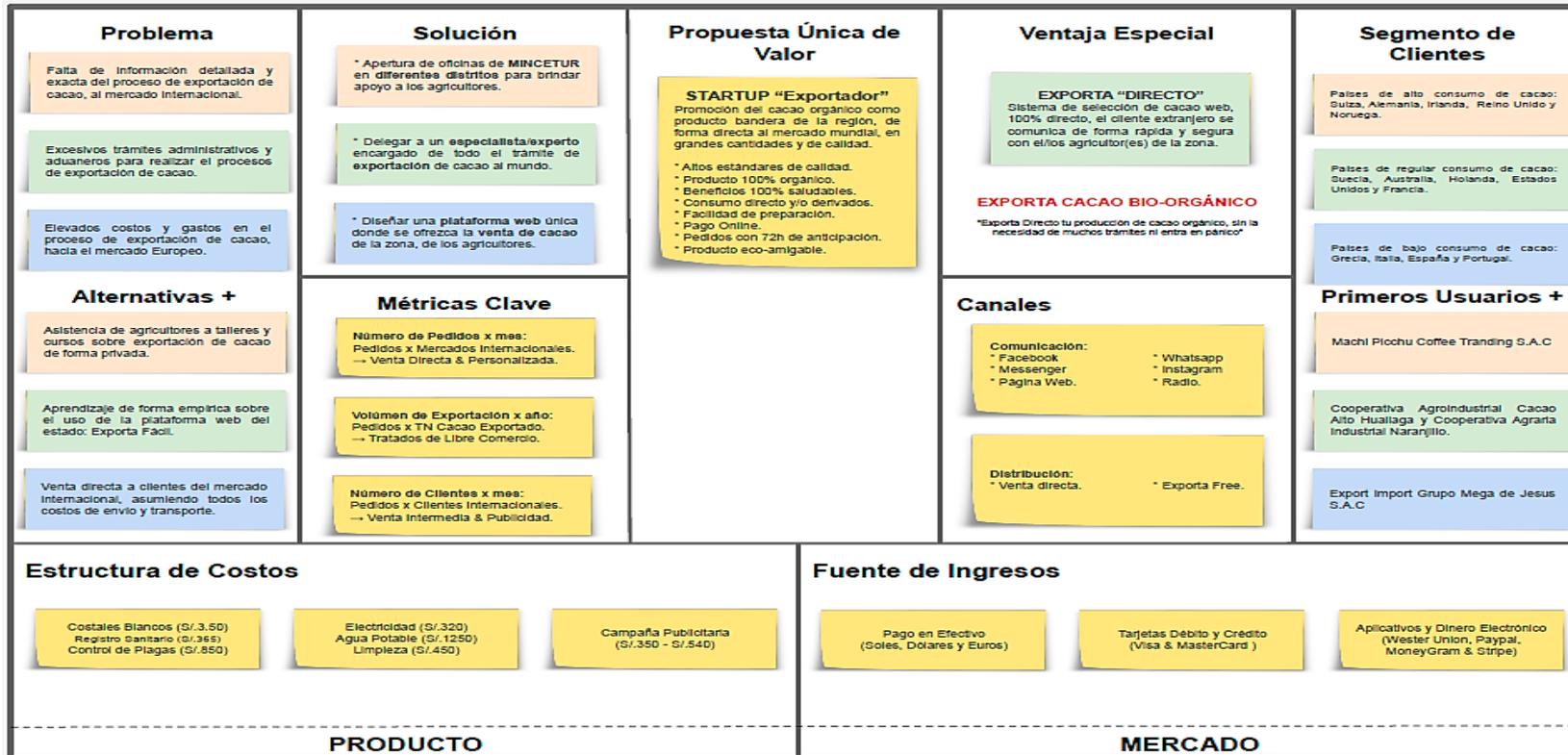
Figura 13. Proceso de Exportación de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Matriz FODA Modelo Startup Exportar de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

3.1.4 Modelo de Innovación y Exportación de Cacao

Posteriormente; de haber realizado el análisis FODA, de Procesos de Producción y Exportación de Cacao, se diseñó el Modelo Len Canvas, por parte fundamental del Modelo Startup Exportador de Cacao, como puede visualizar a continuación.

Tabla 12. Modelo de Negocios LEAN CANVAS “Exporta Directo” – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.



Fuente: Proceso de Producción & Exportación de Cacao – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

Al respecto de la tabla anterior; cabe mencionar que los principales consumidores del cacao pertenecen al mercado Europeo, pero sin olvidar, que Estados Unidos y países Asiáticos, también consumen el cacao y sus derivados, como se observa en las siguientes tablas.

Tabla 13. (%) Consumo de Cacao Mundial – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Países	Porcentaje
La Unión Europea	36 %
Europa	10 %
Norteamérica	24 %
Asia y Oceanía	16%
Latinoamérica	9%
África	4 %

Fuente: Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga 2017. Elaboración: Tesista.

Tabla 14. (TN) Consumo de Cacao Mundial – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Países	TN (Toneladas)
EE.UU.	1.72 millones
China	1.62 millones
India	866 mil
Rusia	847 mil
Alemania	671 mil
Inglaterra	601 mil
Francia	414 mil
Brasil	409 mil
Polonia	235 mil
Japón	235 mil
Italia	164 mil
Australia	134 mil
España	97 mil
Suiza	95 mil
Bulgaria	92 mil

Fuente: Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga 2017. Elaboración: Tesista.

Tal como se puede observar; en el **Anexo N.º 05**, el proceso de exportación se viene realizando en las instalaciones de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, pero en precarias condiciones. Por ende, se debería implementar alguna estrategia de ventas que incluya a los mismos agricultores y por supuesto que se mejore la rentabilidad de los mismos, como el siguiente Flujo Económico Exportador.

Tabla 15. Flujo Económico - Financiero “Exporta Directo” – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

CONCEPTO	AÑOS											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Total Inversiones	S/. 211,298.00											
2. Total Costos y Gastos	S/. 0.00	S/. 1,430,723.00	S/. 1,459,337.46	S/. 1,488,524.21	S/. 1,518,294.69	S/. 1,548,660.59	S/. 1,579,633.80	S/. 1,611,226.47	S/. 1,643,451.00	S/. 1,676,320.02	S/. 1,709,846.43	
(-) DEPRECIACION	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00	
3. (1+2) Total Costos	S/. 213,648.00	S/. 1,433,073.00	S/. 1,461,687.46	S/. 1,490,874.21	S/. 1,520,644.69	S/. 1,551,010.59	S/. 1,581,983.80	S/. 1,613,576.47	S/. 1,645,801.00	S/. 1,678,670.02	S/. 1,709,846.43	
VALOR RESIDUAL											S/. 4,500.00	
4. Total Ingresos	S/. 0.00	S/. 1,417,500.00	S/. 1,488,375.00	S/. 1,547,910.00	S/. 1,609,826.40	S/. 1,658,121.19	S/. 1,707,864.83	S/. 1,742,022.12	S/. 1,776,862.57	S/. 1,812,399.82	S/. 1,853,147.81	
5. (4-3) UTILIDAD BRUTA	S/. -213,648.00	S/. -15,573.00	S/. 26,687.54	S/. 57,035.79	S/. 89,181.71	S/. 107,110.60	S/. 125,881.03	S/. 128,445.65	S/. 131,061.56	S/. 133,729.79	S/. 143,301.39	
IMPUESTOS 30%		S/. -4,671.90	S/. 8,006.26	S/. 17,110.74	S/. 26,754.51	S/. 32,133.18	S/. 37,764.31	S/. 38,533.69	S/. 39,318.47	S/. 40,118.94	S/. 42,990.42	
FLUJO NETO	S/. -213,648.00	S/. -10,901.10	S/. 18,681.28	S/. 39,925.05	S/. 62,427.19	S/. 74,977.42	S/. 88,116.72	S/. 89,911.95	S/. 91,743.09	S/. 93,610.86	S/. 104,810.97	
6. Prestamo	S/. 211,298.00											
7. Servicio a la Deuda		S/. 178,898.97	S/. 88,040.83									
FLUJO FINANCIADO	S/. -2,350.00	S/. -189,800.07	S/. -69,359.56	S/. 39,925.05	S/. 62,427.19	S/. 74,977.42	S/. 88,116.72	S/. 89,911.95	S/. 91,743.09	S/. 93,610.86	S/. 104,810.97	

VALOR ACTUAL NETO PURO	INTERES ANUAL	18.00%	En Ambos Casos el TIR > COK, por lo que el Proyecto se considera Rentable.	Prestamo para Pagar el Trabajo				S/. 211,298.00
TASA INTERNA DE RETORNO PURO	VANE	S/. 5,260.47						
VALOR ACTUAL NETO FINANCIADO	TIRE	18.55%						
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIADO	VANF	S/. 2,259.75						
RATIO BENEFICIO / COSTO	TIRF	18.29%						
	B/C	1.04						
	PRK	0.222514641	Por cada Año se Produce S/1,170.53					
	FAE	S/. 1,170.53						
	CME	S/. 86.18						
FACTOR DE RECUERACION DE CAPITAL	El CME < Precio, por lo que Existe Margen de Utilidad por Cada Producto.			INDICADORES				
				DE LIQUIDEZ		RENTABILIDAD		
	VANE	VANF	TIRE	TIRF				
	S/. 5,260.47	S/. 2,259.75	18.55%	18.29%				
	El VANF < VANE, el Prestamo NO es Rentable para el Proyecto, ya que se genera Menores Ingresos.			Por ende; el TIRF < TIRE, el Prestamo NO es Rentable para el Proyecto, ya que la Diferencia No es Significativa.				

Fuente: Modelo de Negocios LEAN CANVAS “Exporta Directo” – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

En la tabla anterior; se puede observar que el flujo económico de la propuesta “Exporta Directo” es 18.55% rentable sin financiamiento externo, pero con el apoyo de la Cooperativa el control del Gusano Mazorquero aumentaría la productividad.

3.1.5 Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas

Para mejorar el proceso de producción del cacao; se debe controlar de forma natural las plagas y/o enfermedades, por lo que, de manera efectiva, se propone el Control Biológico de la Carmenta o Gusano Mazorquero, en coordinación con los agricultores.

- Trampas para el gusano



- Fumigación cada 15 días (Biol , creso , goma) → **NATURALES**



Figura 14. Control Biológico del Gusano Mazorquero – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Modelo de Negocios LEAN CANVAS "Exporta Directo" – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

3.1.6 Startup E-Commerce y Habilidades Blandas de Emprendimiento

Para finalizar; como ya se ha desarrollado el Modelo de Negocios “Exporta Directo” y, además, del diseño del Flujo Económico – Financiero de la propuesta, como también, el Control Biológico del Gusano Mazorquero, ahora se propone potencializar la venta directa del cacao a nivel internacional, con los siguientes sistemas e-commerce online.

<https://themeforest.net/item/safira-responsive-opencart-theme/25673080>

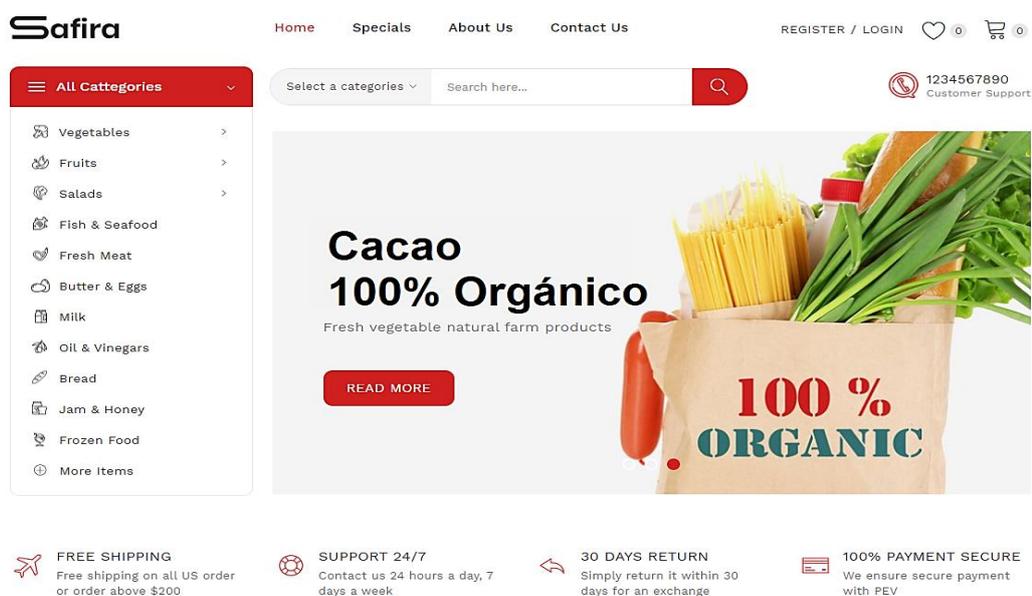


Figura 15. Sistema E-Commerce N.º 01 – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Modelo de Negocios LEAN CANVAS “Exporta Directo” – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.



Figura 16. Sistema E-Commerce N.º 02 – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga.

Fuente: Modelo de Negocios LEAN CANVAS “Exporta Directo” – Cooperativa Agroindustrial Alto Huallaga. Elaboración: Tesista.

Como se aprecia en las figuras anteriores; se puede fomentar el consumo de cacao, no solo en su forma directa, sino también el de sus derivados, tanto como un producto nutritivo (**Anexo N.º 06**), o como un componente esencial de productos farmacéuticos y/o estéticos.

Por último; para incentivar el emprendimiento de éxito con el Modelo Startup Exportador para la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga con la participación activa de los agricultores de manera independiente y/o en consorcios, se formuló 8 Características de un Emprendedor Exitoso, que se necesita impulsar en el sector agrícola mencionado.

- **Adaptación al cambio:** es la versatilidad del comportamiento y la capacidad de cambiar el comportamiento de uno para lograr metas o resolver problemas comunes.
- **Creatividad:** es la capacidad de una persona para generar rápidamente muchas ideas en el proceso creativo, e ilustra especialmente la fluidez de las ideas.
- **Espíritu emprendedor:** se refiere a tratar el negocio como una nueva oportunidad de negocio y desarrollo profesional, en lugar de tratarlo como un riesgo potencial.
- **Inteligencia emocional:** es la capacidad de reconocer, comprender y gestionar eficazmente las emociones de uno mismo y de los demás.
- **Inteligencia financiera:** esta es la capacidad que podemos desarrollar para obtener nuevas fuentes de ingresos u optimizar nuestros ingresos, buscando estabilidad o crecimiento económico.
- **Liderazgo:** convertirse en líder se refiere a un conjunto de habilidades de gestión o coaching, un individuo debe influir en el comportamiento de las personas o de un grupo de trabajo para que el equipo pueda trabajar con entusiasmo para lograr sus metas y objetivos.
- **Planificación:** se refiere al proceso de obtención de una visión de futuro, durante el cual se pueden determinar y alcanzar metas mediante la elección de un plan de acción.
- **Resiliencia:** es la capacidad de una persona o un grupo de recuperarse de la adversidad para seguir prediciendo el futuro.

3.2 Discusión de Resultados

A Nivel Internacional; (Moslares, 2001) desarrolló una tesis doctoral titulada: “Estrategia empresarial e innovación como concluyentes de la intensidad exportadora: un análisis empírico”, donde se concluye que; las investigaciones concernientes al examen del resultado exportador de las empresas en base a sus capacidades competitivas, se ha centrado en la individualización de todos aquellos factores explicativos por los cuales las empresas toman la decisión de exportar, así como del esfuerzo exportador expresado normalmente, por el porcentaje de las ventas totales que la empresa consigna a los mercados externos. Además; para el presente estudio desarrollado, se concluyó que el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, se desarrolló en base de un análisis detallado de la Oferta Exportadora del Cacao y sus derivados, redescubriendo así el perfil del consumidor internacional, observando que solo el 52.50% de los agricultores conocen los mejores mercados que son el Europeo y el Chino, a los cuales no tienen acceso por que su productividad está por debajo del 75.44%, principalmente por la plaga del Gusano Mazorquero, por tal motivo; de diseñó un Modelo de Negocios “Exporta Directo” y de Control Biológico del Gusano Mazorquero que mejora todas las debilidades del sector, así como; del problema de la venta directa al exterior por medio de un Sistema E-Commerce Online.

A Nivel Nacional; (Dávila, 2018) realizó una tesis, titulada: “Control Biológico el Mazorquero del cacao (*Carmenta foraseminis*), utilizando dos cepas nativas de *Beauveria bassiana*, Región San Martín”, donde se concluye que; por lo que se concluye que la cepa 2 de *Beauveria bassiana* y que el estadio de huevo tuvo mejores resultados en los tres indicadores evaluados, deduciendo que, si es patogénico para el control de la plaga *Carmenta foraseminis*, a comparación de la cepa 1, y de los estadios de larva y cócon con pupa que han tenido buenos resultados, pero no superan al T7. Además; para el presente estudio desarrollado, se concluyó que el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, se desarrolló en base de

un análisis detallado de la Oferta Exportadora del Cacao y sus derivados, redescubriendo así el perfil del consumidor internacional, observando que solo el 52.50% de los agricultores conocen los mejores mercados que son el Europeo y el Chino, a los cuales no tienen acceso por que su productividad está por debajo del 75.44%, principalmente por la plaga del Gusano Mazorquero, por tal motivo; de diseñó un Modelo de Negocios “Exporta Directo” y de Control Biológico del Gusano Mazorquero que mejora todas las debilidades del sector, así como; del problema de la venta directa al exterior por medio de un Sistema E-Commerce Online.

De igual manera; (Chávez & Juscamaita, 2013) desarrollaron una tesis, titulada: “Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado estadounidense”, donde se concluye que; las dos variables que afectan con mayor fuerza al proyecto son la de precio de venta del producto y la de demanda del proyecto, debido a que analizando la sensibilidad del Proyecto a variaciones porcentuales de estas dos variables se obtiene que se podría presentar casos negativos cuando se posea una aversión muy alta al riesgo y se encuentre a la vez en escenarios pesimistas; sin embargo al evaluar el esperado del Valor Actual Neto con cualquier riesgo llega a ser factible el proyecto, concluyéndose así la viabilidad de este en cualquier escenario, incluyendo los pesimistas. Además; para el presente estudio desarrollado, se concluyó que el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, se desarrolló en base de un análisis detallado de la Oferta Exportadora del Cacao y sus derivados, redescubriendo así el perfil del consumidor internacional, observando que solo el 52.50% de los agricultores conocen los mejores mercados que son el Europeo y el Chino, a los cuales no tienen acceso por que su productividad está por debajo del 75.44%, principalmente por la plaga del Gusano Mazorquero, por tal motivo; de diseñó un Modelo de Negocios “Exporta Directo” y de Control Biológico del Gusano Mazorquero que mejora todas las debilidades del sector, así como; del problema de la venta directa al exterior por medio de un Sistema E-Commerce Online.

A Nivel Regional y Local; (Simon, 2015) desarrolló una tesis magistral, titulada: “Modelo del Clúster del Producto Orgánico Cacao y el E-Commerce como Soporte Tecnológico para acceder al Mercado Internacional - Región Huánuco”, donde se concluye que; el Modelo del Clúster del producto orgánico cacao y el e-commerce como soporte tecnológico para acceder al mercado internacional en la Región Huánuco, está constituido por los siguientes: Producto Orgánico, Normas y Reglamentos, Gestión, Clúster, E-commerce y Mercado Internacional. Además; para el presente estudio desarrollado, se concluyó que el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, se desarrolló en base de un análisis detallado de la Oferta Exportadora del Cacao y sus derivados, redescubriendo así el perfil del consumidor internacional, observando que solo el 52.50% de los agricultores conocen los mejores mercados que son el Europeo y el Chino, a los cuales no tienen acceso por que su productividad está por debajo del 75.44%, principalmente por la plaga del Gusano Mazorquero, por tal motivo; de diseñó un Modelo de Negocios “Exporta Directo” y de Control Biológico del Gusano Mazorquero que mejora todas las debilidades del sector, así como; del problema de la venta directa al exterior por medio de un Sistema E-Commerce Online.

Para finalizar; (Jorge, 2018) desarrolló una tesis, titulada: “Efecto de Entomopatógenos y un insecticida químico en el control del “Mazorquero del cacao” (Carmenita foraseminis Busck (Eichlin)) en el caserío de Pumahuasi”, donde se concluye que; la aplicación de los insecticidas biológicos y químicos tienen el efecto positivo en la reducción de la incidencia inicial de 45.18 % de “Mazorquero de cacao” en toda el área de la parcela en estudio. Además; para el presente estudio desarrollado, se concluyó que el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, se desarrolló en base de un análisis detallado de la Oferta Exportadora del Cacao y sus derivados, redescubriendo así el perfil del consumidor internacional, observando que solo el 52.50% de los agricultores conocen los mejores mercados que son el Europeo y el Chino, a los cuales no tienen acceso por que su productividad

está por debajo del 75.44%, principalmente por la plaga del Gusano Mazorquero, por tal motivo; de diseñó un Modelo de Negocios “Exporta Directo” y de Control Biológico del Gusano Mazorquero que mejora todas las debilidades del sector, así como; del problema de la venta directa al exterior por medio de un Sistema E-Commerce Online.

CONCLUSIONES

- De acuerdo al presente estudio; se concluye que el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, se desarrolló en base de un análisis detallado de la Oferta Exportadora del Cacao y sus derivados, redescubriendo así el perfil del consumidor internacional, observando que solo el 52.50% de los agricultores conocen los mejores mercados que son el Europeo y el Chino, a los cuales no tienen acceso por que su productividad está por debajo del 75.44%, principalmente por la plaga del Gusano Mazorquero, por tal motivo; de diseñó un Modelo de Negocios “Exporta Directo” y de Control Biológico del Gusano Mazorquero que mejora todas las debilidades del sector, así como; del problema de la venta directa al exterior por medio de un Sistema E-Commerce Online.
- Con referencia del Análisis de Mercado y Productividad de Oferta Exportadora de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María; se concluye que el 75.00% de los socios de la cooperativa no han realizado en ningún momento el estudio respectivo de su mercado objetivo, por el hecho de que no se encuentran capacitados para tal proceso, pero más aún por la falta de compromiso de las autoridades locales que en solo un 35.00% del sector agrícola, promueve talleres y/o seminarios para orientan el proceso de exportación del cacao mencionado.
- Con referencia del Nivel de Mortalidad y Rendimiento Productivo en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María; se concluye que la productividad en promedio se mantiene por encima del 62.50% del total cultivado y cosechado del cacao, pero al mismo tiempo los socios manifiestan que en algunas parcelas la pérdida del producto

orgánico supera el 37.50%, lo que para los grandes agricultores no les resulta muy preocupante, pero si para los que recién están empezando en el rubro o los que tienen pocas parcelas, dichas pérdidas son muy alarmantes, ya que reduce su productividad y por consiguiente el precio del cacao ante los acopiadores de la zona, todo ello, debido a la falta de control adecuado de la plaga de la Carmenta o Gusano Mazorquero.

- Con referencia de los Factores Limitantes e Incentivos Tributarios, Aduaneros y Comerciales de la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María; se concluye que ante la falta de compromiso de las autoridades de la zona por incentivar la exportación del cacao a un precio justo, se desarrollaron algunas estrategias frente a ello, como son la asistencia técnica y apoyo laboral para los jóvenes mediante oportunidades ambientales internacionales y por otro lado, del establecimiento de convenios directos con empresas chocolateras a nivel internacional mediante el desarrollo tecnológico productivo entre los mismos agricultores de la localidad.
- Con referencia del Modelo de Innovación y Exportación de Cacao para la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María; se concluye que uno de los principales problemas identificados fue la poca información detallada del proceso mismo de exportación de cacao y por otro lado, los elevados costos de exportación – con mayor gasto en el envío y transporte, por la contratación de intermediarios –, debido a ello en el modelo de negocios “Exporta Directo”, se enfatiza en la aplicación de un sistema de venta directa con los países de mayor acopio de cacao y de sus derivados, por lo que, dicho modelo se basa en ofrecer al mercado internacional trato directo con los agricultores de la zona, y que en mayor beneficio, los mismos pueden satisfacer de mejor forma, todas las especificaciones de calidad que el mercado extranjero requiere.
- Con referencia del Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María; se concluye que dicho control se realiza de forma efectiva y natural, mediante

el uso de fumigación cada 15 días con los productos orgánicos del Biol, creso y goma, ya que en comparación con los productos químicos que se utilizan en la zona, son un poco más difíciles de conseguir, pero que no distorsionan el sabor, textura y pigmentación del cacao, ya que dichas características son las exigidas por el mercado internacional, con mayor volumen de venta en el mercado Europeo y Chino.

- Finalmente; con referencia del Sistema Startup E-Commerce y Habilidades Blandas de Emprendimiento para la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María; se concluye que en base del modelo de negocios “Exporta Directo”, al eliminar los intermediarios entre los mismos agricultores y el mercado internacional, por lo que el Sistema E-commerce online (Safira), ofrece una gama de plataformas de comercio electrónico las 24 horas del día, con una fácil implementación y costo de mantenimiento, asimismo, que para fomentar el empleo y desarrollo de la zona se formula 8 características de emprendimiento o habilidades blandas para que la cooperativa mencionada impulse en los agricultores de la localidad.

RECOMENDACIONES

Al finalizar la presente investigación; y según con el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María, donde se evidencia que dicha propuesta toma en consideración el Estudio de Mercado y Productividad realizado con los mismos agricultores de la localidad, así también con el beneficio del Control Biológico del Gusano Mazorquero, se propone al Gerente General de la cooperativa, los siguientes puntos clave:

- Actualizar y Priorizar como Análisis de Mercado y Productividad el uso continuo de la Matriz FODA para el Modelo Startup Exportador de Cacao elaborado en el estudio; ya que considera todas las dificultades que padecen los socios (agricultores) de la cooperativa, y, por otro lado; tomar siempre en consideración para incrementar la productividad del cacao, el control adecuado y natural del Gusano Mazorquero con productos 100% naturales, y así, conversar el sabor y textura que son tan cotizados.
- Estandarizar y Optimizar como Modelo de Negocios LEAN CANVAS “Exporta Directo” conjuntamente con el Sistema E-Commerce Online (Safira); ya que prioriza de forma inmediata la satisfacción del mercado internacional, así como, la recopilación continua de nuevos productos en base al cacao demandados por los clientes extranjeros, y también; que se elimina los intermediarios para la comercialización, ya que estos suman costos indirectos al producto exportado, por el contrario, se pagaría el precio justo por el producto orgánico ofrecido de alta gama y calidad.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alarcón, F. G.** (2017). *Estudio del Impacto de las Herramientas TIC con conexión a Internet, como parte del proceso inicial de las Start-Ups y Emprendimientos, en Perú* . Lima - Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Chávez, R., & Juscamaita, M.** (2013). *Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado Estadounidense* . Lima - Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Córtés, S.** (2011). *Marketing Digital como Herramienta de Negocios para PyMES*. Santiago - Chile: Universidad de Chile .
- Dávila, K.** (2018). *Control Biológico del Mazorquero del cacao (Carmenita foraseminis), utilizando dos cepas nativas de Beauveria bassiana, Región San Martín*. Tarapoto - Perú: Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.
- Gutiérrez, E. B.** (2017). *Control Biológico de Cogollero (Spodoptera frugiperda) y Mazorquero (Heliothis zea) en el Cultivo de Maíz Amiláceo (Zea mays L.), en la localidad de Maucacalle Abancay - Apurímac*. Abancay - Apurimac: Universidad Tecnológica de los Andes.
- Gutiérrez, O. R.** (2017). *La Exportación de servicios en el Perú: Realidad y Perspectivas*. Lima - Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Guzmán, R. A.** (2012). *Plan de Negocios para una empresa de productos naturales para el cuidado personal*. Santiago de Chile - Chile: Universidad de Chile.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P.** (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Jara, M. T., Montoro, A. A., & Rivera, D. V.** (2017). *Caracterización de los elementos clave del crecimiento en las Startups: Estudio de casos múltiples de Startups Limeñas Ganadoras del concurso Startup Perú*. Lima - Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Jorge, A.** (2018). *Efecto de Entomopatógenos y un insecticida químico en el control del "Mazorquero del cacao"(Carmenita foraseminis Busck (Eichlin) en el caserío de Pumahuasi*. Tingo María - Perú: Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- Moslars, C.** (2001). *Estrategia empresarial e innovación como concluyentes de la intensidad exportadora: "Un análisis empírico"*. Barcelona - España: Universitat Ramon Llull.

- Ramos, X. R.** (2017). *La Comunicación Ambiental y su aporte a la Responsabilidad Social Empresarial Social Empresarial en la Ciudad de Huánuco 2016* . Huánuco - Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizán .
- Santos, A. A.** (2016). *Framework para Caracterizar la Innovación Social sobre sus Procesos* . Florianópolis - Brasil: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Simon, B. f.** (2015). *Modelo del clúster del producto orgánico cacao y el E-Commerce como soporte tecnologico para acceder al mercado internacional - Región Huánuco*. Huánuco - Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizán .
- Supo, J.** (2012). *Seminarios de Investigación Científica*. Arequipa - Perú: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Trujillo, K. J.** (2018). *Marketing de servicios en las ventas de La Empresa Service KJ, Huánuco 2018*. Huánuco - Perú: Universidad de Huánuco

ANEXOS

ANEXO N.º 01 – Matriz de Consistencia

PROPUESTA DE UN MODELO STARTUP EXPORTADOR PARA LA
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CACAO ALTO HUALLAGA, TINGO MARÍA – 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	METODOLOGÍA		
General	General		(Única) de Investigación						
¿Cuál es el Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, Tingo María – 2019?	Proponer un Modelo Startup Exportador, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga, Tingo María – 2019.	La presente investigación; por ser de carácter descriptiva y propositiva, no requiere de la formulación de hipótesis alguna. (Supo, 2012)	Modelo Startup Exportador de Cacao, para Incrementar el Nivel de Ventas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga.	Análisis del Mercado y Productividad de la Oferta Exportadora de Cacao en la Cooperativa Agroindustrial.	Estudio de Mercado	Cuestionario N.º 01 de 16 Ítems.	Tipo de Investigación * Observacional y Propositiva		
Específicos	Específicos	Es importante señalar, que, por lo general, la formulación de hipótesis es pertinente en investigaciones de nivel explicativo, donde se pretende establecer relaciones causales entre variables. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)			Análisis Estratégico Externo e Interno		Nivel de Investigación * Descriptiva y Propositiva COACAH \Leftarrow O COACAH : Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga.		
¿Cuál es el Análisis de Mercado y Productividad de Oferta Exportadora de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?	Determinar el Análisis de Mercado y Productividad de Oferta Exportadora de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.				Gusano Mazorquero de Cacao		Competitividad Exportadora	Escala: 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre	Población * N = 450 de la Cooperativa existentes.
¿Cuál es el Nivel de Mortalidad y Rendimiento Productivo en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?	Evaluar el Nivel de Mortalidad y Rendimiento Productivo en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.				Plan de Operaciones		Plan de Recursos Humanos		Muestra * Muestreo Probabilístico. → n = 40 Socios.
¿Cuáles son los Factores Limitantes e Incentivos Tributarios, Aduaneros y Comerciales de la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?	Determinar los Factores Limitantes e Incentivos Tributarios, Aduaneros y Comerciales de la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.				Plan de Recursos Humanos		Control Biológico del Mazorquero		Criterio de Inclusión * Socios de la cooperativa Criterio de Exclusión * Personal de la cooperativa
¿Cuál es el Modelo de Innovación y Exportación de Cacao para la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?	Elaborar el Modelo de Innovación y Exportación de Cacao para la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.				En las investigaciones de nivel exploratorio y en algunas de carácter descriptivo comúnmente no se plantean hipótesis explícita, es decir, se trabaja con objetivos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) (Supo, 2012)		Modelo de Innovación y Exportación de Cacao en la Cooperativa Agroindustrial.	Comercio Electrónico	Técnicas e Instrumentos * Encuesta y Cuestionario.
¿Cuál es el Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?	Proponer el Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.						Control Biológico del Mazorquero	Comercio Electrónico	Procesamiento de Datos * Estadística y SPSS.
¿Cuál es el Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?	Proponer el Control Biológico del Mazorquero con Cepas Nativas en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.						Comercio Electrónico	Comercio Electrónico	
¿Cuál es el Sistema Startup E-Commerce y Habilidades Blandas de Emprendimiento para la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María?	Proponer un Sistema Startup E-Commerce y Habilidades Blandas de Emprendimiento para la Oferta Exportadora en la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – Tingo María.						Comercio Electrónico	Perfil Emprendedor Startup	

ANEXO N.º 02 – Encuesta para medir el Perfil Exportador Cacaotero

INSTRUCCIONES:

Estimado usuario(a) el presente cuestionario es para la realización de un trabajo de investigación de la Universidad Alas Peruanas Filial Huánuco. Le agradezco que conteste con la mayor veracidad y honestidad posible, marcando con un aspa (X), la respuesta que considere conveniente, según su criterio.

De antemano le agradezco su participación y colaboración.

ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN				
	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
Estudio de Mercado					
1. ¿Cree usted, que las exportaciones de cacao han aumentado en el País?					
2. ¿Cree usted, que los clientes actuales buscan más productos orgánicos?					
3. ¿Considera usted, que el mercado que más consume cacao es el Europeo?					
4. ¿Cree usted, que el consumo de cacao en Europa motiva las exportaciones?					
Análisis Estratégico Externo Interno	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
5. ¿Considera usted, que las autoridades locales apoyan a la exportación?					
6. ¿Cree usted, que las exportaciones brindan oportunidades de crecimiento?					
7. ¿Cree usted, que los requisitos para la exportación son difíciles de cumplir?					
8. ¿Cree usted, que el principal obstáculo para exportar cacao es la organización?					
Gusano Mazorquero de Cacao	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
9. ¿Considera usted, que los agricultores no exportan por falta de información?					
10. ¿Considera usted, que el tipo de suelo ayuda a la producción de cacao?					
11. ¿Cree usted, que el manejo correcto del cultivo ayuda a la producción de cacao?					
12. ¿Cree usted, que el proceso adecuado de cosecha aumenta la productividad?					
Competitividad Exportadora	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
13. ¿Cree usted, que el uso de pesticidas ayuda a la producción de cacao?					
14. ¿Considera usted, que el sistema de riego mejora la producción de cacao?					
15. ¿Cree usted, que las características de la zona afectan la producción de cacao?					
16. ¿Cree usted, que la asistencia técnica ayuda o mejora la producción de cacao?					

ANEXO N.º 03 – Ficha de Validación del Instrumento N.º 01

DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del Experto :** Flores Piñán, Julio Humberto.
1.2. Grado Académico : Maestro en Gestión de Proyectos.
1.3. Cargo e Institución donde labora : Coach en Investigación Cuantitativa & Cualitativa.
1.4. Título de la Investigación :

“PROPUESTA DE UN MODELO STARTUP EXPORTADOR PARA LA COOPERATIVA
AGROINDUSTRIAL CACAO ALTO HUALLAGA, TINGO MARÍA – 2019”

- 1.5. Auto del Instrumento :** Bach. Huber James Luyo Rodríguez
1.6. Licenciatura/Maestría/Doctorado : Licenciatura en Administración.

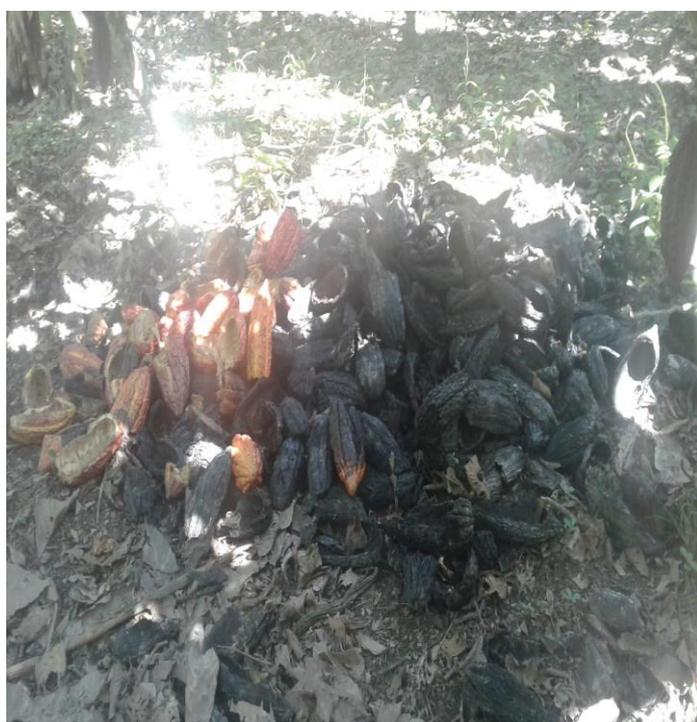
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL					4	6
TOTAL (PROMEDIO)					28.2	54.3

- VALORACIÓN CUANTITATIVA :** 82.5%
VALORACIÓN CUALITATIVA : Confiabilidad Muy Alta
OPINIÓN DE APLICABILIDAD : Listo para ser Aplicado.

Lugar y Fecha: Huánuco, 16/10/2019

ANEXO N.º 04 – Fotos de Daños al Cacao por el Gusano Mazorquero

Fotografía 01: Daños del Gusano Mazorquero a la fruta del Cacao.



Fotografía 02: Frutos del Cacao completamente dañados.

ANEXO N.º 05 – Fotos del Proceso Exportación de Cacao

Fotografía 03: Proceso de cosecha y recolección de granos de cacao.



Fotografía 04: Proceso de secado del grano de cacao para exportación.

ANEXO N.º 06 – Fotos de los Derivados del Cacao para Producción**Fotografía 05:** Coctel de cacao para exportación.**Fotografía 06:** Mantequilla de cacao para exportación.