



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

**“RELACIÓN ENTRE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL CON LA CALIDAD DE VIDA DE SUS
SOCIOS DE LA COOPERATIVA AGRARIA EXPORTADORA
ACOPAGRO DE LA CIUDAD DE JUANJUI EN EL PERIODO 2016”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Rebeca Chávez Valderrama
Elizabeth Guerra Galindo

Asesora:

Mg. Lic. Trudy Tannert Rengifo

Lima – Perú
2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por la Bachiller: Rebeca Chávez Valderrama y Elizabeth Guerra Galindo denominada:

“RELACIÓN ENTRE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON LA CALIDAD DE VIDA DE SUS SOCIOS DE LA COOPERATIVA AGRARIA EXPORTADORA ACOPAGRO DE LA CIUDAD DE JUANJUI EN EL PERIODO 2016”

Mg. Lic. Trudy Tannert Rengifo
ASESOR

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO
PRESIDENTE

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

DEDICATORIA

A Dios por su presencia en cada paso

A nuestras familias por su incondicional
apoyo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecir e iluminar nuestras vidas.

A la Universidad Privada del Norte, institución educativa que brinda facilidad de estudio a muchos jóvenes que como nosotros luchan por alcanzar sus sueños.

A nuestros maestros, que han guiado cada paso en mi conocimiento, permitiendo la culminación de este sueño y ayudándome a conseguir mis objetivos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

<u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u>	2
<u>DEDICATORIA</u>	3
<u>AGRADECIMIENTO</u>	4
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	5
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	6
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	7
<u>RESUMEN</u>	8
<u>ABSTRACT</u>	9
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	16
a) Antecedentes	
a.1 Internacionales	
a.2 Nacionales	
b) Bases teóricas	
1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	
1.1. Definición.....	
1.2. Fernández García y la Responsabilidad Social Empresarial	
1.3. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial	
1.4. Responsabilidad Social Empresarial en el Perú	
1.5. El Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial	
1.6. Definición de Socios Afiliados	
2. CALIDAD DE VIDA	
2.1. Evolución del concepto calidad de vida	

2.2. Definición	
2.3. Dimensiones para Calidad de Vida	
2.4. Verdugo y Schalok sobre Calidad de Vida	
3. LA EMPRESA: COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA	
3.1. Historia	
3.2. Información	
3.3. Objetivos estratégicos	
3.4. Beneficios y Obligaciones	
3.5. Programas de Responsabilidad Social	
3.6. El Negocio de Acopagro	
3.6.1. Cosecha	
3.6.2. Acopio de Granos	
3.6.3. Fermentación	
3.6.4. Secado	
3.6.5. Exportación de Granos	
c) Hipótesis	
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	47
CAPÍTULO 4. RESULTADOS.....	51
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....	73
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES.....	76
REFERENCIAS	77
ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Interpretaciones respecto a la responsabilidad social de la empresa.
- Tabla 2: Mejora de los hábitos alimenticios a través de las Campañas de la Coop. Acopagro a sus colaboradores.
- Tabla 3: Cambios en la actividad física desde que la Cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao).
- Tabla 4: Mejora de Vida familiar por asistencia a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro.
- Tabla 5: Incremento de niveles de confianza en la Cooperativa ACOPAGRO desde que forma parte de ella.
- Tabla 6: Satisfacción personal desde que participa en las campañas de emprendedurismo a partir de la Cooperativa Acopagro.
- Tabla 7: Mejora de las relaciones personales a partir de que forma parte de la Cooperativa Acopagro.
- Tabla 8: Campañas de educación organizadas por la Cooperativa Acopagro y su contribución con el fortalecimiento del trabajo en equipo.
- Tabla 9: Participación en fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la Cooperativa Acopagro.
- Tabla 10: Participación en campañas de cultivos comunitarios organizados por la cooperativa Acopagro y la mejora de la organización en su comunidad.
- Tabla 11: Pertenencia a la Cooperativa Acopagro y apoyo social para la superación.
- Tabla 12: Mejora de la productividad a partir de las capacitaciones y reuniones de trazabilidad y mejoramiento de la calidad de la producción del cacao.
- Tabla 13: Nivel de Información recibida de la cooperativa Acopagro respecto a temas de capitalización.
- Tabla 14: Esfuerzo laboral reconocido por formar parte de la Cooperativa.
- Tabla 15: Seguridad respecto a la propiedad de la Cooperativa Acopagro y la agilización del proceso de titulación de tierras.

- Tabla 16: Mejora de la situación laboral y la relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO.
- Tabla 17: Implementación de Proyectos de Cocinas Mejoradas realizadas por la Cooperativa Acopagro en la mejora de la infraestructura del hogar.
- Tabla 18: Participación de las capacitaciones que brinda la cooperativa Acopagro en el crecimiento personal y técnico.
- Tabla 19: Seguridad e integridad personal y la mejora a partir de la Cooperativa Acopagro.
- Tabla 20: Adquisición de relación comercial con la Cooperativa Acopagro y el beneficio económico como socio afiliado.
- Tabla 21: Relación formal (contrato) como socio afiliado con la Cooperativa ACOPAGRO.
- Tabla 22: Tratamiento especial y la mejora de condiciones de compra de parte de la Cooperativa ACOPAGRO.
- Tabla 23: Pruebas de Chi-Cuadrado.
- Tabla 24: Media y Moda por respuesta.

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Impacto de la RSE.
- Figura 2: Organigrama de la Empresa Acopagro.
- Figura 3: Órganos de Gobierno.
- Figura 4: Mejora de los hábitos alimenticios a través de las Campañas de la Coop. Acopagro a sus colaboradores.
- Figura 5: Cambios en la actividad física desde que la Cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao).
- Figura 6: Mejora de Vida familiar por asistencia a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro.
- Figura 7: Incremento de niveles de confianza en la Cooperativa ACOPAGRO desde que forma parte de ella.
- Figura 8: Satisfacción personal desde que participa en las campañas de emprendedurismo a partir de la Cooperativa Acopagro.
- Figura 9: Mejora de las relaciones personales a partir de que forma parte de la Cooperativa Acopagro.
- Figura 10: Campañas de educación organizadas por la Cooperativa Acopagro y su contribución con el fortalecimiento del trabajo en equipo.
- Figura 11: Participación en fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la Cooperativa Acopagro.
- Figura 12: Participación en campañas de cultivos comunitarios organizados por la cooperativa Acopagro y la mejora de la organización en su comunidad.
- Figura 13: Pertenencia a la Cooperativa Acopagro y apoyo social para la superación.
- Figura 14: Mejora de la productividad a partir de las capacitaciones y reuniones de trazabilidad y mejoramiento de la calidad en la producción del cacao.
- Figura 15: Nivel de Información recibida de la cooperativa Acopagro respecto a temas de capitalización.
- Figura 16: Esfuerzo laboral reconocido por formar parte de la Cooperativa.

- Figura 17: Seguridad respecto a la propiedad de la Cooperativa Acopagro y la agilización del proceso de titulación de tierras.
- Figura 18: Mejora de la situación laboral y la relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO.
- Figura 19: Implementación de Proyectos de Cocinas Mejoradas realizadas por la Cooperativa Acopagro en la mejora de la infraestructura del hogar.
- Figura 20: Participación de las capacitaciones que brinda la cooperativa Acopagro en el crecimiento personal y técnico.
- Figura 21: Seguridad e integridad personal y la mejora a partir de la Cooperativa Acopagro.
- Figura 22: Adquisición de relación comercial con la Cooperativa Acopagro y el beneficio económico como socio afiliado.
- Figura 23: Relación formal (contrato) como socio afiliado con la Cooperativa ACOPAGRO.
- Figura 24: Tratamiento especial y la mejora de condiciones de compra de parte de la Cooperativa ACOPAGRO.
- Figura 25: Pruebas de Chi-Cuadrado.
- Figura 26: Evolución año a año.

RESUMEN

Se presenta a continuación, el estudio denominado “Relación de las prácticas de responsabilidad social empresarial con la calidad de vida de sus socios de la cooperativa agraria exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016”, el mismo que tiene como objetivo principal: Conocer la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016 basados en un diseño de investigación no experimental, correlacional, transversal, aplicado a los socios de la cooperativa exportadora de cacao Acopagro de la ciudad de Juanjui. Asimismo, la muestra estuvo conformada por 30 socios y como población de la investigación total son todos pertenecientes a la Cooperativa Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui, a quienes se aplicó un instrumento de tipo encuesta, y aprobado por juicio de expertos y de manera estadística, indicando que la frecuencia del coeficiente Alfa de Cronbach arrojó como resultado que el grado de confiabilidad se incrementaría al 88.5%. Resultó en la contrastación de hipótesis que de 11 casillas (91,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,33. El resultado de la prueba de Chi Cuadrado determina que la hipótesis principal del estudio es válida, quedando demostrada y aprobada la hipótesis que indica que las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan en gran medida con la calidad de vida de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

ABSTRACT

The following is the study entitled "Relation of the practices of corporate social responsibility of the agribusiness export cooperative Acopagro of the city of Juanjui with the quality of life of its partners in the period 2016", the same one that has as main objective: To know the relationship between the practices of corporate social responsibility and the quality of life of the affiliated members of the Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro of the city of Juanjui in the period 2016 based on a non-experimental, correlational, transversal research design applied to The partners of the cocoa exporting cooperative Acopagro of the city of Juanjui. Likewise, the sample consisted of 30 members and as a population of the total investigation are all belonging to the Cooperative Exportadora Acopagro of the city of Juanjui, to whom a survey-type instrument was applied and approved by expert judgment and statistically, Indicating that the frequency of the Cronbach Alpha coefficient showed that the degree of reliability would increase to 88.5%. It resulted in the hypothesis testing that 11 counts (91.7%) have expected a count lower than 5. The minimum expected count is, 33. The result of the Chi Square test determines that the main hypothesis of the study is valid, and the hypothesis that indicates that corporate social responsibility practices are related to the quality of life of the members of the Agrarian Cooperative Exportadora Acopagro of the city of Juanjui in the period 2016.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Nuestro estudio de la carrera de administración y negocios internacionales enfocada en la cultura exportadora, el comercio internacional y la responsabilidad social, se encarga del análisis de las organizaciones dentro del entorno nacional e internacional, entre sus líneas de investigación mantiene la rama de exportación como eje principal de desarrollo, en el que se considera que actuar de forma socialmente responsable es para las empresas un medio organizacional y de adopción de acciones que vislumbren cuestiones filantrópicas y sociales y esto se ve en la actualidad como fuente de ganancias competitivas y hasta estrategias competitivas para las empresas que así caracterizan sus modelos de gestión.

Es bueno y deseable entonces, que las empresas, sean sociales o sean de capital, incorporen dentro de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) propuestas de valor, que permite medir niveles de conocimiento, implementación y evaluación que se tengan en cuenta en los mercados internacionales y que se realice la RSE en sus tres ámbitos principales: desempeño económico, social y medio ambiental.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha generado una gran importancia debido a los cambios acelerados, producto de la globalización según Solomon (1999). Si a esta situación, se le suma una serie de hechos o acontecimientos no positivos que se ha venido gestando en las organizaciones a nivel mundial y, a consecuencia de estas, las empresas se vean obligadas a cumplir con ciertas normas y leyes que justifiquen el buen accionar y cómo impacta en la mejora de las condiciones sociales de sus grupos de interés. Por otro lado, estas mismas se enfrentan a una creciente presión para mantener la rentabilidad y comportarse de manera socialmente responsable.

Así mismo Peinado & Vives (2011) propone que las actividades de RSE en empresas de Latinoamérica, ha reaccionado, si bien es cierto en países desarrollados a diferencia que en países en vías de desarrollo se encuentran por delante y que América Latina, independientemente del nivel de su desarrollo económico, se encuentra más atrasada. En su mayoría las empresas que sobresalen son las más grandes y que esto se debe a que replican las actividades de RSE, de acuerdo al contexto de cada país dadas por su casa matriz.

En el Perú las empresas que desarrollan las prácticas de RSE en su mayoría son grandes organizaciones, sabiendo que más del 98% de las empresas son MYPES y se tiene un 68% de informalidad, según Arbaiza (2015) en este sentido todavía existe un

desafío que se tiene que trabajar con las pequeñas y medianas empresas, y cómo integrar las prácticas de RSE hacia sus socios, colaboradores, etc., además cómo estas impactan en su desarrollo. Así mismo existe una carencia en la implementación de programas de capacitación de personal en temas relacionados con la responsabilidad social, mejora y desarrollo de las comunidades, y por último actividades de responsabilidad social en todo el país patrocinados por las empresas Marketing (2016)

El estudio que se expone se desarrolla a través de la relación entre la responsabilidad social que ejercen las empresas sobre la población del entorno y su preocupación por la mejora de la calidad de vida de las personas relacionadas de manera directa con la empresa. La investigación se basa en un enfoque cuantitativo de diseño no experimental correlacional que permitirá sea usado en el futuro como base de dato y estadística en temas relacionados.

Es importante que ante cualquier relación comunal, en el caso cooperativo, tener en cuenta que la participación activa de la comunidad va más allá de identificar e involucrar a las partes interesadas en relación con los impactos de las operaciones de una organización; se debe tener en cuenta, también, el apoyo y la identificación con la comunidad, pero sobre todas las cosas, es indispensable brindar el reconocimiento del valor de la comunidad. La participación activa de una organización en la comunidad debería surgir del reconocimiento de que la organización es una parte interesada en la comunidad y que tiene intereses significativos comunes con todos los miembros de ésta. La participación activa efectiva de la comunidad puede aumentar tanto la calidad de vida de la comunidad como la capacidad de la organización de alcanzar sus propios objetivos (en ocasiones llamada "licencia social para operar"). La participación activa de las partes involucradas es, además, el medio clave para ayudar a que una organización identifique las formas en que puede contribuir efectivamente al desarrollo de la comunidad, y directamente a la calidad de vida de la que empiezan a ser parte al incorporarse a la cooperativa. La muestra tomada en cuenta manifiesta tras el análisis estadístico si formar parte del cambio y haber mejorado en los aspectos personales, sociales y económicos, a partir de formar parte de la cooperativa, haciéndose sobretodo sentir en el aspecto financiero, con el incremento de los ingresos y el manejo correcto de sus productos a través de capacitaciones a las que acceden y mejora de la calidad de vida, a través de las campañas de salud de las que forman parte también. Por ello, La contribución de una organización al desarrollo ayuda a promover niveles más altos de bienestar dentro de la comunidad, promoviendo el mejoramiento de la calidad de vida de una población y logrando satisfacer de mejor manera las necesidades de la sociedad.

1.2. Formulación del problema

Problema General

¿En qué medida las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

Problemas Específicos

¿De qué manera se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar emocional de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

¿Cómo se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con las relaciones interpersonales de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

¿De qué manera se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el desarrollo personal de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

¿En qué medida se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar físico de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

¿En qué medida se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con la autodeterminación de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

¿En qué medida se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con la inclusión social de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

¿De qué manera se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con los derechos de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de

la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

¿De qué manera se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar material de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?

1.3. Justificación

En la actualidad la responsabilidad social empresarial se ha convertido en un medio de mejora continua e imagen de muchas empresas y cooperativas que buscan incrementar su participación en el mercado; por lo que estas empresas y cooperativas han acoplado esta práctica de la responsabilidad social empresarial en ellas.

Las cooperativas han adoptado estas prácticas llevándolas a cabo con sus socios, clientes y el medio que los rodea; donde las cooperativas se preocupan por el bienestar y mejorara de calidad de vida de estos.

Por lo que esta investigación busca verificar y conocer la relación entre las prácticas de RSE con calidad de vida de los ya mencionados; para esto se toma como estudio a la Cooperativa Cacaotera Acopagro de la ciudad de Junajui y sus socios.

La investigación presentada busca brindar información sobre la relación de la RSE para que sirva como fuente para realizar cambios que contribuyan a las cooperativas o empresa que llevan a cabo estas prácticas. El estudio de la relación de la RSE de la cooperativa ACOPAGRO, nos permite determinar si estas prácticas generan un cambio en la calidad de vida de sus socios. Al mismo tiempo la investigación se presenta como una fuente de ayuda para estudios relacionados a la responsabilidad social empresarial y para concluir la investigación se presenta como un esfuerzo de estudio de muchos años de la carrera profesional de administración y negocios internacionales para obtener el grado de titulación profesional.

1.4. Limitaciones

Limitación bibliográfica

- ✓ La poca facilidad de acceso a las tesis y textos que nos permitan obtener información respecto al tema.

- ✓ El acceso a las bibliotecas de diversas universidades fue muy difícil y burocrático.

Limitación de tiempo

- ✓ Disponibilidad de tiempo de las investigadoras ya que trabajan más de ocho horas, esto dificultó el trabajo de investigación.
- ✓ El tiempo que se dispuso para el trabajo de investigación.
- ✓ La aplicación de instrumentos debió realizarse en la zona de ubicación de la empresa, lo que implicó viaje y tiempo para la aplicación.
- ✓ Los socios considerados como muestra del estudio, disponían de limitado tiempo y diversos horarios, por lo que resultó complicado juntarlos y aplicar los instrumentos.

Limitación económica

- ✓ La constante realización de copias, impresiones, utilización de servicios gráficos implicaron un gasto en la realización de la investigación.

En todo momento se buscó el modo de superar todas las limitaciones y lograr el desarrollo óptimo de mi investigación y culminar con éxito.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

1.5.2. Objetivos específicos

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar emocional de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con las relaciones interpersonales de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo

2016.

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el desarrollo personal de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar físico de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con la autodeterminación de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con la inclusión social de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con los derechos de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar material de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

a) Antecedentes:

a.1. Internacionales

Espinoza M., Chávez F., Maceda A. (2013) en su estudio ***Las MIPYMES comerciales y el ejercicio de la responsabilidad social empresarial***, realiza 32 entrevistas a las pequeñas empresas y 6 entrevistas a las medianas empresas de la ciudad de Huajuapán, estudio exploratorio – descriptivo que tuvo como objetivo conocer la conceptualización que tiene el empresario propietario de MiPyMes comerciales de la Ciudad de Huajuapán de León - Oaxaca, llegando a la conclusión que en México al ser una práctica reciente, muchas organizaciones empresariales no tienen conocimiento de los beneficios que conlleva la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial, mantienen además desconocimiento de las diversas herramientas de las que podrían hacer uso para ser más competitivas.

Lova & Cretu, Daniela, (2016), plantearon un estudio que investigó acerca del ***impacto de la RSC en la comunidad de Rumania***, donde se desarrolló un estudio cuantitativo, se aplicó un cuestionario, en una muestra de 301 personas de la comunidad en mención, el cual pretende saber de qué manera las actividades de RSE impactan y cómo lo perciben los consumidores. Se concluyó que lo primero que la empresa debería enfocarse es en la responsabilidad hacia sus empleados, para después enfocarse en el entorno exterior. Las empresas percibidas como socialmente responsables pueden beneficiarse con sus clientes por mucho más tiempo. Como conclusión principal de este estudio, la responsabilidad debe convertirse en una herramienta cómo estrategia de una empresa.

Ribeiro L., Barreto M., Viegas J., Barbosa F. Héris H. (2013), en su estudio denominado ***La Responsabilidad Social Empresarial en la Conducta de Colaboradores de la Red Supermercados Minorista en Lauro de Freitas – Bahia – Brasil***, estudio que tuvo como objetivo principal analizar la repercusión de la política de Responsabilidad Social Empresarial en la conducta personal y profesional de los colaboradores de la red de supermercados minorista – Brasil. Estudio de corte exploratorio. Para el recojo de la información se aplicó un cuestionario y entrevista semiestructurada. En gestión participativa solo el 23% se sienten parcial o totalmente incentivados a la participación en los negocios, contra 46% que no se sienten, el 83% están de acuerdo sobre condiciones de trabajo proveídas por el sindicato dentro del local de trabajo, el 85% opina la ausencia de apoyo o realización de programas sociales volcados a la escolarización de sus colaboradores, y a la falta de atención, salud y educación. El 94% de los colaboradores contratados viven en la comunidad local, acción social que repercutió positivamente en relación al público interno, así como los datos de la categoría de medio ambiente el cual un 80% de los cuestionados están de acuerdo que la

empresa ofrece al consumidor final el uso de embalajes con menor impacto al medio ambiente. Por otro lado, se nota que las acciones socialmente responsables no deben solamente focalizar y envolver la comunidad externa del entorno de los supermercados, es esencial preservar e invertir en la mejora en la calidad de vida del público interno y ampliar la concienciación ambiental.

Domínguez A. y Bravo B. (2016) en su tesis: ***Evaluación de las variables del desempeño cooperativo, con enfoque en el buen vivir en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.*** El estudio buscó la evaluación de las variables del desempeño cooperativo con enfoque en el Buen Vivir, en las cooperativas de ahorro y crédito de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Se estructuraron tres fases metodológicas, la selección de las variables, la aplicación de la herramienta de evaluación y el plan de mejora. En la primera fase a través de una búsqueda bibliográfica se determinó las variables del desempeño cooperativo tomando como base el modelo de balance social de la Alianza Cooperativa Internacional. Se aplicó la herramienta de evaluación a las cooperativas objeto de estudio, además se aplicaron encuestas a los trabajadores y socios para verificar la información brindada por la cooperativa. Con las variables que presentaron mayores falencias se realizó la propuesta de un plan de mejoras el cual consta de seis acciones con sus respectivos plazos, dificultad, impacto, priorización y responsables de hacerlas cumplir. La conclusión indicó que las cooperativas de ahorro y crédito de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas están cumpliendo con el desempeño cooperativo en un 59%, las variables con mayores falencias fueron la cooperación entre cooperativas y el aporte al desarrollo de la comunidad.

Loauza D. (2014) en su tesis: ***Modelo de gestión social aplicado a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Prosperar LTDA. de la ciudad de Loja año 2013,*** estudio que tuvo como objetivo diseñar un Modelo de Gestión de la Responsabilidad Social para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Prosperar Ltda. de la ciudad de Loja, el mismo que contribuyó a mejorar la calidad de vida de los directivos, empleados, asociados, la comunidad de su influencia, y que permita al final de cada ejercicio económico, determinar el grado de cumplimiento del Plan Operativo Anual, en la parte que corresponde. Este estudio concluyó que: El sistema cooperativista es sin lugar a dudas, el movimiento socioeconómico más grande del mundo, el que más humaniza al hombre, ya que tiene al ser humano como su propia materia prima. Sus principios y valores representan el mayor compromiso para evaluar el comportamiento y para dirigir la toma de decisiones en beneficio de la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial y Cooperativa, es un tema poco conocido y difundido en el país. Se constituye esencialmente por el compromiso obligatorio y consciente que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores, sus familias, la comunidad y la sociedad en general, sobre la base de procesos económicos eficientes y eficaces.

Guerra F. et. al. (2015) en su tesis: ***Estudio comparativo sobre responsabilidad social entre empresas y países***, estudio que tuvo como objetivo principal confirmar o rechazar la hipótesis “las empresas se norman bajo estándares de sus países de origen con respecto a la RSE y tratan de implantarlo en Chile mediante la filantropía. La Metodología que se usó en este estudio buscó analizar las empresas de la gran minería de origen estadounidense, canadiense y chileno que poseen faenas en Chile. Considerando las teorías escogidas se utilizó la norma de responsabilidad social ISO 26000, la cual posee un enfoque holístico sobre la RSE, para determinar cómo es el nivel de esta tanto del país como de la empresa. Para ver de qué forma la empresa realiza la RSE se utilizó la teoría de las Fases de la RSE de Visser, que indican las características sobre esta temática y la evolución que han presentado a lo largo de la historia. Además, se consideró la pobreza como otro factor de análisis, dado que es una realidad en estos tres países. Los resultados muestran que el nivel de RSE en las empresas tiende a ser alto por diversos factores y que se realiza de una forma más avanzada que la filantropía. Los resultados no apoyan la hipótesis planteada debido a que los países muestran mayores niveles de RSE y la realizan en una fase estratégica en la era de administración.

a.2. Nacionales

Espinoza L. (2015) en su estudio denominado ***La gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el Desarrollo Sostenible de las comunidades de su entorno - Período 2004 - 2014*** presenta su investigación cuantitativa que tuvo como objetivo principal determinar la incidencia de la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú, en el desarrollo sostenible de las comunidades ubicadas en su entorno periodo 2004 – 2014, estudio con diseño transversal – causal; se realizó un trabajo de campo en poblaciones cercanas a las cuatro empresas mineras del Perú. De la muestra aplicada con el estadístico de desviación estándar, se ha encuestado a diez personas por cada población; entre dirigentes comunales, autoridades locales y pobladores llegando a la conclusión de que la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú, impactó negativamente en el desarrollo sostenible en las comunidades ubicadas en su entorno – período 2004 – 2014; porque los niveles de sostenibilidad de las comunidades son: Socialmente no sostenibles, cuentan con una economía sub desarrollada y medio ambiente degradado.

Escobar E. (2015), en su estudio: ***La responsabilidad social empresarial como medio de rentabilidad y competitividad***, que tuvo como objetivo principal exponer la importancia que generó la presión de los grupos sociales frente a las acciones de la empresa, la intervención de organizaciones como la ONU para fijar parámetros de cuidado medioambiental y la iniciativa de empresarios para actuar responsablemente frente a su entorno, el estudio de tipo

descriptivo – explicativo, de corte transversal, arriba a la conclusión que la empresa forma parte del entorno social, ambiental y económico, por lo que se le atribuye la condición de persona jurídica y un deber de ciudadanía por lo tanto debe integrarse a ella y contribuir al desarrollo general, esto ha sido corroborado en el desarrollo de la evolución de la RSE, que nos muestra que la empresa mantiene responsabilidades frente al entorno, lo cual no implica que se aminoren los objetivos económicos de la empresa, sino que se alcancen beneficios sostenibles a largo plazo tanto para la empresa como para sus grupos de interés.

Altamirano M. (2011), en su tesis: **La responsabilidad Social y su relación con las Pymes en el Perú y su entorno económico**. Es una investigación que sistematiza el conocimiento en la implementación de sistemas de gestión para PYMES interesadas en hacer de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), parte de su gestión. Convencida de que la ética y las buenas prácticas, corresponde a todo tipo de empresas, sin importar su tamaño, se convierte para las PYMES en una oportunidad, a la que se puede acceder con iniciativa y creatividad, más que con recursos. Las PYMES constituyen un sector fundamental de nuestra economía y su labor en materia de responsabilidad social no sólo genera beneficios para su gestión, sino que constituye también un aporte para toda la sociedad.

Oscoco A. (2015) en su tesis: **Determinar la relación entre la responsabilidad social y la satisfacción laboral en una organización**, estudio que tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la responsabilidad social en la satisfacción laboral, la investigación es de tipo descriptiva comparativa de diseño transversal, que se aplica a una muestra intencional compuesta por 20 trabajadores que presentan características laborales similares. Los principales resultados indican que sí existen diferencias significativas en la comparación de las medias de los resultados de ambos grupos, con respecto al grupo que participo y el grupo que no participo en un programa de responsabilidad social. Por lo que se concluye que los programas de responsabilidad social influyen de manera positiva en la satisfacción laboral.

Espinoza F. (2015) en su tesis: **Comunicación en la gestión de responsabilidad social: caso Doe Run Perú**, estudio que tuvo como objetivo principal conocer las acciones de comunicación implementadas una empresa de manera teórica y práctica. Esto permitirá concluir si la empresa Doe Run Perú está comunicando eficientemente las acciones de responsabilidad social del proyecto “Reforestación con fines productivos”, y si este está contribuyendo de manera estratégica a los objetivos empresariales. Buscando analizar la comunicación del programa de responsabilidad social “Reforestación con fines productivos” en la empresa Doe Run Perú SRL; y que arribó a la conclusión que la empresa se encuentra en una situación crítica económica, financiera y socialmente. La realidad hace que las relaciones con todos los grupos de interés sean difíciles de manejar; sin embargo, no se está gestionando una buena estrategia de comunicación que permita mejorar y/o aminorar la situación.

b) Bases teóricas

1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1. Definición

Alegria Meza, (2007); en el planteamiento de su da conocer que las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son un compromiso voluntario y activo que busca un equilibrio social, ambiental y económico de las empresas. Esta estrategia resulta de las diferentes realidades, preocupaciones y presiones sociales que hoy generan la sociedad, el mercado y las empresas. Llegando a una conclusión específica de las prácticas de responsabilidad social empresarial impacta de manera positiva en la empresa y su entorno por lo que para esto se tiene que tener claro que la R.S.E. es un enfoque de negocios que consiste en alinear las necesidades y las expectativas de los stakeholders ; obteniendo un beneficio reciproco.

De otro lado Almodóvar Martínez et. al. (2011); resaltan que las prácticas de la responsabilidad social empresarial también generan un cambio positivo en el área de la calidad de vida laboral de las personas que pertenecen a una empresa u organización porque se ve reflejado en la satisfacción de sus necesidades y el desarrollo personal de estos trabajadores.

Betancur Cardona, Giraldo Giraldo, & Velásquez Bedoya, (2009), propone que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es el tributo activo y voluntario de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. El conocer lo que conlleva la RSE impacta de manera positiva para las empresas nacionales o privadas. La responsabilidad social empresarial va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento de esta conllevando a producir y acumular riqueza para después repartirla con todos los factores o actores que interviene en la producción de la riqueza.

Dolors Celma, (2011); sostiene que la responsabilidad social empresarial depende mucho de conocer el concepto de la misma, además de la buena gestión de área de Recursos Humanos. La reacción que tiene la empresa, sus trabajadores y su entorno es positiva porque permite que la empresa tenga una mayor influencia en el mercado, permitiendo conseguir beneficios sociales. En la tesis se desarrolla que las personas directas que se ven beneficiados con las buenas prácticas de la RSE son los trabajadores de la empresa porque se ve reflejado en la confianza de los empleados en la dirección.

López Salazar, Ros Manríquez, Martha, & Ojeda Hidalgo, José Felipe, (2015); En su investigación utilizando el modelo de RSE basado en la norma ISO 26000, señala a las prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la

comunidad, prácticas laborales y medio ambiente cómo factores que impactan en las prácticas de responsabilidad social empresarial, desde la perspectiva del capital humano, por otro lado el autor menciona la importancia del capital humano, ya que establece una relación más cercana con el cliente, y es éste mismo el que forma parte de un grupo de interés de la empresa, es él que practica continuamente los valores y cultura de la empresa y esto complementa la visión sobre el nivel de responsabilidad social que tienen las organizaciones

Ricardo Montes & Sanjuán Salgado, Lisseth, (2007); El artículo de la Universidad Tecnológica de Bolívar nos da conocer que las empresas que realicen prácticas de la responsabilidad social empresarial van a tener un impacto positivo dentro de la empresa y su entorno por que se verán reflejados en asuntos de desarrollo de ellas como medio ambiente, lugar de trabajo, inversión social comunitaria y el mercado. Llegando a muchas conclusiones; resaltando una de ellas donde se verifica que las prácticas de responsabilidad social empresarial llevan a una mejor sostenibilidad de muchas empresas si se conoce el concepto de la responsabilidad social empresarial.

Según Núñez, (2003). Responsabilidad social empresarial tiene definiciones muy amplias, que estas mismas se encuentran en continuo desarrollo, y con diferentes enfoques. Existen diferentes conceptos propuestos por autores, instituciones y organismos.

Núñez, (2003:11)” Cualquiera sea la definición adoptada, todas coinciden en la necesidad de promover las buenas prácticas en los negocios a través de asumir, por parte de la empresa, la responsabilidad de los impactos que genera la actividad productiva a la que se dedica”

Cambio (2007) Dice la responsabilidad social empresarial no es gratuito, uno, origina ventajas al mejoramiento de la productividad, en este caso por parte de los trabajadores, dos reducción de los costos de transacción por parte con los accionistas, tres, la calidad de los productos percibida por los consumidores y una mayor demanda de las mismas.

“La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas”, (The Center for Corporate Citizenship del Boston Collage).

La Responsabilidad empresarial se define como:

Pinto Saavedra & Rego Rahal (2007)” Una cultura que, en todas las áreas claves de la gestión y de los resultados empresariales, procura impactar positivamente a todos los públicos afectados por la acción de la empresa.”

La responsabilidad social empresarial impacta en las acciones de la empresa en la sociedad y además que esta tiene responsabilidades que abarca mucho más que las obligaciones legales y económicas (Cabrera et al., 2011).Dicho de tal manera, el adoptar el concepto de RSE, permite el reconocimiento por parte de las empresas en asumir responsabilidades con la

sociedad y que va más allá de la maximización de los beneficios (Reynolds, 2013). Además de esto cabe señalar que la respuesta a esa responsabilidad se asume o no libremente por las empresas, a las que nadie les obliga en sentido estricto a implantar acciones de RSC, aunque se presente como una potente herramienta de gestión Carroll, (1999)

1.2. Fernández García y la Responsabilidad Social Empresarial

Fernández García (2009) en su texto sobre Responsabilidad Social Corporativa, induce al conocimiento de planteamientos diferentes que relacionen la empresa con la sociedad, el objetivo de esta conjunción es armonizar el fin económico con aspectos sociales y medioambientales a fin de evitar las desigualdades que la globalización genera. El autor indica que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial permite el surgimiento del concepto de Stakeholder que se define como la persona o grupo que se puede ver afectada o puede afectar la corporación, nacen de esta manera los conceptos de bien gobierno, sostenibilidad, reputación corporativa o responsabilidad social, que las empresas deben asumir para mantenerse en el mercado.

Para el autor la responsabilidad social de la empresa o responsabilidad social corporativa es un concepto con arreglo al que las empresas deciden voluntariamente a contribuir al logro de una sociedad mejor y a un medio ambiental más limpio basado en la idea que el funcionamiento general de la empresa se debe evaluar considerando la contribución combinada a la prosperidad económica. De otro lado, nos propone tener en cuenta cómo es que la empresa se debe relacionar con los propios accionistas, trabajadores, clientes, proveedores y la comunidad en la que actúa.

De otro lado, Fernández G. indica que la única diferencia entre la responsabilidad social de la empresa y la responsabilidad social, del siguiente modo:

- La Responsabilidad Social, determinado por el compromiso de los ciudadanos, instituciones públicas y privadas y las organizaciones sociales que contribuyen al aumento del bienestar de la sociedad local y global.
- La Responsabilidad Social de la Empresa o Empresarial (RSE), que se entiende como la filosofía y actitud que la empresa adopta en dirección a los negocios en la incorporación voluntaria en su gestión de preocupaciones y expectativas de sus distintos grupo de interés (Stakeholders) con visión a largo plazo.
- La Responsabilidad Social Corporativa, que amplía el ámbito de la responsabilidad social de la empresa para incorporarse a las agencias gubernamentales y otras organizaciones para mostrar cómo se realiza su trabajo.

El autor propone las interpretaciones siguientes respecto a la responsabilidad social de la empresa:

Tabla 1

Interpretaciones respecto a la responsabilidad social de la empresa:

Interpretaciones	Tipo de asunción de responsabilidad
1. Responsabilidad exclusivamente económica: ofrecer bienes y servicios para obtener el máximo beneficio posible	No asunción
2. La responsabilidad se considera aquella dimensión política de la empresa en la que colabora en la búsqueda de solución de los problemas como mero asesor.	Asunción voluntaria como medio de colaborar o de conseguir otros objetivos principales
3. La responsabilidad social con carácter instrumental es una actividad para solucionar problemas de distintos grupos sociales, pero como un medio de alcanzar resultados económicos.	
4. La responsabilidad social como asunción de una responsabilidad frente a la sociedad, que supone una ampliación de los objetivos empresariales a componentes sociales.	Asunción como objetivo de la empresa

Fuente: Fernandez R. (2009) Responsabilidad Social Corporativa. Una cultura empresarial, p. 24.

De otro lado propone diversos tipos de responsabilidades sociales, considerando a los grupos de interés como los trabajadores y la comunidad, del siguiente modo:

- *Responsabilidades primarias:* Responsabilidades inherentes a la actividad específica de la empresa. No responder adecuadamente a la razón de ser de la empresa traería consigo graves consecuencias.
- *Responsabilidades secundarias:* Permite mejorar los efectos resultantes de la misma actividad en grupo sociales interdependientes con la empresa.
- *Responsabilidades terciarias:* Extendidas a actuaciones de la empresa encaminadas a mejorar determinados aspectos de su entorno social más allá de su actividad específica.

1.3. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial:

Fernández García (2009) La RSE tiene dos dimensiones:

- a. Dimensión interna, en este ámbito corresponde a las relaciones laborales prácticas gerenciales, que afecta a sus trabajadores, a su impacto medioambiental, gestión de

las materias primas, condiciones de trabajo, o la peligrosidad de sus productos

- b. Dimensión externa, tiene una relación de responsabilidad con comunidades local, consumidores, proveedores clientes, (stakeholders o grupos de interés) que son los que las empresas mantienen una estrecha relación y a los que debe generar algún valor si se va autodefinir como socialmente responsable.

Cualquiera que sea la dimensión que participe, todos los grupos de interés tienen necesidades comunes, que son:

- **Transparencia informativa:** la empresa tiene que ser honesta con sus grupos de interés, y es sumamente valorada por los mismos, ya que les permite conocer aspectos esenciales e impacto presente futuro de la organización.
- **Participación:** una comunicación permanente y el diálogo resultan imprescindibles cuando se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de las partes interesadas.
- **Beneficio mutuo:** el acompañamiento que les permite desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social y en lo medio ambiental de forma equilibrada, con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.

SRL, (2015). En la siguiente edición nos da a conocer que también se encuentra clasificada en enfoques y teorías que permiten que la empresa tenga un mejor conocimiento de cómo deben aplicar estas en prácticas en su empresa. Para lo cual se presenta lo siguiente la Clasificación de Enfoques y Teorías en RSE:

- ✓ **Visión de generación de ganancias como fin único:** Este enfoque nos habla de la generación de ganancias de la empresa y su respeto a las leyes vigentes del lugar donde se encuentren.
- ✓ **Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado:** este segundo enfoque se debe al respeto de las normas dadas en el entorno en el que se desenvuelve.
- ✓ **Visión de bienestar social:** Esta visión se enmarca en la ética pero en un nivel superior, en donde la empresa debe estar consciente del daño que puede causar a la sociedad y de hacerse responsable de lo eso conlleve.
- ✓ **Visión de empresa al servicio de la comunidad:** Esta visión corresponde a una visión de responsabilidad donde la empresa debe usar sus recursos de la manera más eficiente con el fin de generar bienestar a la sociedad.

1.4. Responsabilidad Social Empresarial en el Perú

El desarrollo de la responsabilidad en el Perú ha ido cambiando conforme en el tiempo, La aprobación del Código del Medio Ambiente en septiembre de 1990 produjo un elemento sustancial del concepto de responsabilidad empresarial y fue acogido por varias instituciones, entre las que destaca la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA).

En 1992 se afianza la alianza entre Perú 2021 y SASE se comienza a desarrollar conceptos y los criterios metodológicos para explorar el tema de responsabilidad social en el empresariado peruano, se invita a una serie de empresarios de Estados Unidos, México, Colombia, Venezuela y Chile para realizar presentaciones a empresarios en Lima, se empieza a visitar diferentes provincias del Perú para difundir esta perspectiva y se inician los simposios anuales titulados "Empresa Moderna y Responsabilidad Social". En 1997, la Universidad del Pacífico y SASE unieron sus esfuerzos para sacar adelante el proyecto Perúpromesa, uno de cuyos componentes era la responsabilidad social de la empresa.

Según (Edery, 2015) en el Perú hay empresas que todavía están en el proceso de aprendizaje y se están desarrollando en el proceso de la filantropía, y hay otro grupo de empresas que se preocupa por el público y está dejando de lado el interno (colaboradores), ahora con respecto a los presupuestos que destina las empresas para el desarrollo de RSE, EL 54% de empresas indica que entre 1% y 4% de su presupuesto anual y el 12% lo hacía entre 5% y 7% de su presupuesto.

1.5. El Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial

Torres & Céspedes, Laura, (2012). La tesis presentada nos habla del impacto positivo que conlleva el realizar las prácticas de la RSE, nos da a conocer que funciona como una base para las estrategias que se enfocan hacia RSE. El impacto de la RSE se da de manera interna y externa afectando directamente a la empresa, quien es la que lleva a cabo la RSE y la comunidad quien es el autor principal de que se lleve a cabo la RSE. Por otro lado no podemos dejar de mencionar que la RSE también se ve como una obligación moral de la empresa. Se llega a la conclusión positiva de que estas prácticas siempre van a tener un impacto en el lugar donde se realice.

Figura 1: Impacto de la RSE -



Fuente: Torres & Céspedes, Laura, (2012).

La imagen anterior, tiene como finalidad reconocer que la empresa tendrá un impacto positivo al realizar la PRSE, como bien se observan las áreas que tendrán mayor impacto son: el área comercial, el área legal, el área laboral y el área financiera.

Beltrán Rodríguez, Correa Salazar, & Lugo Sarmiento, (2010) En la tesis expuesta nos da a conocer que cuando una empresa realiza las prácticas de la RSE tienen un efecto directo en la calidad de vida en los trabajadores y abastecedores, estos cambios se ven reflejados en los mejores planes individuales, familiar, social y beneficios económicos. La calidad de vida abarca distintos aspectos por lo que la tesis presentada toma como muestra a la empresa CARREFOUR, la empresa da una oportunidad de trabajo a campesinos y ellos al desempeñar en dicha empresa generan confianza en su vida cotidiana y mejora su nivel de ingreso generándoles una estabilidad económica para que de esa forma puedan suplir sus necesidades. Por lo ya mencionado se puede afirmar que la RSE impacta de manera positiva en la calidad de vida de su trabajadores y abastecedores.

1.6. Definición de Socios Afiliados

Para poder definir el término socio afiliados, recurrimos al Portal de Club de Leones (s.f.), que indica lo siguiente: Es la persona de categoría en la comunidad que no puede participar como "socio activo" de alguna entidad, pero que desea afiliarse para respaldar sus iniciativas de servicio.

La clasificación de socio afiliado engloba una invitación de parte de la directiva de la entidad. Un socio afiliado no tiene derecho a votar en asuntos de la entidad puestos a consideración en

las reuniones aunque esté presente, pero no podrá bajo ningún término representar a la entidad, cooperativa para nuestro caso.

Un socio afiliado está obligado a pagar las cuotas que se establezcan dentro de la entidad. Esta categoría es tan completa como la de "socio activo" y no guarda semejanza con la de "socio foráneo" que es una categoría transicional y temporal, que debe ser revisada por la junta directiva que rige la entidad.

Basados en el texto Único Ordenado de la Ley General de Cooperativas (1990) el Art. 16° a la letra indica:

“Para ser socios de una organización cooperativa es necesario, según los casos y sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo siguiente:

1. Que las personas naturales tengan capacidad legal, salvo los casos de menores de edad que, por excepción, autorice el Reglamento;
2. Que las personas jurídicas estén constituidas e inscritas con arreglo a Ley y sean autorizadas por su estatuto, o por su órgano competente, para integrar la organización cooperativa;
3. Que en todo caso, reúnan los demás requisitos exigidos por el Estatuto.” (p. 4)

El portal Cooperativa Un minuto (2015), acerca de los principios que rigen a las cooperativas nos indica que la cooperativa es el medio que busca de manera mutua beneficiar a los socios. Una asociación que une a personas de manera voluntaria sin tener en cuenta los capitales. Las cooperativas, bajo este enfoque se rige por estatutos y por la ley de asociaciones cooperativas, la misma que indica que los principios del cooperativismo son:

- Ayuda mutua
- Responsabilidad
- Democracia
- Igualdad
- Equidad y
- Solidaridad

Y el rol de la afiliación se encuentra encerrado en el principio de membresía abierta y voluntaria, es decir, que la afiliación, libre adhesión y la libertad para ingresar o salir de una cooperativa, depende única y exclusivamente del socio. De manera literal expresa lo siguiente:

“La cooperativa puede negar el ingreso como asociado a una persona de quien sospecha con fundamento que no tiene intención recta al solicitar su afiliación. Igualmente tiene la posibilidad de excluir a aquellos asociados que han infringido gravemente las normas estatutarias o reglamentarias.”

De otro lado en el Plan Nacional Decenal de Educación para el Sector de la Economía Solidaria en Perú, se indica, también, que entre los principios universales de la cooperación se encuentra el de la afiliación voluntaria y abierta, el mismo que propone que las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar la responsabilidad de su afiliación, sin discriminación social, racial, religiosa o de sexo.

2. CALIDAD DE VIDA

2.1. Evolución del concepto calidad de vida

Respecto a los antecedentes, citamos la investigación realizada por Cuevas F. (2003), quien afirma que desde la formulación de la OMS, en su Carta Constitucional de 1948 define la salud como: el estado completo de bienestar físico, mental y social, y no como la ausencia de afecciones y enfermedades. Indica que los esfuerzos realizados por diversos investigadores, se dirigen a buscar las herramientas para evaluar estos tres aspectos interrelacionados de la vida del ser humano, y que fueron criticados como inconcretos desde el principio.

De otro lado, Salas C. y Garzón M. (2012), acerca de la noción de calidad de vida y su medición, indica que el término calidad de vida se remonta al siglo pasado, en el que la idea del estado de bienestar, se deriva de los desajustes socioeconómicos que proceden de la gran depresión surgida en los años 30, la misma que evoluciona y se difunde de manera sólida en la postguerra entre los años 1945 – 1960. todo como consecuencia de las teorías de desarrollo social que planteó Keynes, el mismo que reclamaba el reordenamiento geopolítico y la instauración del orden internacional, consumada la segunda guerra mundial. Por lo que en el momento de la posguerra surge el movimiento mundial sobre el papel del Estado y su rol en relación con el bienestar de las comunidades, ofreciendo protección a las personas que no fueron capaces de tener una vida mínimamente aceptable a los criterios de la sociedad moderna, según Keynes.

Finalmente citamos a Moreno B. y Ximénez C. (1996) que hacen una aproximación histórica acerca del término calidad de vida como un término de reciente uso, el mismo que aparece hacia el año 1975 y que tiene una gran expansión a lo largo de los años 80', entonces la calidad de vida como término tiene su origen principal de la medicina para extenderse rápidamente a la sociología y la psicología, desplazándose a otros términos que resultan más difíciles de operativizar como felicidad y bienestar. Entonces, el concepto de calidad de vida, a lo largo del desarrollo histórico, se caracteriza por su continua ampliación, que de manera sucinta puede considerarse inicialmente que constituía el cuidado de la salud personal, pero que luego termina convirtiéndose en la preocupación por la salud y la higiene pública, y que finalmente se convierte en la capacidad de acceso a los bienes económicos y en la preocupación por la existencia del sujeto de su vida social, de su actividad cotidiana y de su propia salud.

El interés por la calidad de vida, como definición y tema importante para la sociedad nace como el concepto que pretendemos conocer ahora a partir de la década de los 60', para lo que según nos indica Gómez - Vela M. et. al. (s/f), para convertirse en un concepto usado en ámbitos de salud, la salud mental, la educación, la economía, la política y el mundo de los

servicios en general.

El mismo autor manifiesta que el término calidad de vida a pesar de haber pasada varias décadas, no presenta un consenso acerca de lo que es su definición y aquí cita textualmente lo siguiente:

“Felce y Perry encontraron diversos modelos conceptuales de Calidad de Vida. A las tres conceptualizaciones que ya había propuesto Borthwick- Duffy en 1992, añadieron una cuarta. Según éstas, la Calidad de Vida ha sido definida como la calidad de las condiciones de vida de una persona (a), como la satisfacción experimentada por la persona con dichas condiciones vitales (b), como la combinación de componentes objetivos y subjetivos, es decir, Calida de Vida definida como la calidad de las condiciones de vida de una persona junto a la satisfacción que ésta experimenta (c) y, por último, como la combinación de las condiciones de vida y la satisfacción personal ponderadas por la escala de valores, aspiraciones y expectativas personales (d)”

Gómez – Vela, indica que la utilidad del concepto calidad de vida, citando a Schalock (1996), es importante pues emerge como un principio organizador que permitirá mejorar la sociedad actual que se encuentra sometida a cambios sociales, políticos, tecnológicos y económicos, pero su real importancia radica en el conocimiento de los servicios humanos que buscan evaluar las necesidades humanas y los niveles de satisfacción.

2.2. Definición

La OMS citada por Araya P., y Yañez A. (2006), acerca de la calidad de vida (14) la definen como:

“la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, con el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas y sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno”.

Se considera que la definición de la OMS es una de las más completas, en su momento, definir la calidad de vida, resultó algo difícil de hacer, ya que depende de la escala de valores en el individuo, de los recursos emocionales y los recursos personales, que se van forjando con el paso de los años. La Calidad de vida engloba los aspectos que se relacionan con el funcionamiento físico, mental y bienestar de cada ser humano. Esteve (1997) citado por Araya P., y Yañez A. (2006) indica que para poder tener clara la definición de la calidad de vida se debe partir del enfoque multidimensional, que valora la salud, funcionalidad e interacción del

individuo con el medio en el que se desenvuelve.

De otro lado Urzúa A. y Caqueo – Urizar A. (2011), en su estudio acerca de la revisión teórica de la calidad de vida, hacen una recopilación de definiciones de diversos autores, que textualmente indican lo siguiente:

“Ferrans (1990): Calidad de vida general definida como el bienestar personal derivado de la satisfacción o insatisfacción con áreas que son importantes para él o ella.

Hornquist (1982), indica que en términos de satisfacción de necesidades en las esferas física, psicológica, social, de actividades, material y estructural.

Shaw (1977) Define la calidad de vida de manera objetiva y cuantitativa, diseñando una ecuación que determina la calidad de vida individual: $QL=NE \times (H+S)$, en donde NE representa la dotación natural del paciente, H la contribución hecha por su hogar y su familia a la persona y S la contribución hecha por la sociedad. Críticas: la persona no evalúa por sí misma, segundo, no puede haber cero calidad de vida.

Lawton (2001) Evaluación multidimensional, de acuerdo a criterios intrapersonales y socio-normativos, del sistema personal y ambiental de un individuo.

Haas (1999) Evaluación multidimensional de circunstancias individuales de vida en el contexto cultural y valórico al que se pertenece.

Bigelow et al., (1991) Ecuación en donde se balancean la satisfacción de necesidades y la evaluación subjetiva de bienestar.

Calman (1987) Satisfacción, alegría, realización y la habilidad de afrontar... medición de la diferencia, en un tiempo, entre la esperanza y expectativas de una persona con su experiencia individual presente.

Martin & Stockler (1998) Tamaño de la brecha entre las expectativas individuales y la realidad a menor intervalo, mejor calidad de vida.

Opong et al., (1987) Condiciones de vida o experiencia de vida. (p. 62)

Urzúa A. y Caqueo - Urizar A. (2011), propone que existen definiciones únicas sobre los conceptos de calidad de vida, es decir todas las definiciones antes mencionadas se pueden agrupar en categorías como:

a) Calidad de Vida = Condiciones de Vida

Esta perspectiva muestra la equivalencia entre la suma de los puntajes de las condiciones de vida objetivamente que pueden ser medibles en una persona, tales como salud física, condiciones de vida, relaciones sociales, actividades funcionales u ocupación. Esta categorización compara a una persona con otra desde los indicadores estrictamente objetivos. Todo lo mencionado se basa en el estudio de Hollanflsworth (1988)

- Este tipo de definiciones enrumban a problemas diversos y no tienen parámetros universales de una buena calidad de vida.
- b) Calidad de Vida = Satisfacción con la vida
- En esta categoría o dimensión se considera a la calidad de vida como un concepto similar a la satisfacción personal, entonces la vida sería la suma de la satisfacción en los diversos dominios de la vida.
- Las definiciones tienen también autores que se contraponen a las mismas, ya que se otorga como foco principal el bienestar subjetivo y se deja de lado las condiciones externas de vida, es decir se cree que el individuo sea capaz de abstraerse de su propio contexto económico, social, cultural, político o incluso de su propio estado de salud, es decir aquí alcanza la satisfacción personal.
- Esta dimensión engloba el concepto que brinda Jenkins (1992) que plantea las respuestas de los pacientes que padecen de enfermedades mentales y que pueden reflejar idealmente su situación tanto física, psicológica y social y que estas respuestas puedan estar representadas por expectativas individuales, deseos personales o estado mental, pudiendo surgir errores frecuentes percepciones distorsionadas y carencia de un insight y de respuestas de las limitaciones del uso de metodologías de autorespuestas.
- c) Calidad de Vida, determinada por las Condiciones de vida más la satisfacción con la vida. Las condiciones de vida se podrían establecer de manera objetiva a través de los indicadores biológicos, sociales, materiales, conductuales y psicológicos, los que en conjunción a los sentimientos objetivos sobre cada área que reflejen el bienestar general. Esta clasificación se basa en el estudio de Felce y Perry (1995), definición que engloba la composición de sentimientos de satisfacción frente a diversos aspectos de la vida.
- De otro lado se cita a Zapf (1984) que afirma acerca de esta relación las discrepancias que se pueden encontrar en las evaluaciones de tipo objetivo y subjetivo y que propone una clasificación cuádruple de conceptos de prosperidad, que podría no ser útil en la práctica, pero que se centra en la evaluación más que en la esencia.
- d) Acerca de la calidad de Vida como sumatoria de las Condiciones de Vida y Satisfacción con la Vida y el producto de los Valores.
- En esta categoría engloba autores que determinan que la calidad de vida es un estado de bienestar general que encierra dentro de sí a los descriptores objetivos y las evaluaciones subjetivas de bienestar físico, material, social y emocional, junto al desarrollo personal y de actividades, y mediadas en su totalidad por los valores personales. Bajo este concepto, cambios en los valores, en las condiciones de vida o

en la percepción, que pueden provocar cambios en los otros y bajo un proceso dinámico.

- e) La calidad de vida como consecuencia de las condiciones de salud unidas a la satisfacción con la vida

En este punto la calidad de vida es percibida por un individuo que estaría fuertemente modulado por procesos cognitivos que se vinculan a la evaluación que las personas realizan tanto de sus condiciones objetivas de vida, como del grado de satisfacción con cada una de ellas.

Campbell en 1981, propone la teoría, de que las personas juzgan su situación objetiva en relación con cada uno de los dominios evaluados según los estándares de comparación que se basan en aspiraciones, expectativas, sentimientos o que se podría ser referente a un grupo en el que se comparen necesidades personales y valores.

Citamos también a Moreno B. et. al (1996), quien afirma que la calidad de vida es una aspiración humana que ha preocupado desde tiempos ancestrales y muchas veces es vista como el bienestar que brinda el Estado a la población en general, que no solo encierra aspectos exclusivamente psicológicos, encierra también temas relacionados al terreno social, político y económico.

De otro lado, García R. (1991) afirma que para conocer acerca de la calidad de vida, inicialmente se propone el conocimiento de su evolución, desde el momento de su aparición inicialmente como indicador en la medicina y después en la sociología y la psicología dejando de lado los términos felicidad y bienestar.

En el Perú, una investigación realizada por el Ministerio de Salud (MINSa) acerca del índice de calidad de vida, aporta a nuestro estudio que medir la calidad de vida depende de indicadores que han ido evolucionando tanto por las condiciones objetivas, de tipo económico y social llegando a considerar actualmente elementos subjetivos como son los índices de criminalidad, suicidio, violencia pública, desintegración familiar, ingreso per cápita, índice de mortalidad, índice de morbilidad y expectativa de vida. Pero al mismo tiempo cita a Fernández Ballesteros, quien considera que los elementos objetivos de la calidad de vida son salud objetiva, disponibilidad de servicios de salud y sociales, calidad ambiental, factores culturales y apoyo social; y, como elementos subjetivos: salud percibida, servicios de salud y sociales percibidos, valoración del entorno, necesidades culturales y satisfacción social, tal como se enfoca en nuestro estudio.

Existen instrumentos diseñados para evaluar la calidad de vida, según Mezzich y col. citado en la misma investigación afirma que existen diez aspectos relevantes para poder medir la

calidad de vida como son: el bienestar psicológico, bienestar físico, autocuidado y funcionamiento independiente, funcionamiento ocupacional, funcionamiento interpersonal, apoyo emocional y social, apoyo comunitario y de servicios, plenitud personal, satisfacción espiritual y una valoración global de la calidad de vida, recopilados para construir el Índice de Calidad de Vida (ICV) traducido en cuatro idiomas.

Conocer la calidad de vida de la población materia de estudio, se basa en el manejo acerca de los datos de las prácticas sociales empresariales, la productividad, la competitividad de la cooperativa, la articulación comercial y el empleo productivo, innovación tecnológica, además de la inserción laboral y consecuentemente la mejora de la calidad de vida.

2.3. Dimensiones para Calidad de Vida

Nava Ma. G. (2012), en su estudio sobre la calidad de vida determina que la calidad de vida es una combinación de elementos objetivos y subjetivos.

Para los elementos objetivos se tendrá en cuenta el bienestar material, la salud objetivamente considerada y las relaciones armónicas con el ambiente y la comunidad. De otro lado los elementos subjetivos que consideran la intimidad, la expresión emocional, seguridad percibida, productividad personal y la salud percibida. Se cita a la OMS, la misma que plantea una definición sobre calidad de vida como la percepción que cada individuo tiene de su posición en la vida en el contexto del sistema cultural y de valores en el que se vive. (Nava, 2012:130).

El autor menciona también los factores personales que ejercen influencia sobre la evaluación cognitiva. En este aspecto se tiene en cuenta dos factores que son:

- a) Los compromisos: Que se manifiestan como expresiones importantes para la persona y que determinan sus decisiones alternativas que cada individuo elige a fin de conservar las ideas y alcanzar los objetivos propuestos.
- b) Las creencias: que se consignan como configuraciones cognitivas que se forman individualmente o que se comparten culturalmente, es decir son nociones pre - existenciales acerca de la realidad que sirve de lente perceptual, las creencias y el significado de la vida, a pesar de las experiencias dolorosas vividas.

Acerca de la clasificación de la calidad de vida, Nava Ma. G. (2012), indica las siguientes relaciones:

- Calidad de vida y felicidad. Este concepto permitirá medir en términos de utilidad, la felicidad o satisfacción de deseos o de preferencias, según Schopenhauer, el mismo que dividió las necesidades humanas en tres clases: las naturales y necesarias, las naturales pero no necesarias y las que no son ni naturales, ni necesarias.

- Sobre la calidad de vida instrumental, esta refleja la condición utilitaria, extrínseca y formal, que significa la perfección teocrática y sofisticación de los medios independientemente de su contenido político y su relevancia cultural.
- La calidad de vida sustantiva, en esta se refleja la condición ética e intrínseca en el que el ser humano se enmarca como actor individual y social, que políticamente se engrana dentro de la sociedad, y que significa calidad de vida política creada por la población en su propia comunidad.
- La calidad de vida y ética de las capacidades, para esto es posible considerar la vida que lleva una persona como una combinación de varios quehaceres y seres, a los que se puede denominar funcionamientos, siendo cada uno de estos

2.4. Verdugo y Schalok sobre Calidad de Vida

Verdugo - Schalok, para quienes, la calidad de vida es un concepto identificado con el movimiento de avance, innovación y cambio en las prácticas profesionales y en los servicios, permitiendo promover actuaciones a nivel de la persona, de la organización y del sistema social.

Schalok y Verdugo, proponen que el modelo de calidad de vida se dirige a impulsar la aplicación del concepto en diversos tipos de programas y servicios que permiten mejorar la atención en personas con discapacidad. La propuesta de los autores han sido ratificadas por rigurosos y extensos análisis de investigación a través de 15 años, y que terminó eligiendo los siguientes indicadores cuantificables:

- Bienestar físico
- Bienestar emocional
- Relaciones Interpersonales
- Inclusión Social
- Desarrollo personal
- Bienestar material
- Autodeterminación
- Derechos

La medición de la calidad de vida, resulta de gran utilidad tanto para conocer la percepción que tiene la persona con discapacidad intelectual, como para establecer pautas y mejoras en las diversas áreas, ámbitos o programas que se considere oportuno.

Para poder medir la calidad de vida hay que tener en cuenta las consideraciones siguientes:

- La medición de la calidad de vida sirve para evaluar la percepción y valoración de las

personas sobre sus experiencias.

- La medición de la calidad de vida, ayuda a desarrollar una vida plena.
- La medición de la calidad de vida, ayuda a tener en cuenta el contexto físico, social y cultural para ser medida.
- Para medir la calidad de vida hay que tener en cuenta experiencias comunes a todas las personas y propias de cada individuo.
- No se debe medir la calidad de vida atendiendo solo a la satisfacción, hay que tener en cuenta las experiencias relacionadas a la calidad de vida.

3. LA EMPRESA: COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA

3.1. Historia:

Acopagro E. , (2015). ACOPAGRO se inició como Asociación en 1992, en medio de una fuerte crisis socio-económica en el Huallaga Central, distribuidos en 04 Provincias: Mariscal Cáceres, Huallaga, Bellavista y Picota, región San Martín, Perú.

Condición socio-económica generada por el cultivo de la coca y la presencia de grupos armados subversivos. Fue entonces cuando el Programa de las Naciones Unidas, impulsó y financió un programa integral del cultivo de cacao, basado en la asistencia técnico-productiva, crédito para acopio, comercialización, y fortalecimiento organizacional; todos ellos transversalizados por los enfoques de género y calidad de vida.

En el año 1997, con la presencia de 27 agricultores cacaoteros, se crea la Cooperativa Agraria Cacaotera ACOPAGRO Ltda. Esta nueva organización se creó con un enfoque empresarial, con el objetivo de comercializar los productos, mejorando los ingresos del productor y su calidad de vida.

ACOPAGRO a partir de ello, recibió apoyo y cooperación de AVSF-CICDA, PDA-USAID, SNV, El Gobierno Regional de San Martín, VOLENS, ITDG, entre otras entidades cooperantes.

En los últimos años, ACOPAGRO ha crecido a un ritmo sostenido, en número de socios y volúmenes de venta. Con el apoyo del Programa de Desarrollo Alternativo (PDA-USAID) ha instalado alrededor de 6,000 nuevas áreas de cacao en la zona del Huallaga Central. En la actualidad, ACOPAGRO exporta la mayor parte de su producción a empresas Europeas, por su reconocimiento a su calidad, logrando posicionarse en mercados especiales. Sus principales clientes son empresas de Europa y Estados Unidos.

Los clientes de ACOPAGRO han desarrollado marcas de chocolates con el cacao comprado, algunas marcas:

- Barry Callebaut - Origen Alto El Sol
- T-Cho - USA - Origen Pukacacao
- Alter Eco - Francia - Origen Alto Huayabamba

Los parámetros del cacao de ACOPAGRO son:

- Fermentación: 90%
- Humedad: 7.0%
- Defectos: 2%

Actualmente ellos son una organización de 2000 pequeños productores de cacao de calidades especiales, enmarcados en la de promoción del cultivo del cacao, desde la siembra,

mantenimiento, cosecha y exportación del cacao en grano seco orgánico; y la diversificación de nuestros negocios, con la siembra de árboles maderables (captura de carbono) y la comercialización de chocolates de cacao (producción interna).

3.2. Información

Acopagro E. , (2015)

- Misión: "Producimos cacao orgánico con buen sabor y aroma, logrando la satisfacción de nuestros clientes"
- Visión: "ACOPAGRO es una empresa cooperativa líder mundial en la producción y comercialización de cacao de calidad, mejorando en forma sostenible, los ingresos y calidad de vida de sus asociados".

3.3. Objetivos estratégicos:

Acopagro E. , (2015)

- Objetivo Estratégico 01. Consolidar la competitividad empresarial de ACOPAGRO, incrementando su liderazgo e imagen empresarial y presencia en los mercados internacionales.
- Objetivo Estratégico 02. Incrementar la fortaleza socio-organizacional de ACOPAGRO, obteniendo ventajas competitivas de su desarrollo organizacional y responsabilidad social. Aumentando el compromiso de los socios con la empresa.

Figura 2: Organigrama de la Empresa Acopagro



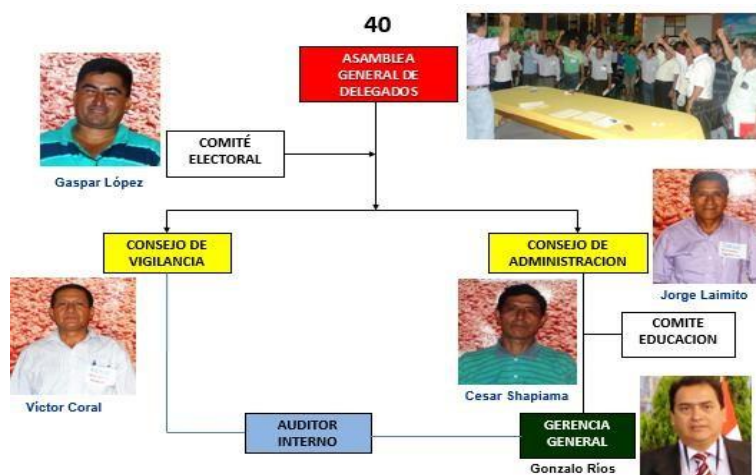
Fuente: Acopagro E. (2015)

La figura anterior, indica la organización que representa a la Cooperativa ACOPAGRO, se nota claramente a través de toda la organización que están encabezados por un gerente general que tiene a su cargo otras gerencias como la de créditos y cobranza, comercialización y exportaciones, contabilidad y finanzas y la auditoría interna.

El organigrama se representa de manera vertical y la segunda gerencia es la Gerencia Técnica que tiene a su cargo a las áreas de medio ambiente y conservación, certificaciones orgánicas y producción de campo.

Finalmente se considera a los extensionistas en un número de 18.

Figura 3: Órganos de Gobierno



Fuente: Acopagro E. (2015)

De otro lado, se muestra a los órganos de gobierno, que están encabezados por Asamblea General de Delegados, que se encarga de regir al Comité Electoral, Consejo de Vigilancia, Consejo de Administración y al Auditor Interno. Además de trabajar en conjunción con la Gerencia General.

3.4. Beneficios y Obligaciones

Beneficios de los Socios con Acopagro: Acopagro E., (2015)

A. Precios competitivos de acuerdo al mercado y competencia.

La Cooperativa, en este beneficio paga al socio de acuerdo al mercado de la ciudad, de acuerdo a como la bolsa de valores indica, ella no paga ni un punto más ni un punto menos por el kilogramo de cacao vendido por nuestros socios.

B. Distribución de utilidades cada año (Reintegros).

En este beneficio a los socios por el Kg. de cacao vendido se le paga un adicional de + 0.60 céntimos, el cual se distribuye en 2 partes (mitad diciembre 0.30 y mitad en marzo 0.30).

C. Créditos agrícolas a bajas tasas de interés (1.7% mensual).

Los créditos que se otorgan a los socios en 90% son destinados para la producción y productividad de su parcela, la tasa de interés brindada de 1.7%, es la más baja de Mariscal Cáceres.

D. Asesoramiento técnico para incrementar tu productividad.

En este beneficio se cuenta con 20 ingenieros de campo (Agrónomos e Industriales), quienes hacen visita personalizada, donde enseñan a podar, abonar y fertilizar sus plantaciones, apoyo en contrarrestar plagas y enfermedades (como combatirlas).

E. Diversificación productiva: con cacao y árboles maderables.

Al socio de ACOPAGRO, se le brinda apoyo asesoramiento para mejorar su productividad, por lo cual se le da un mercado para vender sus productos y al mismo tiempo se le brinda plantones de madera para una jubilación segura, con el cual nosotros brindamos un mercado para que el socio también pueda vender su madera.

F. Servicio de Ahorro e Inversión (6% de interés al año).

Todo socio de ACOPAGRO, tiene el beneficio de ahorrar en la Cooperativa, donde no se le cobra comisiones, y se le paga por su ahorro 6% de interés anual.

G. Fondo Universitario para hijos destacados (S/. 500.00 anuales).

Los hijos de los socios que estén ocupando el tercio superior en la universidad se le brinda un apoyo anual de S/. 500.00, el cual se les brinda en una forma no reembolsable.

H. Seguro de Sepelio, S/. 1,500.00 para cada uno. Total S/. 3,000.00.

El socio titular y su beneficiario tiene un seguro de sepelio por la suma de S/. 3000.00 (1,500.00 para cada uno), el cual se le otorga en caso de fallecimiento, con tan solo pagando la suma de S/. 30.00.

I. Créditos para accidentes y enfermedades graves (0.5% tasa de interés) hasta S/. 1,500.00 anuales.

En ACOPAGRO, al socio que presente una emergencia de salud, accidentes graves, se le otorga un crédito desde S/. 300.00 hasta S/. 1,500.00, que son beneficiados el titular, beneficiario e hijos menores de 16 años.

J. Bolsas navideñas, concursos y sorteos millonarios.

Todos los años a nuestros socios de ACOPAGRO, se le brinda una bolsa de navideñas que contiene polo (varón y mujer), panetón, calendario e artículos de primera necesidad.

K. Programas sociales: Salud y Educación.

Nuestros proyectos sociales, se brindan todos los años, con campañas médicas (análisis clínicos, oftalmología, examen ginecológico, medida de presión arterial), como también se brinda proyectos sociales para contribuir en la mejora de la calidad de vida de nuestros socios como cocinas mejoradas, charlas de nutrición, charlas contra la violencia familiar, entre otros.

Obligaciones del socio con ACOPAGRO:

- 1. Vender toda su producción a ACOPAGRO:** El socio de ACOPAGRO, tiene el compromiso de vender toda su producción de cacao a la Cooperativa.
- 2. Respetar las normas orgánicas:** Como Cooperativa orgánica que somos, Nuestros socios saben que es muy importante trabajar de forma orgánica en las parcelas, aplicando solo productos orgánicos (abono y fertilizantes).
- 3. Respetar el estatuto y los reglamentos de la Cooperativa:** Los socios tiene y conocen de los reglamentos y estatuto de le Cooperativa, y ellos tienen que respetar lo que indica y está estipulado.
- 4. Estar al día en el Seguro de Sepelio S/. 30.00 anual:** El socio solo tiene una vez al año la obligación de pagar su derecho de sepelio que es la suma de S/. 30.00.
- 5. Estar al día en su pago de créditos:** Los socios que adquieran créditos, tiene que pagar puntualmente sus cuotas mensuales.
- 6. Asistir a los Encuentros Cooperativos, talleres y/o capacitaciones:** En ACOPAGRO, se dan dos veces al año encuentros Cooperativos y/o capacitaciones,

donde a los socios los capacitamos e informamos de manera oportuna.

7. **Aplicar todos los conocimientos adquiridos:** ACOPAGRO, se preocupa mucho en brindar capacitaciones y/o talleres a los socios en diferentes temas, y ellos tienen que adoptar las tecnologías enseñadas para aplicarlos en campo.
8. **Cumplir con las recomendaciones del extensionista:** Cada extensionista de campo, asesora en temas de cultivo y mejoramiento de productividad a los socios y ellos tienen la obligación de seguir las recomendaciones indicadas.
9. **Ser fiel y leal a su cooperativa, no permitiendo falsedades en contra de nuestra organización:** Los socios, saben la importancia de trabajar organizadamente, ser fiel a la Cooperativa, respetar los reglamentos y estatuto de la Cooperativa, es por ello que es importante defender a la Cooperativa ante falsedades y mentiras contra ellas.

3.5. Programas de Responsabilidad Social

- a. **Campañas en educación:** La cooperativa ACOPAGRO se preocupa por capacitar de manera constante a los socios en diferentes temas de su interés, con lo que se logra la mejora su capacidad y desempeño. El socio es un agricultor que muchas veces no conoce cómo manejar su negocio y sus ingresos, la calidad de su producto y el emprendimiento, por lo que la cooperativa se preocupa por mejorar su capacidad y desempeño como líder de la cooperativa y de la comunidad. Las capacitaciones y/o talleres que se brinda, son:
 - Charla sobre Liderazgo y Motivación.
 - Educación Financiera.
 - Temas de Capitalización.
 - Gobernabilidad y Funciones.
 - Trazabilidad y Mejoramiento de la Calidad del cacao.
 - Emprendedurismo.
- b. **Campaña de nutrición:** Estas campañas permite que el socio al ser capacitado sobre la importancia de la nutrición, cómo llevar una vida sana. La cooperativa ACOPAGRO realiza la campaña a través de convenios con ESSALUD, quienes apoyan a la cooperativa capacitando a los socios, como también se dan campañas de chequeos generales para cada uno de ellos y así mantener una salud estable.
- c. **Campaña contra la violencia familiar:** En esta campaña, la cooperativa ACOPAGRO trabaja con un psicólogo que es especialista en temas familiares, quien visita a los comités bases donde se encuentran los socios para dar charlas sobre la violencia familiar.

d. **Campañas oftalmológicas:** La cooperativa ACOPAGRO, todos los años realiza proyectos como parte de mejora de calidad de vida para los socios. Las Campañas Oftalmológicas son preventivas que se realizan con el objetivo brindar a los socios una evaluación que permita detectar posibles problemas y enfermedades oculares tempranamente a fin de iniciar un tratamiento oftalmológico oportuno. Asimismo, actualizar los lentes correctores en aquellos socios que lo requieran. Los exámenes y evaluaciones son realizados por Médicos Oftalmólogos y personal técnico en enfermería especializado, quienes utilizan modernos equipos de evaluación oftalmológica. Los chequeos preventivos incluyen pruebas generales como:

- Agudeza Visual.
- Examen externo de órbita.
- Fondo de ojo.
- Tonometría
- Medida de la vista (Identificación de problemas de refracción).

e. **Cocinas mejoradas:** La campaña de cocinas mejoradas se realizan a través de proyecto que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las familias socias de la Cooperativa ACOPAGRO mediante la implementaciones de unidades de cocinas mejoradas estacionarias, que permiten disminuir los problemas por contaminación del aire intradomiciliaria producida por los gases tóxicos de combustión, exceso consumo de leña y la perjudicial posición no ergonómica de las cocinas tradicionales. El propósito del proyecto es facilitar el acceso de estas cocinas mejoradas a todas las familias socias. Se promoverá un plan de financiamiento de cocinas mejoradas a través de ACOPAGRO, con la oferta de créditos que financien cocinas mejoradas.

f. **Viveros forestales y elaboración de humus:** Los beneficios a través de la reforestación es el aumento de los ingresos y la mejor calidad de vida través de:

- Regeneración de suelos improductivos.
- Aumento de la capacidad de almacenamiento de agua.
- Venta de carbono almacenado.
- Venta de madera Justa
- Valoración de su Patrimonio.
- Valorar los activos a corto, mediano y largo plazo.
- Proceso de titulación de tierras.

- El acceso a créditos.
- La transmisión del patrimonio.
- Adaptación al cambio climático.
- Contribuye al cumplimiento de las certificaciones orgánicas y de Comercio Justo (Criterio Ambiental – Biodiversidad).
- Mejor capacidad de recuperación de cultivos.
- El impacto es limitado a los cambios extremos del clima.
- Protección de cultivos.
- Comunidades favorecidas con capacitaciones.
- La educación y la formación, el desarrollo de capacidades.
- Fortalecimiento organizacional y liderazgo.

Como también se brindan capacitaciones al socio (podas, raleos en plantaciones forestales, Manejo de plagas), y se brinda un incentivo de S/. 1.00 por planta viva al realizar el segundo monitoreo, asistencia técnica personalizada, ahora estamos organizando para obtener certificación FSC para un aprovechamiento a futuro de manera legal.

3.6. El Negocio de Acopagro

3.6.1. **Cosecha.**- En el proceso de cosecha se realiza de la siguiente manera:

a) **Cosecha de frutos maduros:**

- Se capacita y entrena a los socios en buenas prácticas de cosecha e identifiquen cuales son frutos maduros, cuidados de cojines florales, etc.
- Verificar que las herramientas para la cosecha estén limpias y desinfectadas.
- Cosechar frutos sanos y maduros, más no frutos pintones, tampoco frutos sobre maduros.
- También cosechar los frutos enfermos.
- Realizar el corte cerca al pedúnculo del fruto, para evitar malograr el cojín floral.

b) **Selección:**

- Se separa los frutos sanos de los enfermos: el porcentaje de los frutos: Frutos maduros = 90% producción.

Frutos enfermos = 10% producción.

- Se realiza el despulpado aparte, ensacados y escurridos: el procedimiento es el siguiente: Secados al sol por 2 días, recogido y ensacado.
- c) **Quiebre**
 - Realizar la quiebra con un machete sin filo para evitar el corte y no malograr las almendras.
- d) **Despulpe:**
 - Utilizar recipientes limpios en la recepción de las almendras extraídas.
 - Separar los granos sanos de los granos enfermos en recipientes diferentes.
 - Sacar las impurezas (placentas, cáscara de cacao) encontradas en los recipientes.
 - Envasar en sacos de polipropileno. (No en sacos plastificados).
 - Utilizar una tarima para el escurrido del mucílago (3 a 5 horas).
- e) **Acondicionamiento de vehículos o acémila:**
 - Limpieza de las unidades de transporte y utilización de protección que evite contacto directo del producto con la unidad.
- f) **Transporte**
 - Transportar los granos de cacao en baba al centro de acopio más cercano (módulo de beneficio).
 - Durante el transporte, evitar la mezcla de granos cosechados en parcelas de socios con los granos cosechados en parcelas de no socios.

3.6.2. Acopio de Granos

- a) **Acondicionamiento**
 - Ubicar el cacao en un lugar limpio, sobre madera (que no exista contacto directo con la tierra).
- b) **Control de calidad**
 - Verificar que los granos de cacao, cumplan con los parámetros de calidad (grano malo, cáscaras, placenta, impurezas y pintones).
 - Al no cumplir: El socio tendrá la posibilidad de escoger el grano para ser recepcionado; de lo contrario no será admitido.
- c) **Pesado**
 - Efectuar el pesado de sacos verificados y descontar el peso del saco.

d) **Llenado de registros**

- Llenar la planilla con datos correspondientes al socio, condición y pesos.
- Llenar la bitácora para llevar un buen registro de trazabilidad de los granos acopiados.
- Llenar el recibo de compra de acuerdo al peso de los granos acopiados. El socio debe firmar el recibo de compra.
- Hacer el pago correspondiente de acuerdo al recibo de compra y planilla.
- Al comprar cacao en baba, se paga por un rendimiento del 40%.

3.6.3. Fermentación

a) **Acondicionamiento del cajón:**

- Acondicionar, limpiar los cajones y materiales a utilizar durante la fermentación.
- Abrigo de los cajones:
 - Con sacos de polipropileno.
 - Con sacos de ayuda, el fondo del cajón con saco de yute abierto y encima dos sacos enteros de yute.

b) **Llenado del cajón:**

- Poner los granos en el cajón fermentador de acuerdo a la condición del socio para evitar la mezcla del producto.

c) **Remociones:**

- Antes de la primera remoción verificar la temperatura 6:00 a.m. a 18:00 p.m.

d) **Prueba de fermentación:**

- La primera remoción se hace cumplido las 48 horas.
- Hacer la remoción de cajón a cajón y anotar en la bitácora de beneficio.
- Sucesivamente cada 24 horas hacer la remoción hasta cumplir los 7 días de fermentación.
- Realizar la prueba de corte (10 granos - 8 mínimo, tiene que presentar el líquido vinoso para llevar al secado).
- Si no cumple la prueba, pasamos a otro día más de fermentación previa remoción.

3.6.4. Secado

a) **Acondicionamiento:**

- Conservar el orden y limpieza del patio de secado.
- Tendido de mantas limpias.

b) **Traslado:**

- Trasladar los granos de los cajones fermentados hacia las tarimas de madera, eras de cemento y/o secados solares.
- Trasladar los sacos y ubicarlos de acuerdo a la condición de los socios.

c) **Remociones:**

- Recoger el grano con espesor de:
 - Primer día: 7.00 cm.
 - Segundo día: 5.00 cm.
 - Tercer día: 3.00 cm.
 - Cuarto día: menor de 3.00 cm.
 - Quinto día: menor de 3.00 cm.
- Remoción en el secado:
 - Remover cada dos horas en día de sol.
 - Remover cada 30 minutos en días de sombra.
- Durante el secado evitar la mezcla de los granos y el contacto directo con el suelo para evitar contaminación.

d) **Determinación de humedad:**

- El secado incluye cuando el grano de cacao tiene un porcentaje de humedad de 7%.
- Anotar los números de remociones, espesor y horas luz en la bitácora de beneficio.

3.6.5. Exportación de Granos

La Cooperativa Agraria Cacaotera ACOPAGRO, exporta el cacao orgánico en grano, lo que lo ubica como la primera cooperativa exportadora de cacao del Perú. Las exportaciones varían dependiendo de la producción que se realiza, pero se reconoce que cada año la exportación ha aumentado.

El cacao producido y exportado por ACOPAGRO asciende a los 4.500 toneladas (cifra del 2016), es destinado exclusivamente para elaboración de chocolatería fina. El cacao producido por la cooperativa, es comprado en baba (fresco) y procesado en volúmenes por los mismos socios, luego secado, empacado y exportado, lo cual garantiza una buena calidad para el cliente extranjero. El cacao de Juanjui, tiene sabor a frutas (afrutado), por lo que es muy buscado por los compradores europeos.

Actualmente el kilo de cacao en la zona cuesta 7.00 nuevos soles, lo cual es un buen precio, comparado con los demás productos agrícolas, el precio puede variar ya que está sujeto al precio del mercado.

El cacao es enviado a los almacenes de la ciudad de Lima para después ser enviados a su destino. Mercados que son exportados:

- Italia.
- Francia.
- Suiza.
- Inglaterra.
- Estados Unidos.
- Canadá.
- Bélgica.

c) Hipótesis

Hipótesis General

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan significativamente con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Hipótesis Específicas

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el bienestar emocional de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con las relaciones interpersonales de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el desarrollo personal de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el bienestar físico de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con la autodeterminación de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con la inclusión social de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con los derechos de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el bienestar material de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ÍNDICES
Calidad de Vida	Concepto identificado con el movimiento de avance, innovación y cambio en las prácticas profesionales y en los servicios, permitiendo promover actuaciones a nivel de la persona, de la organización y del sistema social".	Bienestar físico	• Salud	• Considera que sus hábitos alimenticios han mejorado desde que la cooperativa Acopagro brinda campañas de Nutrición a sus integrantes.	Siempre (3) Muchas veces (2) Pocas veces (1) Nunca (0)
			• Actividades de la vida diaria	• Su actividad física ha cambiado desde que la cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao).	
			• Atención sanitaria	• Su estado de salud ha mejorado desde que la Cooperativa ACOPAGRO realiza campañas de mejora de salud integral.	
		Bienestar emocional	• Satisfacción	• Su vida familiar ha mejorado desde que asiste a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro.	
			• Auto-concepto	• Ha incrementado sus niveles de confianza en la Cooperativa ACOPAGRO desde que forma parte de ella.	
			• Ausencia de estrés	• Considera que ha logrado una satisfacción personal desde que participa en las campañas de emprendedurismo que realiza la cooperativa Acopagro.	
		Relaciones Interpersonales	• Interacciones	• Considera que su interacción con otros socios afiliados se ha incrementado desde que participa en los talleres de liderazgo que organiza la Cooperativa Acopagro.	
			• Relaciones	• Ha mejorado sus relaciones personales a partir de que forma parte de la Cooperativa Acopagro.	
			• Apoyo	• Las campañas de educación organizadas por la Cooperativa Acopagro han contribuido a fortalecer su trabajo en equipo.	
				Inclusión Social	

			• Roles comunitarios	• Desde que participa en las campañas de cultivos comunitarios que organiza la cooperativa Acopagro ha mejorado la organización en su comunidad.
			• Apoyos sociales	• Siente usted que desde que pertenece a la cooperativa Acopagro recibe el apoyo social para que logre usted superarse
		Desarrollo personal	• Educación	• Su productividad ha mejorado desde que la Cooperativa Acopagro le brinda capacitaciones y reuniones de trazabilidad y mejoramiento de la calidad en la producción del cacao.
			• Competencia personal	• La información que ha recibe de parte de la cooperativa Acopagro con respecto a temas de capitalización le han brindado una
			• Desempeño	• Desde que forma parte de la cooperativa Acopagro siente que su esfuerzo laboral es reconocido.
		Bienestar material	• Status Económico	• Se siente más seguro de su propiedad desde que la Cooperativa Acopagro le ha permitido agilizar su proceso de
			• Empleo	• Siente que ha mejorado su situación laboral desde que mantiene una relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO
			• Vivienda	• Considera que la implementación de Proyectos de Cocinas Mejoradas realizadas por la Cooperativa Acopagro ha contribuido a mejorar la infraestructura en su hogar.
		Auto-determinación	• Autonomía	• Desde que decidió participar en las capacitaciones que brinda la cooperativa Acopagro le han ayudado en su crecimiento personal y técnico.
		Derechos	• Derechos humanos	• Su seguridad e integridad personal han mejorado desde que forma parte de la Cooperativa Acopagro.
			• Derechos Legales	• Desde que usted ha adquirido una relación comercial con la Cooperativa Acopagro su beneficio económico como socio afiliado ha mejorado.

Fuente: Elaboración propia basado en la Teoría de Schallock y Verdugo (1997)

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ÍNDICES
Responsabilidad Social Empresarial	Activo intangible e imprescindible en la gestión empresarial.	Dimensión interna	<ul style="list-style-type: none"> Socios Afiliados 	<ul style="list-style-type: none"> Existe una relación formal (contrato) como socio afiliado con la Cooperativa ACOPAGRO. Se da un tratamiento especial con mejores condiciones de compra de parte de la Cooperativa ACOPAGRO. 	Siempre (3) Muchas veces (2) Pocas veces (1) Nunca (0)

Fuente: Elaboración propia basado en la Teoría de Fernández García (2009)

3.2. Diseño de investigación

3.2.1. No experimental.

El tipo de diseño de la investigación que se aplicará en la tesis será no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos.

3.2.2. Correlacional.

El alcance de la investigación que se aplicara en la tesis será correlacional porque se analizará la relación entre las variables establecidas en la investigación.

3.2.3. Transversal

El tipo de diseño de la investigación que se aplicara en la tesis será transversal ya que se recolectara datos en un solo momento, en un tiempo único.

Valderrama S. (2014) lo define como *Aquellos que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado y en una forma simultánea* (p. 68)

Diseño Transversal:

Estudio	T1
Agricultores	O

Dónde:

M : Muestra-Agricultores

O : Observación

Para Hernández (2010) los diseños transversales correlacionales causales describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Se trata también de describir varias variables más no de variables individuales, verificar sus relaciones, sean estas puramente correlacionales o relaciones causales. Miden la relación entre variables en un tiempo determinado.

3.3. Unidad de estudio

La unidad de estudio es el socio de la cooperativa agraria exportadora de cacao Acopagro de la ciudad de Juanjui.

3.4. Población

La población de la investigación quedó conformada por todos los socios de la cooperativa exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui, los cuales son 129 socios en total.

3.5. Muestra

Por las características de la población, se decidió seleccionar intencionalmente a los socios de la cooperativa exportadora Acopagro que proporcionaron la información, en tal sentido el muestreo fue no probabilístico, puesto que la selección de los elementos de la muestra no se dio en función a la probabilidad, si no de factores asociados a las características de estudios. En consecuencia no se emplearon fórmulas de probabilidad. La muestra quedo conformada por 30 socios de la cooperativa exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui,

A través de los mismos socios se recogió información acerca de la relación de la responsabilidad social empresarial con la calidad de vida, de manera que se reconoció

la realidad palpada desde su propia perspectiva.

Aunque se ha definido una muestra estable, queda claro que al momento de aplicar sobre ellos el instrumento no se les solicitará que se identifiquen con datos personales, las entrevistas serán anónimas.

3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

3.6.1. Observación

Que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso; tomar información y registrarla para su posterior análisis. Pero, fundamentalmente, se operará con la observación científica, debido a que se observará con un objetivo claro, definido y preciso el aspecto motivacional, lo cual implica que se debe preparar cuidadosamente el instrumento de observación.

3.6.2. Encuesta

- Realizada a los integrantes de la Cooperativa a fin de conocer y reconocer los beneficios que perciben al ser parte confortante de la institución.

3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de información

El análisis de información obtenida se hará básicamente utilizando documentos estadísticos que indiquen los resultados en el año 2016, en los que se permitirá analizar el nivel de responsabilidad social de la empresa.

Para la determinación del nivel de confiabilidad del instrumento se ha aplicado a una muestra piloto de 30 socios. Las puntuaciones obtenidas se han analizado mediante la determinación del coeficiente alfa de Cronbach. El mismo que arrojó resultados de coeficiente de Alfa de Cronbach es de 0.875 (87.5% de confiabilidad) para la encuesta global en función a la Responsabilidad social empresarial y calidad de vida.

De la misma forma para la presentación de los resultados la información obtenida mediante la aplicación de las técnicas serán ordenadas, clasificadas y tabuladas, las cuales se presentarán en cuadros, gráficos y diagramas de superficie y circulares mediante el programa computarizado de SPSS 21.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

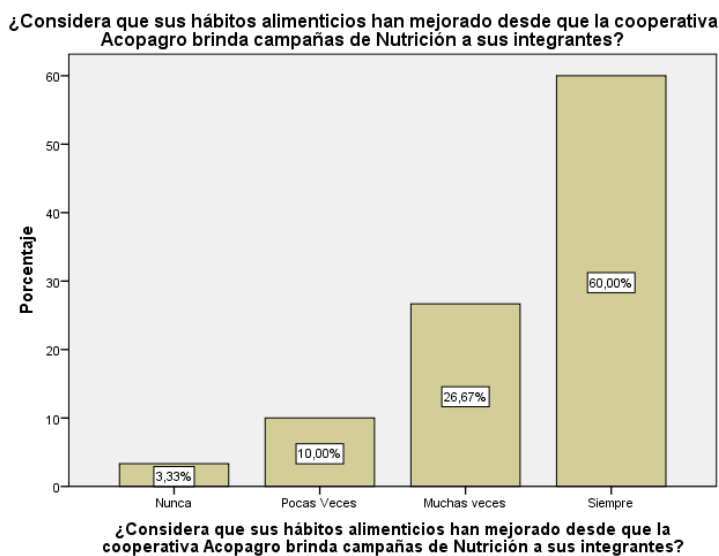
4.1. RESULTADOS

Tabla 2

Mejora de los hábitos alimenticios a través de las Campañas de la Coop. Acopagro a sus colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	3.3	3.3	3.3
	Pocas Veces	3	10.0	10.0	13.3
	Muchas veces	8	26.7	26.7	40.0
	Siempre	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 4



Interpretación:

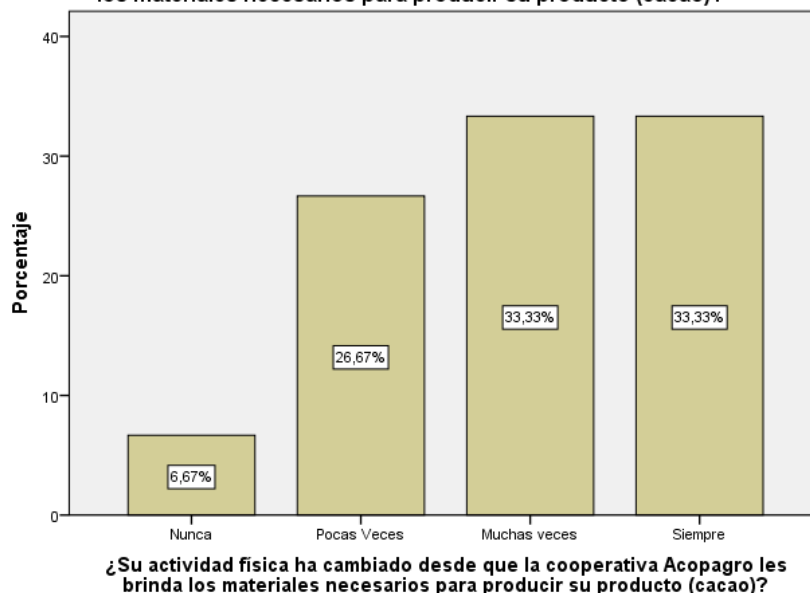
Ante la interrogante **¿Considera que sus hábitos alimenticios han mejorado desde que la cooperativa Acopagro brinda campañas de Nutrición a sus integrantes?**, se logró reconocer los siguientes indicadores, un total de 60% respondieron que siempre sucede así, seguido de 26.7% indicaron que así sucede muchas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 40%. Respecto al ítem que considera a los hábitos alimenticios, los participantes de la cooperativa, indican que participan en ellas siempre quedando demostrado que acogen de manera satisfactoria las campañas de nutrición que les son facilitadas.

Tabla 3
Cambios en la actividad física desde que la Cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	6.7	6.7	6.7
	Pocas Veces	8	26.7	26.7	33.3
	Muchas veces	10	33.3	33.3	66.7
	Siempre	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 5

¿Su actividad física ha cambiado desde que la cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao)?



Interpretación:

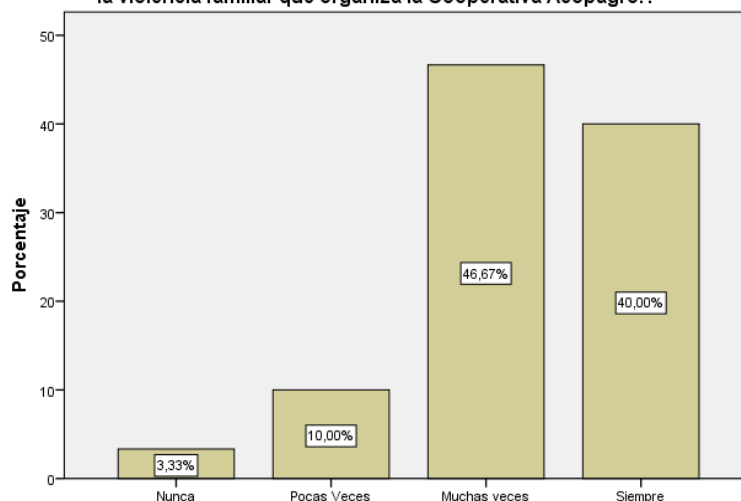
Ante la interrogante **¿Su actividad física ha cambiado desde que la cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao)?**, se logró reconocer los siguientes indicadores, un total de 66.7% respondieron que muchas veces sucede así, seguido de 33.3% indicaron que así sucede pocas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 25%. Del resultado obtenido se demuestra que su actividad física ha mejorado, respecto a que Acopagro les permite el acceso más sencillo a los materiales que consideran necesarios para la realización de sus tareas cotidianas.

Tabla 4
Mejora de Vida familiar por asistencia a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	3.3	3.3	3.3
	Pocas Veces	3	10.0	10.0	13.3
	Muchas veces	14	46.7	46.7	60.0
	Siempre	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 6

¿Su vida familiar ha mejorado desde que asiste a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro.?



¿Su vida familiar ha mejorado desde que asiste a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro.?

Interpretación:

Ante la interrogante **¿Su vida familiar ha mejorado desde que asiste a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro?**, los entrevistados indicaron en un 60% que esto sucede muchas veces, mientras que en un 40% indican que siempre sucede así. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 35%. La muestra, tomada en cuenta, considera que su vida familiar ha mejorado, pues las campañas de concientización sobre la violencia familiar, les ha ayudado a conocer y reconocer los beneficios de llevar una convivencia familiar tranquila y con mayor comunicación.

Tabla 5
Incremento de niveles de confianza en la Cooperativa ACOPAGRO desde que forma parte de ella

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	3.3	3.3	3.3
Pocas Veces	5	16.7	16.7	20.0
Muchas veces	15	50.0	50.0	70.0
Siempre	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 7



Interpretación:

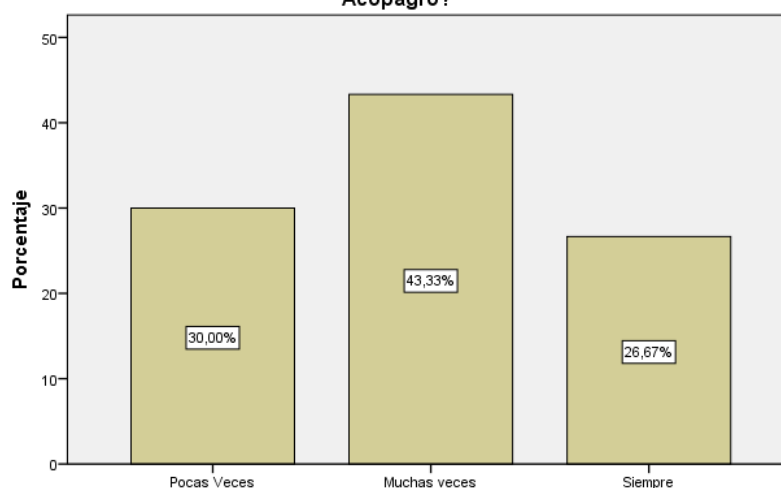
Ante la interrogante **¿Ha incrementado sus niveles de confianza en la Cooperativa ACOPAGRO desde que forma parte de ella?**, se obtuvo los siguientes resultados, 50% indicaron que muchas veces sucede así, mientras que el 30% indicaron que siempre es de esta manera. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 30%. Quedando demostrado que en ellos se ha incrementado los niveles de confianza, pues es sabido que en provincia y sobre todo los agricultores son desconfiados de manera general, pero al palpar los beneficios directos que se han alcanzado al formar parte de la cooperativa, han accedido a formar parte de ella.

Tabla 6
Incremento de Interacción con otros socios a partir de la participación en los Talleres de Liderazgo organizados por la Cooperativa Acopagro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6.7	6.7	6.7
Pocas Veces	5	16.7	16.7	23.3
Muchas veces	16	53.3	53.3	76.7
Siempre	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 8

¿Considera que su interacción con otros socios afiliados se ha incrementado desde que participa en los talleres de liderazgo que organiza la Cooperativa Acopagro?



¿Considera que su interacción con otros socios afiliados se ha incrementado desde que participa en los talleres de liderazgo que organiza la Cooperativa Acopagro?

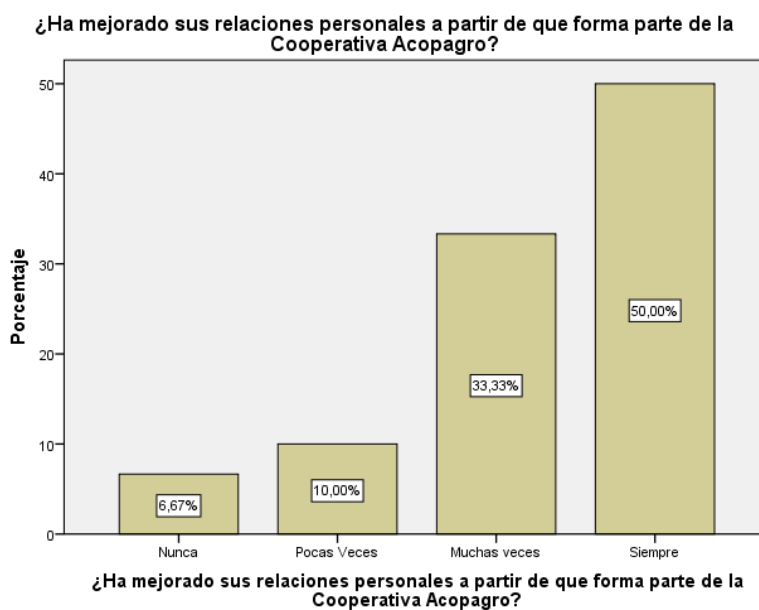
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Considera que su interacción con otros socios afiliados se ha incrementado desde que participa en los talleres de liderazgo que organiza la Cooperativa Acopagro?**, se obtuvo que un 53.3% indicaron que esto sucede muchas veces, mientras que un 23.3% indicaron que siempre es de este modo. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 30%. Quedando de este modo demostrado que las relaciones de interacción entre socios y técnicos han permitido obtener lazos de liderazgo y de cooperativismo grupal.

Tabla 7
Mejora de las relaciones personales a partir de que forma parte de la Cooperativa Acopagro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6.7	6.7	6.7
Pocas Veces	3	10.0	10.0	16.7
Muchas veces	10	33.3	33.3	50.0
Siempre	15	50.0	50.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 9



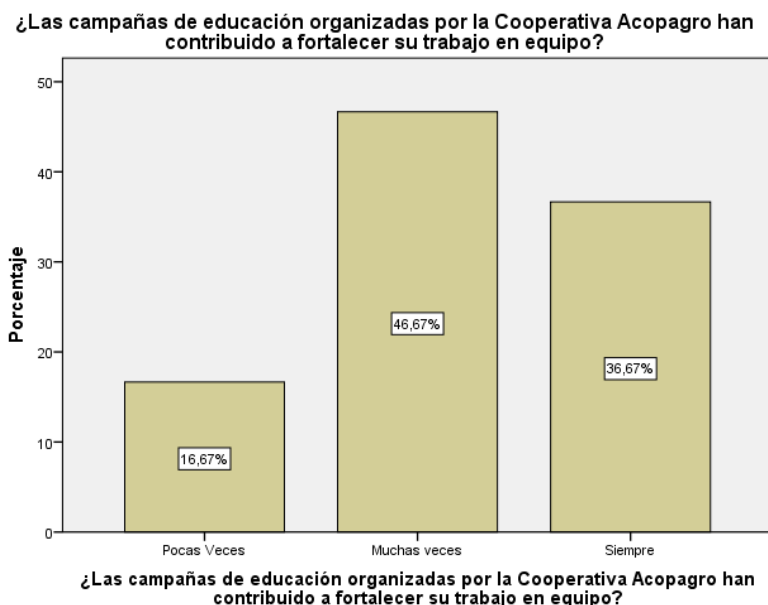
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Ha mejorado sus relaciones personales a partir de que forma parte de la Cooperativa Acopagro?**, la muestra indicó en un 50% que siempre sucede de esta manera, mientras que un 33.3% indicaron que es así muchas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 33%. De lo que resulta interesante indicar que las relaciones personales han mejorado, pues la convivencia y el compartir mejora las relaciones entre cooperativistas.

Tabla 8
Campañas de educación organizadas por la Cooperativa Acopagro y su contribución con el fortalecimiento del trabajo en equipo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	5	16.7	16.7	16.7
	Muchas veces	14	46.7	46.7	63.3
	Siempre	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 10



Interpretación:

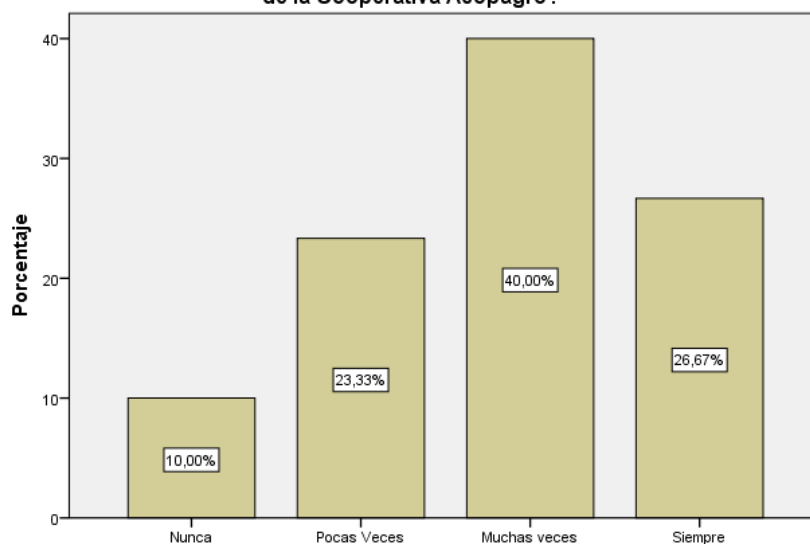
Ante la interrogante **¿Las campañas de educación organizadas por la Cooperativa Acopagro han contribuido a fortalecer su trabajo en equipo?**, se obtuvo resultados que indicaron que en un 46.7% de la muestra indican que esto sucede muchas veces, seguido de un 36.7% que así sucede siempre. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 35%. Quedando demostrado que a través de las campañas de educación el trabajo en equipo se ha fortalecido, puesto que de esta forma los socios han obtenido información de cómo manejar y mejorar su producción de cacao.

Tabla 9
Participación en fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la Cooperativa Acopagro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	10.0	10.0
	Pocas Veces	7	23.3	33.3
	Muchas veces	12	40.0	73.3
	Siempre	8	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0

Figura 11

¿Participa de las fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la Cooperativa Acopagro?



¿Participa de las fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la Cooperativa Acopagro?

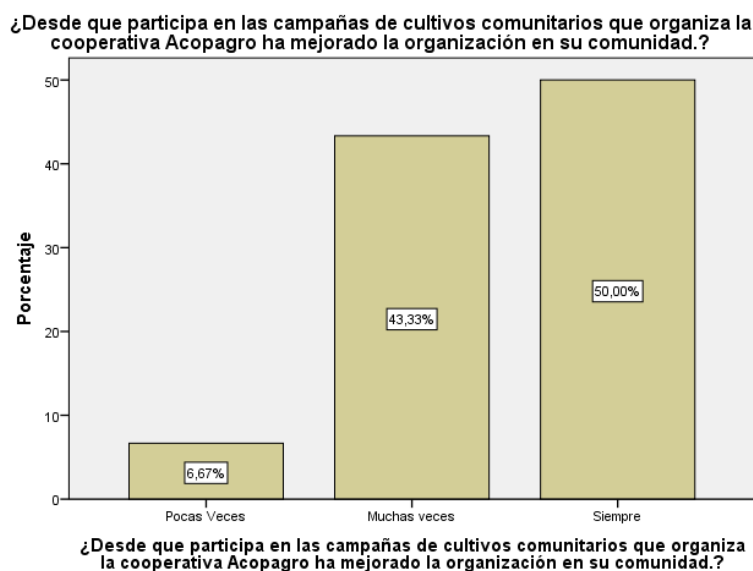
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Participa de las fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la Cooperativa Acopagro?**, la aplicación a la muestra arrojó resultados que indicaron que un 40% indican que es así muchas veces, seguido de un 26.7% que proponen que es así siempre. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 30%. Las fiestas patronales representan un momento para compartir y también de tender lazos de confraternidad y cooperativismo, por lo que resulta importante tener en cuenta siempre la participación en este tipo de eventos ya que ha permitido que los socios se conozcan más entre ellos y también a los clientes de la cooperativa.

Tabla 10
Participación en campañas de cultivos comunitarios organizados por la cooperativa Acopagro y la mejora de la organización en su comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	2	6.7	6.7	6.7
	Muchas veces	13	43.3	43.3	50.0
	Siempre	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 12



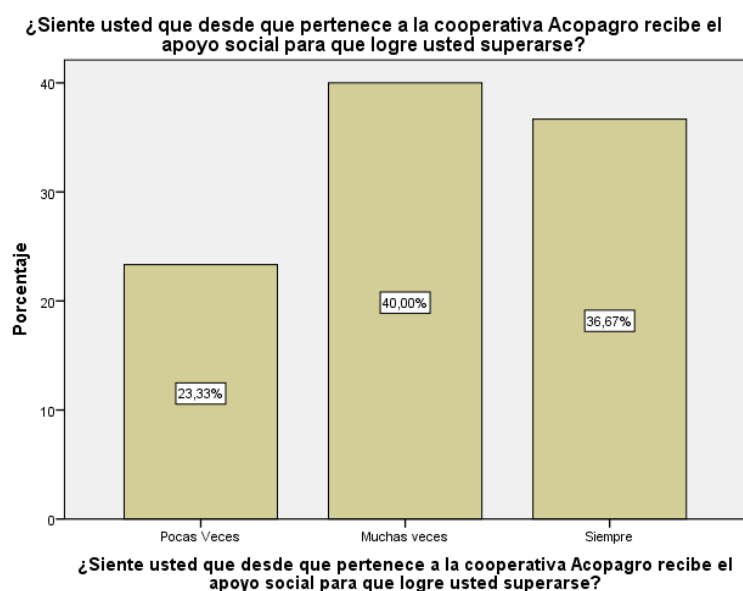
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Desde que participa en las campañas de cultivos comunitarios que organiza la cooperativa Acopagro ha mejorado la organización en su comunidad?** la aplicación a la muestra arrojó resultados que indicaron que un 50% indican que es así siempre, mientras que un 43.3% indicaron que muchas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 30%. La organización es un elemento a tener en cuenta para el desarrollo correcto y evolución adecuada de los procesos, por lo que es importante ser considerado como elemento primordial del desarrollo dentro del cooperativismo. La organización al realizar este tipo de concientización le ha permitido que los socios verifiquen que la cooperativa se preocupa por la ciudad.

Tabla 11
Pertenencia a la Cooperativa Acopagro y apoyo social para la superación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	7	23.3	23.3	23.3
	Muchas veces	12	40.0	40.0	63.3
	Siempre	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 13



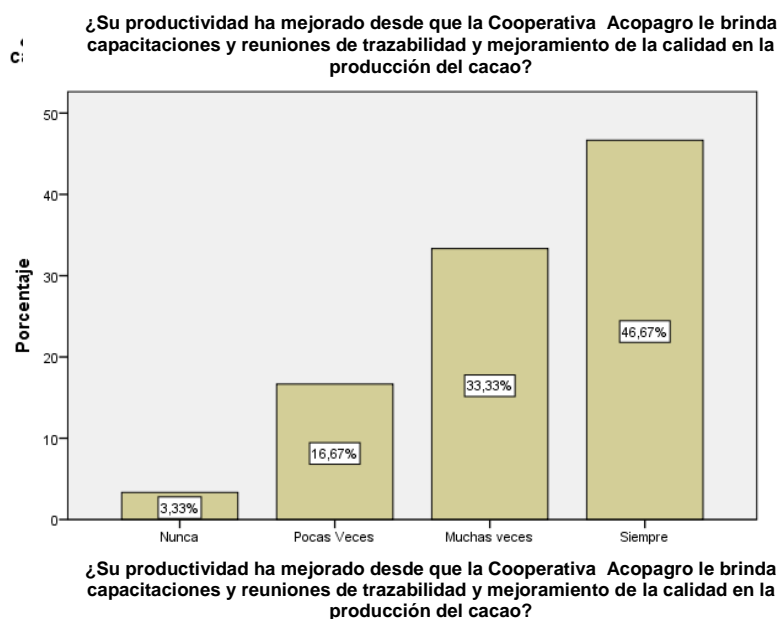
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Siente usted que desde que pertenece a la cooperativa Acopagro recibe el apoyo social para que logre usted superarse?** la aplicación a la muestra arrojó resultados que indicaron que un 40% respondieron que muchas veces, mientras que un 36.7% indicaron que siempre sucede así. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 35%. El apoyo social que recibe el socio le han permite alcanzar índices de superación más palpables, por lo que le ha permitido al socio obtener un a seguridad personal y familiar.

Tabla 12
Mejora de la productividad a partir de las capacitaciones y reuniones de trazabilidad y mejoramiento de la calidad en la producción del cacao

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	3.3	3.3
	Pocas Veces	5	16.7	20.0
	Muchas veces	10	33.3	53.3
	Siempre	14	46.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0

Figura 14



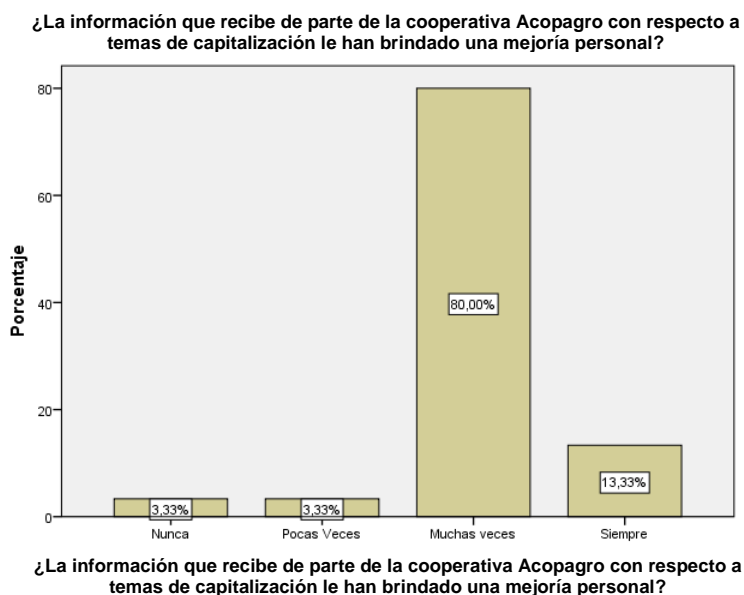
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Su productividad ha mejorado desde que la Cooperativa Acopagro le brinda capacitaciones y reuniones de trazabilidad y mejoramiento de la calidad en la producción del cacao?** se obtuvieron resultados que indican que un 46.74% respondieron que siempre sucede así mientras que un 33.3% indica que es así muchas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 30%. La calidad de la producción cacao se ve determinada por la mejora en la capacitación agraria y la realización de reuniones de trazabilidad, tal cual realiza la cooperativa.

Tabla 13
Nivel de Información recibida de la cooperativa Acopagro respecto a temas de capitalización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	3.3	3.3	3.3
	Pocas Veces	1	3.3	3.3	6.7
	Muchas veces	24	80.0	80.0	86.7
	Siempre	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 15



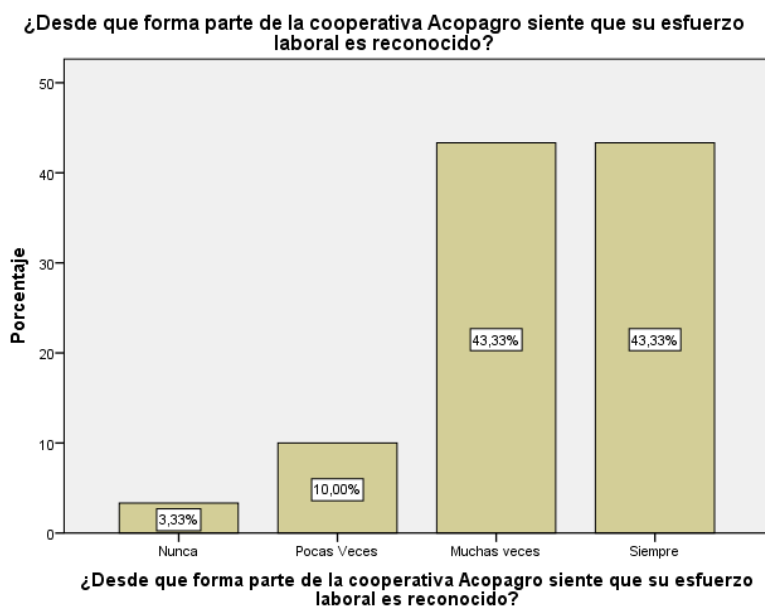
Interpretación:

Ante la interrogante **¿La información que recibe de parte de la cooperativa Acopagro con respecto a temas de capitalización le han brindado una mejoría personal?** se obtuvieron resultados que indican que un gran 80% respondieron que muchas veces sucede así mientras que un 13.3% indica que es así siempre. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 48%. El tema de capacitación e información se refleja en importancia con los resultados obtenidos.

Tabla 14
Esfuerzo laboral reconocido por formar parte de la Cooperativa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	3.3	3.3	3.3
	Pocas Veces	3	10.0	10.0	13.3
	Muchas veces	13	43.3	43.3	56.7
	Siempre	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 16



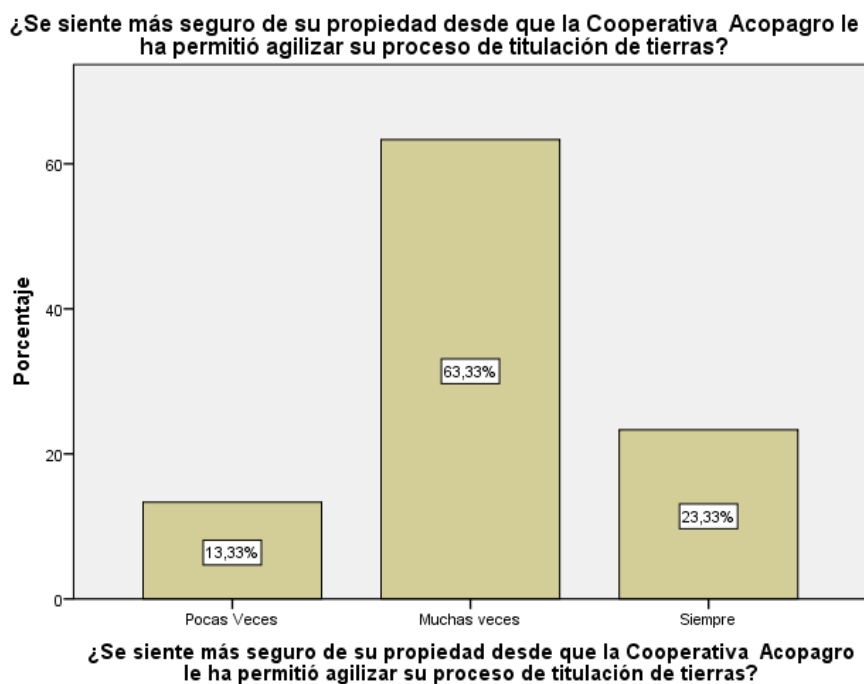
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Desde que forma parte de la cooperativa Acopagro siente que su esfuerzo laboral es reconocido?** se obtuvieron resultados que indican dos porcentajes iguales para las respuestas muchas veces y siempre, los dos indicadores alcanzaron 43.3%. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 30%. El reconocimiento es importante como aliciente del ser humano, por lo que es importante que este aspecto sea reconocido en el ser humano.

Tabla 15
Seguridad respecto a la propiedad de la Cooperativa Acopagro y la agilización del proceso de titulación de tierras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	4	13.3	13.3	13.3
	Muchas veces	19	63.3	63.3	76.7
	Siempre	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 17



Interpretación:

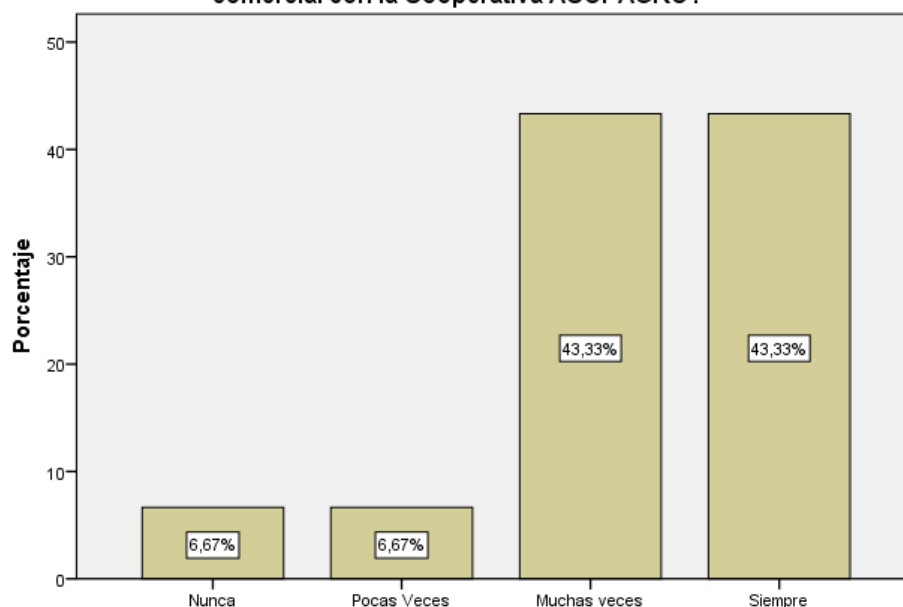
Ante la interrogante **¿Se siente más seguro de su propiedad desde que la Cooperativa Acopagro le ha permitido agilizar su proceso de titulación de tierras?**, se logró recoger los siguientes resultados: 63.3% indican que muchas veces se sienten seguros de su propiedad, mientras que 23.3% indican que siempre es así. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 45%. Sentirse seguro de las propiedades o bienes que posee el ser humano, es otro de los alicientes a considerar dentro de los procesos de relación cooperativa – cooperativista, pues no estar preocupado por los bienes materiales, permite enfocarte mejor en la realización de tus actividades cotidianas.

Tabla 16
Mejora de la situación laboral y la relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6.7	6.7	6.7
Pocas Veces	2	6.7	6.7	13.3
Muchas veces	13	43.3	43.3	56.7
Siempre	13	43.3	43.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 18

¿Siente que ha mejorado su situación laboral desde que mantiene una relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO?



¿Siente que ha mejorado su situación laboral desde que mantiene una relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO?

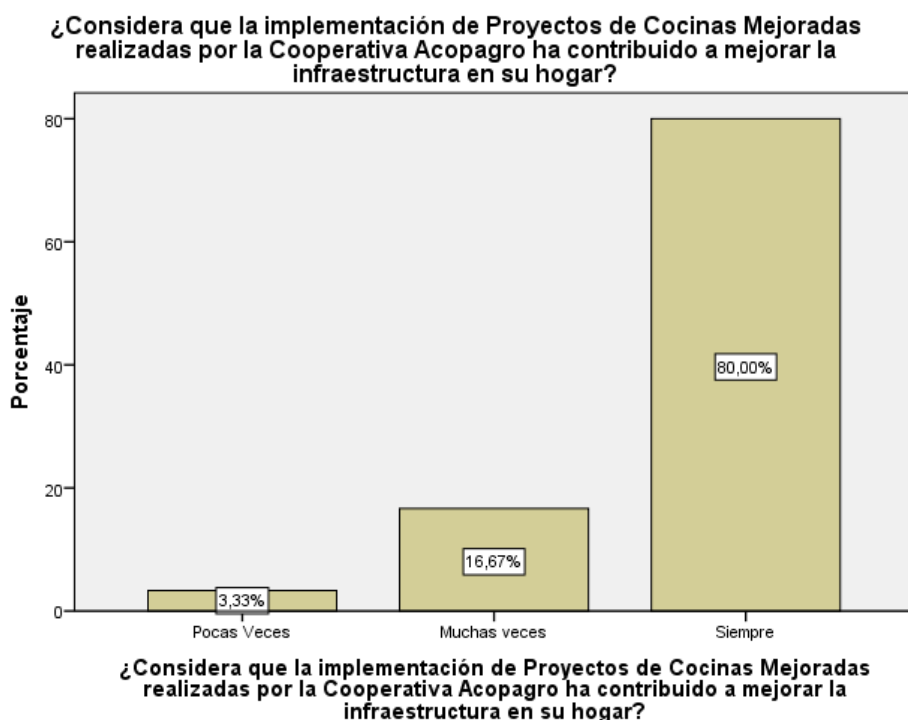
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Siente que ha mejorado su situación laboral desde que mantiene una relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO?**, se logró recoger la siguiente data: 43.3% indicaron que muchas veces, y con el mismo porcentaje 43.3% indicaron que siempre. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 28%. El aspecto laboral es otro de los indicadores a tener en cuenta, por lo que resulta interesante mantenerse sosegado en este ítem a fin de enfocarse en otros aspectos.

Tabla 17
Implementación de Proyectos de Cocinas Mejoradas realizadas por la Cooperativa Acopagro en la mejora de la infraestructura del hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	1	3.3	3.3	3.3
	Muchas veces	5	16.7	16.7	20.0
	Siempre	24	80.0	80.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 19



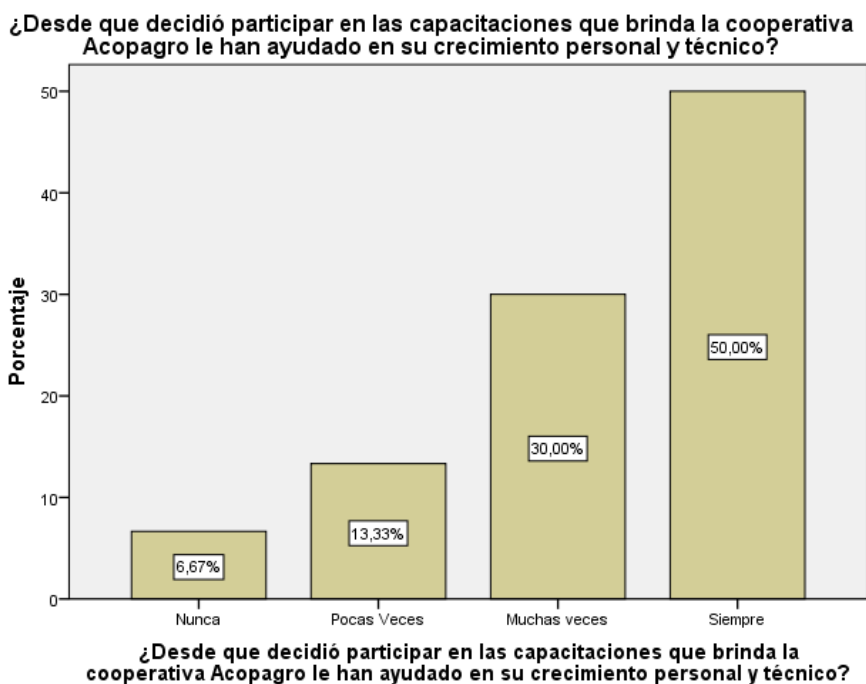
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Considera que la implementación de Proyectos de Cocinas Mejoradas realizadas por la Cooperativa Acopagro ha contribuido a mejorar la infraestructura en su hogar?**, los socios entrevistados indicaron que en un 80% de veces siempre es así, mientras que el 16.7% indicaron que muchas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 65%. Este proyecto ha generado una alternativa beneficiosa en la vida cotidiana del socio ya que le ha permitido contar con una cocina artesanal en su hogar.

Tabla 18
Participación de las capacitaciones que brinda la cooperativa Acopagro en el crecimiento personal y técnico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6.7	6.7	6.7
Pocas Veces	4	13.3	13.3	20.0
Muchas veces	9	30.0	30.0	50.0
Siempre	15	50.0	50.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Figura 20



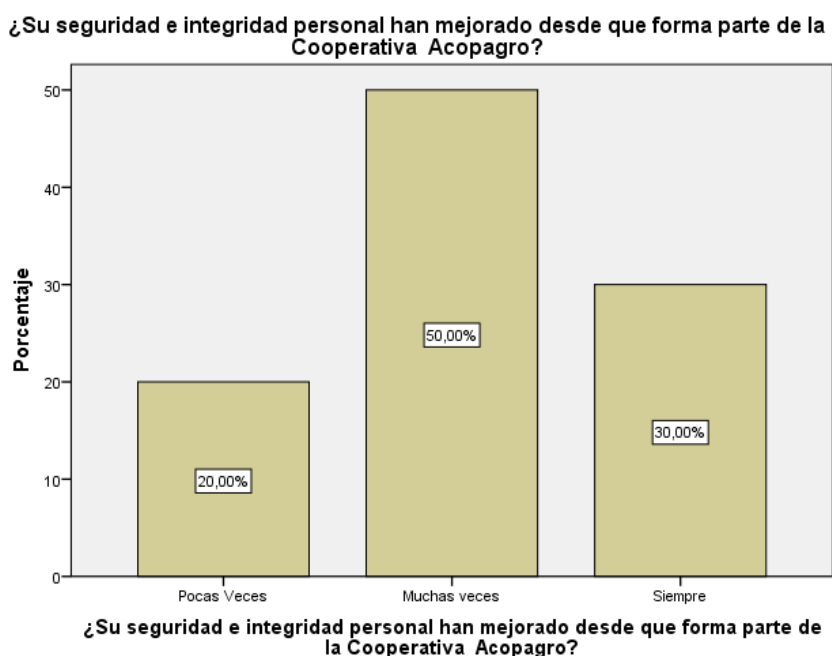
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Desde que decidió participar en las capacitaciones que brinda la cooperativa Acopagro le han ayudado en su crecimiento personal y técnico?**, los socios entrevistados indicaron que en un 50% de veces siempre es así, mientras que el 30% indicaron que muchas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 37%. Se verifica que las capacitaciones de manera general han influyen sobre el crecimiento personal y técnico del socio.

Tabla 19
Seguridad e integridad personal y la mejora a partir de la Cooperativa Acopagro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	6	20.0	20.0	20.0
	Muchas veces	15	50.0	50.0	70.0
	Siempre	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 21



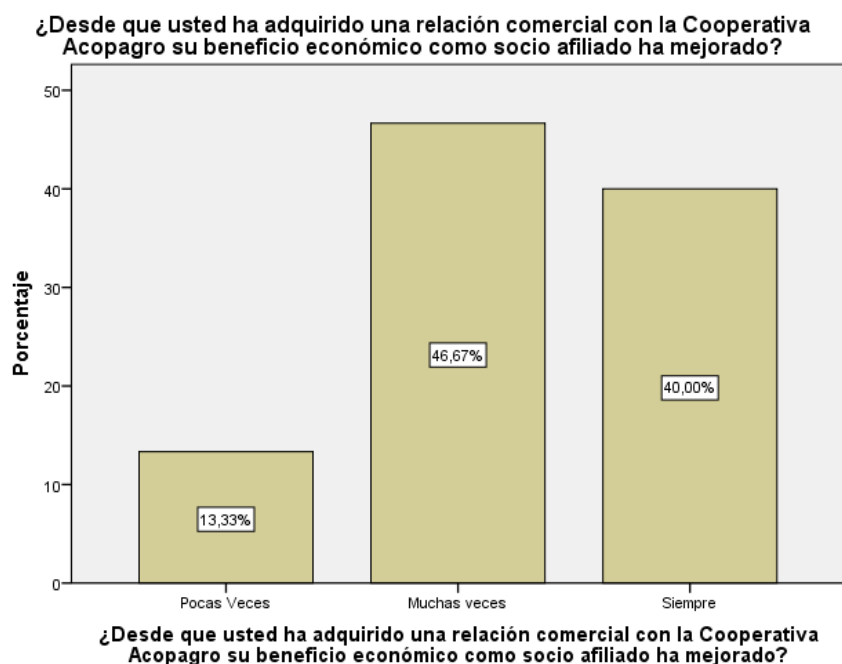
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Su seguridad e integridad personal han mejorado desde que forma parte de la Cooperativa Acopagro?**, los socios entrevistados indicaron que en un 50% que muchas es así, mientras que el 30% indicaron que siempre es así. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 40%. El aspecto de seguridad e integridad del socio le han permitido al agricultor o socio realizar su trabajo de producción de manera mas segura, sin poner el riesgo su integridad física.

Tabla 20
Adquisición de relación comercial con la Cooperativa Acopagro y el beneficio económico como socio afiliado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	4	13.3	13.3	13.3
	Muchas veces	14	46.7	46.7	60.0
	Siempre	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 22



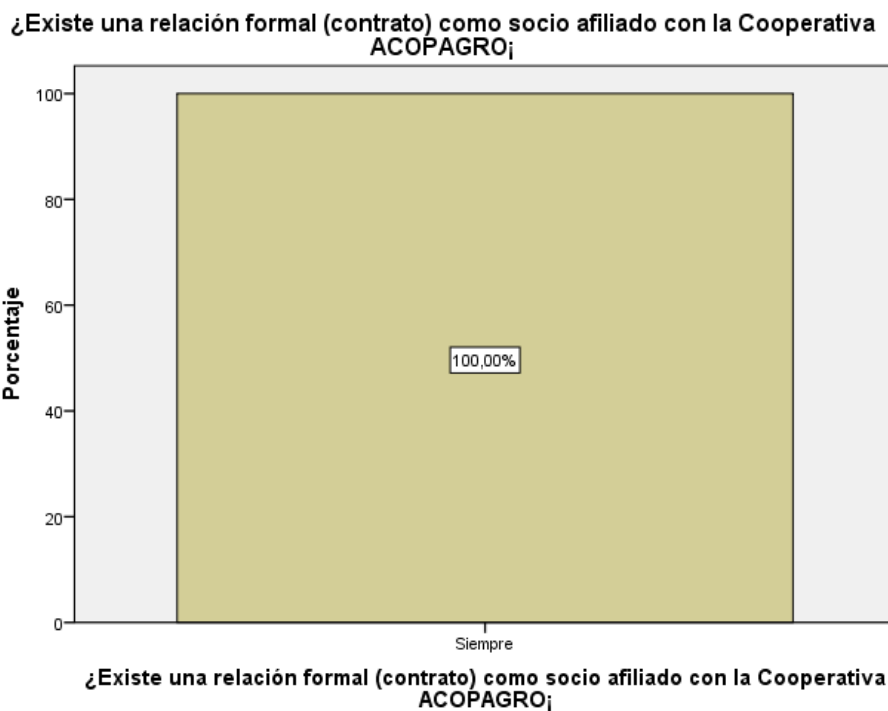
Interpretación:

Ante la interrogante **¿Desde que usted ha adquirido una relación comercial con la Cooperativa Acopagro su beneficio económico como socio afiliado ha mejorado?**, se obtuvo como resultado que 46.7% sienten que muchas veces es sí, mientras que un 40% indican que siempre es así. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 45%. La relación comercial ha marcado un beneficio económico que ha llevado a la mejora del aspecto financiero de los socios de la cooperativa.

Tabla 21
Relación formal (contrato) como socio afiliado con la Cooperativa ACOPAGRO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	30	100.0	100.0	100.0

Figura 23



Interpretación:

Ante la interrogante **¿Existe una relación formal (contrato) como socio afiliado con la Cooperativa ACOPAGRO?**, el total de los encuestados indicaron que siempre. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 100%. El 100% representa en toda su magnitud lo bien que se sienten los cooperativistas al mantener una relación formal con la cooperativa.

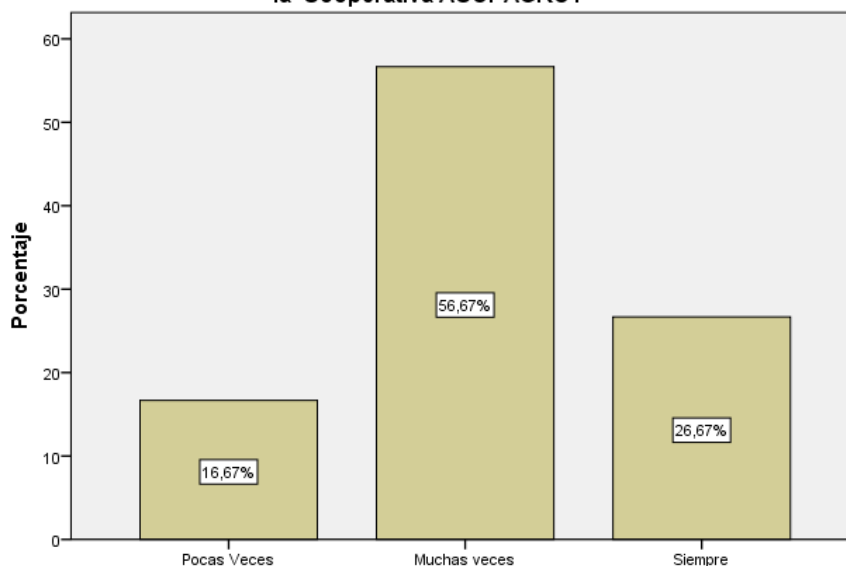
Tabla 22

Tratamiento especial y la mejora de condiciones de compra de parte de la Cooperativa ACOPAGRO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas Veces	5	16.7	16.7	16.7
	Muchas veces	17	56.7	56.7	73.3
	Siempre	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Figura 24

¿Se da un tratamiento especial con mejores condiciones de compra de parte de la Cooperativa ACOPAGRO?



¿Se da un tratamiento especial con mejores condiciones de compra de parte de la Cooperativa ACOPAGRO?

Interpretación:

Ante la interrogante **¿Se da un tratamiento especial con mejores condiciones de compra de parte de la Cooperativa ACOPAGRO?**, indicaron en un 56.7% que muchas veces es así, mientras que un 26% indicaron que siempre, finalmente un 16.67% indicaron que esto se realiza pocas veces. El porcentaje alcanzado indica que en el promedio total representa un 40%. El reconocimiento por la compra del cacao por parte de la Cooperativa es favorable porque el socio obtiene un precio acorde al mercado y como también obtiene un bono adicional llamado reintegro por cada kilo de cacao que es entregado al socio.

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Tabla 23
Pruebas de Chi-Cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,923 ^a	6	0.687
Razón de verosimilitud	5.050	6	0.537
Asociación lineal por lineal	3.108	1	0.078
N de casos válidos	30		

a. 11 casillas (91,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,33.

El resultado de la prueba de Chi Cuadrado determina que la hipótesis principal del estudio es válida, quedando demostrado que se aprueba la hipótesis que indica que las prácticas de responsabilidad social empresarial mejoran la calidad de vida de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016. Lo que da como resultado que existe relación entre las variables calidad de vida y responsabilidad social indicando que el Chi Cuadrado de Pearson alcanzó una significancia asintótica 68.7% de relación directa.

La tabla que se muestra a continuación indica la media y moda de cada una de las 23 interrogantes aplicadas a la muestra

Tabla 24
Media y Moda por respuesta

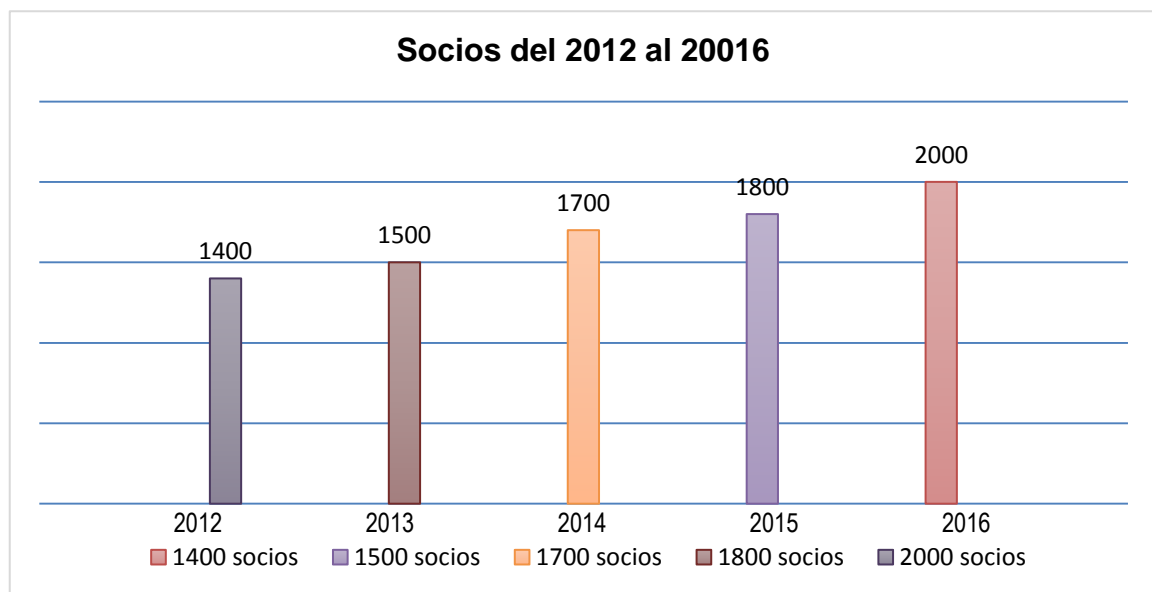
		Pregunta N° 1	Pregunta N° 2	Pregunta N° 3	Pregunta N° 4	Pregunta N° 5	Pregunta N° 6	Pregunta N° 7	Pregunta N° 8	Pregunta N° 9	Pregunta N° 10	Pregunta N° 11	Pregunta N° 12
N	Válido	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		2.43	1.93	1.87	2.23	2.07	1.93	1.97	2.27	2.20	1.83	2.43	2.13
Moda		3	2 ^a	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2

		Pregunta N° 13	Pregunta N° 14	Pregunta N° 15	Pregunta N° 16	Pregunta N° 17	Pregunta N° 18	Pregunta N° 19	Pregunta N° 20	Pregunta N° 21	Pregunta N° 22	Pregunta N° 23
N	Válido	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		2.23	2.03	2.27	2.10	2.23	2.77	2.23	2.10	2.27	3.00	2.10
Moda		3	2	2 ^a	2	2 ^a	3	3	2	2	3	2

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

La cooperativa Acopagro a lo largo del tiempo su crecimiento se ha visto reflejado en el aumento de los números de socios que han crecido como se refleja en la gráfica siguiente:

Figura 25: Evolución año a año



Fuente: Cooperativa Acopagro.

Los números de socios establecidos en la tabla se han incrementado por diferentes estrategias de mercado que la cooperativa ha visto necesario para su crecimiento, dentro de ellos se realizó la responsabilidad social que la cual nos permitió conocer y saber más de nuestros socios, como sus necesidades básicas y lo que esperan recibir de nosotros. Para poder llevar a cabo la RS se realizó proyectos y dentro de ellos se encuentran las campañas, campañas que tiene un proceso de aprobación por los socios.

La RSE se realiza desde el año 2005 en la cooperativa ACOPAGRO, en un principio estas prácticas no se tuvieron bien definidas ya que no se tenía un área específica que se encargara de ella para lo cual a lo largo del tiempo se estableció, en un principio solo se tenía las siguientes prácticas de RS, a continuación se nombra:

- Regalo de gallinas en navidad.
- Canasta navideña.

Las campañas mencionadas se realizaron desde el 2005 hasta el 2011, estas campañas

permitieron que la cooperativa sea reconocida en la ciudad y que sus socios sientan que son importantes para la cooperativa, durante los años mencionados se vio un incremento de los números de socios, la satisfacción de ellos, les permitió tener algo que compartir con su familia. Estas campañas con forme pasaba el tiempo se fueron ampliando ya que se prefirió preocupar más por la salud, bienestar y tranquilidad de los socios porque se veía que siempre tenían problemas en su alimentación, educación y visión, por lo que se decidió profundizar más en la salud de ellos y desde el 2012 hasta la actualidad se realizaron las siguientes campañas:

- Campañas de educación.
- Campañas nutrición.
- Campañas contra la violencia familiar.
- Campañas oftalmológicas
- Proyecto de cocinas mejoradas
- Campañas de viveros forestales y elaboración de humus.

Estas campañas y proyectos dieron un giro muy positivo a la cooperativa ya que al realizar los proyectos y campañas se vio que se generó una fidelización y satisfacción en el socio, esto permitió que la relación con los socios creciera. Por lo que al llevar a cabo la RS en la cooperativa nos ha generado un gran cambio y beneficio. El cambio se dio en la parte de la infraestructura y el ingreso de nuevos socios y el beneficio se dio mutuamente tanto en la cooperativa como en los socios, ya que ellos cuentan con una mejor salud, una estabilidad económica, desarrollo personal y una mejora en su vivienda. A lo que se puede concluir que las prácticas de RSE en la cooperativa nos trajo buenos resultados ya que los años mencionados se verifico el incremento de número de socios y con ello también la satisfacción de la calidad de vida en cada uno de ellos.

Se muestra como a partir de formar parte de la cooperativa se han ido incrementando y mejorando los aspectos relacionados a calidad de vida respecto a la responsabilidad social, sobre todo las mejoras percibidas se ven reflejadas en la cantidad de socios que se han ido agregando año a año y que permiten que el proyecto siga creciendo.

Aplicado a nuestro estudio, los resultados obtenidos en la investigación, muestran que después de haberse aplicado el instrumento a la población de la Cooperativa Agraria Exportadora ACOPAGRO de la ciudad de Juanjui, efectivamente si existe relación entre la mejora de la calidad de vida de los socios a partir de la responsabilidad social empresarial.

Por lo anterior, se acepta la hipótesis planteada: las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan significativamente a la calidad de vida de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.

Por otro lado, se comprueba que la práctica de responsabilidad social empresarial es significativa, en virtud de los resultados hallados tras la aplicación del instrumento en los socios seleccionados, los mismos que respondieron adecuadamente, se debe señalar que la aplicación se realizó en campo y con la aceptación y aprobación de los socios.

En base a la literatura revisada de los antecedentes para la elaboración de la tesis se menciona que las empresas percibidas como socialmente responsables pueden beneficiarse con sus clientes por mucho más tiempo. Como conclusión principal de este estudio, la responsabilidad debe convertirse en una herramienta cómo estrategia de una empresa (Lova & Cretu, 2016), al igual que en nuestro estudio.

Ribeiro L., Barreto M., Viegas J., Barbosa F. Hékis H. (2013), en gestión participativa solo el 23% se sienten parcial o totalmente incentivados a la participación en los negocios, contra 46% que no se sienten, el 83% están de acuerdo sobre condiciones de trabajo proveídas por el sindicato dentro del local de trabajo, el 85% opina la ausencia de apoyo o realización de programas sociales volcados a la escolarización de sus colaboradores, y a la falta de atención, salud y educación.

El estudio de Domínguez A. y Bravo B. (2016) indicó que las cooperativas de ahorro y crédito de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas están cumpliendo con el desempeño cooperativo en un 59%, las variables con mayores falencias fueron la cooperación entre cooperativas y el aporte al desarrollo de la comunidad, tal cual el resultado obtenido ante la interrogante relacionada a la satisfacción personal, en la que un gran 53.3% indicaron que esto sucede muchas veces, mientras que un 23.3% indicaron que siempre es de este modo.

De otro lado, el estudio de Loauza D. (2014) indican que constituye esencialmente por el compromiso obligatorio y consciente que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores, sus familias, la comunidad y la sociedad en general, sobre la base de procesos económicos eficientes y eficaces. El estudio nuestro indicó acerca del apoyo social que un 40% respondieron que muchas veces se sienten apoyados por la cooperativa respecto al ámbito social mientras que un 36.7% indicaron que siempre sucede así.

Comparado con nuestro estudio, traemos a colación a Escobar E. (2015) arriba a la conclusión que la empresa forma parte del entorno social, ambiental y económico, por lo que se le atribuye la condición de persona jurídica y un deber de ciudadanía por lo tanto debe integrarse a ella y contribuir al desarrollo general, esto ha sido corroborado en el desarrollo de la evolución de la RSE, que nos muestra que la empresa mantiene responsabilidades frente al entorno, lo cual no implica que se aminoren los objetivos económicos de la empresa, sino que se alcancen beneficios sostenibles a largo plazo tanto para la empresa como para sus grupos de interés. EN nuestro estudio se les interrogó del siguiente modo ¿Siente que ha mejorado su

situación laboral desde que mantiene una relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO?, resultando la siguiente data: 43.3% indicaron que muchas veces, y con el mismo porcentaje 43.3% indicaron que siempre.

Finalmente hacemos referencia a Oscoco A. (2015) concluye que los programas de responsabilidad social influyen de manera positiva en la satisfacción laboral, ya que participan de los programas sociales en los que se incluye capacitaciones para sus actividades de producción del producto a exportar.

CONCLUSIONES

La redacción de las conclusiones parte de los objetivos, por lo que resulta lo siguiente:

Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan de manera positiva con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016, ya que considerando las dimensiones se obtuvieron resultados positivos de la encuesta aplicada, como en las que se manifestó que efectivamente existe una relación entre la mejora de la calidad de vida de los socios con la responsabilidad social empresarial. Además de comprobar que la práctica de responsabilidad social empresarial es significativa, en virtud de los resultados hallados tras la aplicación del instrumento en los socios seleccionados, los mismos que respondieron adecuadamente, se debe señalar, que la aplicación se realizó en campo y con la aceptación y aprobación de los socios. En efecto estas prácticas han permitido que la cooperativa sea reconocida con la certificación de **“El Comercio Justo Fairtrade”**, dicha certificación permite que el producto (cacao orgánico en grano) que exporta sea reconocido por el comprador como un producto logrado en condiciones de trabajo digno y comprado a un precio justo; así mismo la cooperativa se ha visto beneficiada en ampliar el accesos a nuevos mercados, mejorando su demanda exportable.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial inciden de manera positiva sobre el bienestar emocional de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro, pues sienten que su vida familiar, confianza y satisfacción personal y laboral han mejorado desde que forman parte de ella, esto ha posibilitado que los compradores perciban que existe preocupación de parte de la cooperativa hacia sus socios afiliados, logrando que el socio alcance un producto de calidad; la misma que es reconocida en los mercados internacionales como: Estados Unidos, Italia, Francia, Suiza, Holanda; por lo que se obtuvo la certificación de **“Rainforest Alliance Certified “(conocida como: Ranita Verde)**, que procura que el producto que llegue al comprador haya sido cultivado y cosechado usando prácticas ambientales y socialmente responsables, cuidando la salud de la tierra y el bienestar de quienes dependen de ella para su sustento, permitiendo así que las exportaciones del cacao orgánico se incrementen.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial manifiestan un aspecto positivo sobre las relaciones interpersonales de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro, ya que los resultados que miden sus interacciones y otras relaciones personales con los demás socios, se manifestaron en porcentajes positivos al medir esta dimensión. En efecto esto ha permitido que la cooperativa obtenga tres certificaciones:

- La certificado de “**Ceres Certified**”, dicha certificación que tiene Acopagro, permite que los mercado internacionales conozcan que el producto que compran es inspeccionado bajo estándares orgánicos y ambientales, a lo cual resulta una interacción directa con el productor (socio).
- La certificación: “**UTZ Certified**”, le ha permitido a la cooperativa que se capacite a sus agricultores para que mejoren su productividad, la calidad de su producto (caco) y la eficiencia, cuidando a las personas y el medio ambiente. De esta manera, pueden producir mayores volúmenes a menor coste.
- La certificación: “**Biolatin Certificado**”, esta certificación ayudo a que la cooperativa maneje un sistema de calidad que garantiza una producción que cumple con las normas y reglamentos de los mercados internacionales.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial si han mejorado el desarrollo personal de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro, pues los socios afiliados consideran esto se ha logrado a partir de las capacitaciones, además de considerar que su esfuerzo laboral es reconocido por la cooperativa. El conocimiento técnico que ha adquirido el socio, con el objetivo de exportar un producto altamente competitivo y de calidad para los mercados internacionales. Es importante mencionar que con este esfuerzo se ha alcanzado las siguientes certificaciones reconocidas en los mercados internacionales:

- “**Usda Organic**”, esta certificación fue dada a la cooperativa porque produce y exporta un producto orgánico; junto a la ayuda de la empresa certificadora los productores son capacitados para que el socio produzca un producto (cacao) que no utiliza químicos como el nitrógeno en la fertilización de sus suelos, certificando al producto de la cooperativa como un producto orgánico exportable.
- “**Biosuisse**”, esta certificación fue dada por el país de Suiza a la cooperativa, porque el producto que exporta está libre de productos químicos.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial han permitido mejorar el bienestar físico de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro, a partir de la preocupación de la cooperativa por incentivar campañas de nutrición y la mejora de su salud integral.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial han mejorado la autodeterminación de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro, ya que se consideran que desde participan en las capacitaciones ha obtenido elevar su crecimiento tanto personal como técnico. Logrando así que el producto que el socio entrega sea competitivo en mercados internacionales.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial han influido positivamente sobre la inclusión social de los socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro pues ha generado que el socio participe de manera activa en reuniones sociales donde se interactúan no solo con otros socios sino con los compradores internacionales (compradores de Suiza y Europa) quienes son invitados por la cooperativa para que participen de estas reuniones.

RECOMENDACIONES

Una vez concluida la investigación, se recomienda a la cooperativa tomar en cuenta la medición de los indicadores estratégicos propuestos dentro de los programas de RSE, los mismos que les permitirán tener en cuenta la satisfacción personal y laboral lograda por los productores y consecuentemente cubrir la oferta exportable del cacao en grano orgánico. Se plantea considerar los siguientes indicadores:

- Satisfacción personal de los socios.
- Satisfacción del cliente final.

De igual manera se recomienda utilizar la merma del cacao, para producir su propia marca de chocolate, productos con valor agregado, que pueden ser barras de chocolate con frutas, con bajo contenido de azúcar, se comercializarían en puntos estratégicos (aeropuertos, tiendas especialistas en chocolate), generando así nuevas utilidades externas a la cooperativa.

Se recomienda que la cooperativa reconozca el pago por la merma que el socio entrega a la cooperativa, de tal forma que no se vean afectados (socio - cooperativa), para lo cual sería importante que la cooperativa busque alternativas de nuevos mercados en los que se pueda ingresar el producto en mercados con menores estándares de calidad.

Se recomienda elaborar un estudio de mercado para aquellos países (Holanda, Estonia, España, Japón) que puedan ser posibles destinos para la oferta exportable del cacao de Juanjui. Se recomienda estos mercados internacionales porque existe una gran demanda exportable del cacao en dichos mercados, rentabilidad económica, valoran el valor nutricional y porque son nuevos mercados para la cooperativa

Se recomienda que la cooperativa incentive y valore (incentivos económicos por el número de socios afiliados) el esfuerzo de sus colaboradores de la parte técnica, quien buscaría la integración de nuevos socios, con la finalidad de optimizar su oferta exportable y llegar a los objetivos que se ha propuesto la empresa (incremento de ventas)

Se recomienda que la cooperativa continúe con los ejercicios de corte responsable socialmente, que permita a los socios afiliados percibir la mejoría en la totalidad de sus actividades, siendo reconocidos y apreciados; esta recomendación se da porque la estrategia

o cultura le ha permitido a la Cooperativa desarrollarse y ser reconocida en el mercado nacional e internacional.

Es importante pactar capacitaciones directas para los socios afiliados de parte de los compradores de mercados internacionales, donde les puedan dar a conocer propuestas de mejora en cuanto a manejos técnicos que se podrían realizar con el producto, para así no afectar la exportación del grano de cacao, a fin de mejorar su producción.

Lograr alianzas estratégicas con instituciones especializadas que permitan incentivar el crecimiento personal como técnico, con la promoción de cursos o talleres y estudios especializados, a fin de optimizar todos los procesos de producción del cacao, mejorando la calidad, elevando aún más la cotización a nivel internacional, aminorando las mermas, de tal forma que permita ampliar la demanda exportable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Espinoza M., Chávez F., Maceda A. (2013). Las MIPYMES comerciales y el ejercicio de la responsabilidad social empresarial. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo – ISSN 2007 – 2619

Espinoza L. (2015). La gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el Desarrollo Sostenible de las comunidades de su entorno - Período 2004- 2014. Recuperado de:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1857/1/espinoza_gl.pdf

Ribeiro L., Barreto M., Vegas J., Barbosa F. Hékis H. (2013) La Responsabilidad Social Empresarial en la Conducta de Colaboradores de la Red Supermercados Minorista en Lauro de Freitas – Bahía – Brasil. Recuperado de:
<https://gcg.universia.net/article/view/444/responsabilidad-social-empresarial-la-conducta-colaboradores-la-red-supermercados-minorista-lauro-freitas-bahia-brasil>

Escobar E. (2015). La responsabilidad social empresarial como medio de rentabilidad y competitividad. Recuperado de:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6917>

Altamirano M. (2011), en su tesis: La responsabilidad Social y su relación con las Pymes en el Perú y su entorno económico.
http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/774/Working%20Paper%20-%20Mar%20C3%ADa%20Altamirano_c.pdf

Cuevas F. (2003). Percepción de la calidad de vida de los pacientes hipertensos: factores influyentes. Recuperado de: <ftp://tesis.bbt.ull.es/ccppytec/cp197.pdf>

Salas C. y Garzón M. (2012). La noción de calidad de vida y su medición. Recuperado de:
<http://www.Dialnet-LaNocionDeCalidadDeVidaYSuMedicion-4549356.pdf>

Moreno B. y Ximénez C. (1996). Evaluación de la Calidad de Vida. Universidad Autónoma de México. Recuperado de:
<https://www.uam.es/gruposinv/esalud/Articulos/Personalidad/evaluacion-calidaddevida.pdf>

Araya P., y Yañez A. (2006). Evaluación de la Calidad de Vida en Pacientes Mastectomizadas, tratadas en el instituto Nacional de Cáncer entre los años 2003 y 2005. Recuperado de:
http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2006/araya_p/sources/araya_p.pdf

Organización Mundial de la Salud (2004). Prevención de trastornos musculoesqueléticos en el lugar de trabajo. Recuperado de:
http://www.who.int/occupational_health/publications/en/pwh5sp.pdf

Urzúa A. y Caqueo – Urizar A. (2011) Calidad de Vida: Una revisión teórica del concepto. Recuperado de: <http://www.scielo.cl/pdf/terpsicol/v30n1/art06.pdf>

Portal Club Leones. Categorías de Socios. Recuperado de:
<http://www.leonismoargentino.com.ar/INSTCategSocios.html#Categoría de Socio Afiliado>

Texto Único Ordenado de la Ley General de Cooperativas. Recuperado de:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/0C8229556E3DC60305257B5C0051906C/\\$FILE/DECRETO_SUPREMO_N%C2%BA_074_90_TR.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/0C8229556E3DC60305257B5C0051906C/$FILE/DECRETO_SUPREMO_N%C2%BA_074_90_TR.pdf)

Domínguez A. y Bravo B. (2016) en su tesis: Evaluación de las variables del desempeño cooperativo, con enfoque en el buen vivir en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Recuperado de:
<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/304/1/TAE59.pdf>

Loauza D. (2014). Tesis: Modelo de gestión social aplicado a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Prosperar LTDA. de la ciudad de Loja año 2013. Recuperado de:
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8372/1/Diego%20Marcelo%20Loaiza%20Torre%20s.pdf>

Guerra F. et. al. (2015). Tesis: Estudio comparativo sobre responsabilidad social entre empresas y países. Universidad Católica de Chile,

Recuperado de:

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/131943/Estudio%20comparativo%20so bre%20res_ponsa.pdf?sequence=1

Oscoco A. (2015). Tesis: Determinar la relación entre la responsabilidad social y la satisfacción laboral en una organización. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de:

<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/594638/1/TESIS+FINAL+4.pdf>

Espinoza F. (2015) en si tesis: Comunicación en la gestión de responsabilidad social: caso Doe Run Perú. Universidad de Piura. Recuperada de:

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2269/INF_195.pdf%3Bsequence=1

García Riaño D. (1991). Calidad de Vida. Aproximación histórico - conceptual. Boletín de Psicología, 30, pp. 55-94.

Moreno B., Ximénez C. (1996). Evaluación de la calidad de vida. Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de:

<https://www.uam.es/gruposinv/esalud/Articulos/Personalidad/evaluacion-de-calidaddevida.pdf>

Gómez – Vela M. (s/f) Calidad de vida. Evolución del concepto y su influencia en la investigación y la práctica. Recuperado de:

<http://campus.usal.es/~inico/investigacion/invesinico/calidad.htm>

Solomon, R. C. (1999). Business Ethics and Virtue. In: Frederick, Robert E. (ed) (1999). A Companion To Business Ethics. Oxford: Blackwell Publishing.

Peinado E., Vives A. (2011) La Responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). Recuperado de: http://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/06/aprende-mas/libro_rse.pdf

Arbaiza L. (2015) Portal Conexión.es. Beneficios de la Responsabilidad Empresarial. Recuperado de: <http://www.esan.edu.pe/conexion/bloggers/comportamiento-socialmente-responsable/2015/04/beneficios-responsabilidad-social-empresarial/>

Portal Cooperativa Uniminuto (2015). La Cooperativa y los Principios Cooperativos. Recuperado de: <https://www.coopuniminuto.com/index.php/la-cooperativa-y-los-principios-cooperativos>

Almodóvar Martínez, P., Contreras Espinoza, Sergio, Pedraja Rejas, Liliana M., & Pedraja Rejas, Liliana M. (2011). Calidad de vida laboral y su influencia sobre los resultados empresariales. Revista de Ciencias Sociales, 658-668.

Betancur Cardona, L., Giraldo Giraldo, M. P., & Velásquez Bedoya, J. (04 de Enero de 2009). La Responsabilidad Social Empresarial en las Grandes Superficies del Área Metropolitana Centro -Occidente. Publicacion de Tesis. Colombia, Colombia, Colombia: Universidad Católica Popular el Risaralda.

Dolors Celma, B. (29 de Febrero de 2011). El impacto de los trabajadores de una Gestió de Recursos humanos Socialmente responsable. Un anàlisis para Catalunya. Publicaiò de la Unversitat de Giroma. Catalunya, Madrid, España: Publicaiò de la Unversitat de Giroma.

López salazar, A., Ojeda hidalgo, J. F., & Rios manriquez, M. (2015). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Revista de contabilidad-Spanish Accounting Review, 36-46.

Lopèz Salazar, A., Ròs Manriquez, Martha, & Ojeda Hidalgo, Jòse Felipe. (2015). La pesponsabilidad Social Empresarial dedes la percepciòn del capital humano. Revista de Conatbilidad, 5-7.

Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible.

Santiago de Chile.

Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Medio ambiente y desarrollo, 1-70.

Pinto Saavedra, J. A., & Rego rahal, P. (2007). Los abjetivos del milenio y la responsabilidad social de la pyme: Una metodología de la evaluación.

Ricardo Montes, R., & Sanjuán Salgado, Lisseth. (23 de Octubre de 2007). ¿Es rentable la responsabilidad social empresarial (RSE)? Publicación de: Universidad Tecnológica de Bolívar. Bolivia, Bolivia, Bolivia: Publicación de: Universidad Tecnológica de Bolívar.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Relación de las prácticas de responsabilidad social empresarial de la cooperativa agraria exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en la calidad de vida de los socios afiliados en el periodo 2016”

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>Principal ¿En qué medida las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p> <p>Específicos ¿De qué manera se relacionan impactan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar emocional de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p> <p>¿Cómo se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con las relaciones interpersonales de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p> <p>¿De qué manera se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el desarrollo personal de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p> <p>¿En qué medida se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar físico de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p> <p>¿En qué medida se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con la autodeterminación de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p> <p>¿En qué medida se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con la inclusión social de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p> <p>¿De qué manera se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con los derechos de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?</p>	<p>Principal Determinar la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Específicos Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar emocional de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con las relaciones interpersonales de los socios afiliados de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el desarrollo personal de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar físico de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con la autodeterminación de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con la inclusión social de los socios afiliados de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con los derechos de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p>	<p>Principal Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan en gran medida con la calidad de vida de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Específicos Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el bienestar emocional de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con las relaciones interpersonales de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el desarrollo personal de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el bienestar físico de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con la autodeterminación de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con la inclusión social de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p> <p>Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con los derechos de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.</p>	<p>Calidad de Vida Schallock y Verdugo)</p>	<p>Bienestar físico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Salud • Actividades de la vida diaria • Atención sanitaria
				Bienestar emocional	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción • Autoconcepto • Ausencia de estrés
				Relaciones Interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> • Interacciones • Relaciones • Apoyo
				Inclusión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Integración y participación en la sociedad • Roles comunitarios • Apoyos sociales
				Desarrollo personal	<ul style="list-style-type: none"> • Educación • Competencia personal • Desempeño
				Bienestar material	<ul style="list-style-type: none"> • Status Económico • Empleo • Vivienda

¿De qué manera se relacionan las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar material de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016?	Describir la relación que ejercen las prácticas de responsabilidad social empresarial con el bienestar material de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.	Las prácticas de responsabilidad social empresarial se relacionan con el bienestar material de los socios afiliados de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui en el periodo 2016.	Responsabilidad Social Empresarial Fernández García (2009)	Autodeterminación	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía
				Derechos	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos • Derechos Legales
				Dimensión Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Socios afiliados

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA MEDIR CALIDAD DE VIDA

CALIDAD DE VIDA DE SUS SOCIOS AFILIADOS DE LA COOPERATIVA AGRARIA EXPORTADORA ACOPAGRO DE LA CIUDAD DE JUANJUI

ASPECTOS	ÍTEMS	VALORACIÓN			
I. Calidad de Vida					
Bienestar emocional	1. Su vida familiar ha mejorado desde que asiste a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro.	3	2	1	0
	2. Ha incrementado sus niveles de confianza en la Cooperativa ACOPAGRO desde que forma parte de ella.	3	2	1	0
	3. Considera que ha logrado una satisfacción personal desde que participa en las campañas de emprendedurismo que realiza la cooperativa Acopagro.	3	2	1	0
Relaciones interpersonales	4. Considera que su interacción con otros socios afiliados se ha incrementado desde que participa en los talleres de liderazgo que organiza la Cooperativa Acopagro.	3	2	1	0
	5. Ha mejorado sus relaciones personales a partir de que forma parte de la Cooperativa Acopagro.	3	2	1	0
	6. Las campañas de educación organizadas por la Cooperativa Acopagro han contribuido a fortalecer su trabajo en equipo.	3	2	1	0
Bienestar Material	7. Se siente más seguro de su propiedad desde que la Cooperativa Acopagro le ha permitido agilizar su proceso de titulación de tierras	3	2	1	0
	8. Siente que ha mejorado su situación laboral desde que mantiene una relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO	3	2	1	0
	9. Considera que la implementación de Proyectos de Cocinas Mejoradas realizadas por la Cooperativa Acopagro ha contribuido a mejorar la infraestructura en su hogar.	3	2	1	0
Desarrollo Personal	10. Su productividad ha mejorado desde que la Cooperativa Acopagro le brinda capacitaciones y reuniones de trazabilidad y mejoramiento de la calidad en la producción del cacao.	3	2	1	0
	11. La información que recibe de parte de la cooperativa Acopagro con respecto a temas de capitalización le han brindado una mejoría personal.	3	2	1	0
	12. Desde que forma parte de la cooperativa Acopagro siente que su esfuerzo laboral es reconocido.	3	2	1	0
	13. Considera que sus hábitos alimenticios han mejorado desde que la cooperativa Acopagro brinda campañas de Nutrición a sus integrantes.	3	2	1	0

Bienestar Físico	14. Su actividad física ha cambiado desde que la cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao).	3	2	1	0
	15. Su estado de salud ha mejorado desde que la Cooperativa ACOPAGRO realiza campañas de mejora de salud integral.	3	2	1	0
Auto-	16. Desde que decidió participar en las	3	2	1	0
determinación	capacitaciones que brinda la cooperativa Acopagro le han ayudado en su crecimiento personal y técnico.				
Inclusión Social	17. Participa de las fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la Cooperativa Acopagro	3	2	1	0
	18. Desde que participa en las campañas de cultivos comunitarios que organiza la cooperativa Acopagro ha mejorado la organización en su comunidad.	3	2	1	0
	19. Siente usted que desde que pertenece a la cooperativa Acopagro recibe apoyo para mejorar sus relaciones sociales.	3	2	1	0
Derechos	20. Su seguridad e integridad personal han mejorado desde que forma parte de la Cooperativa Acopagro.	3	2	1	0
	21. Desde que usted ha adquirido una relación comercial con la Cooperativa Acopagro su beneficio económico como socios afiliados ha mejorado.	3	2	1	0
ASPECTOS	ITEMS	VALORACIÓN			
II. Responsabilidad Social Empresarial					
Dimension Interna	22. La relación formal (contrato) como socio afiliado con la Cooperativa ACOPAGRO es beneficioso para usted.	3	2	1	0
	23. Recibe un tratamiento especial como socio afiliado con mejores condiciones de parte de la Cooperativa ACOPAGRO.	3	2	1	0

ANEXO 3: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO CON EL MÉTODO ESTADÍSTICO

RESULTADOS

Elaboración de instrumentos

La técnica utilizada fue la encuesta y los instrumentos aplicados a la población- muestra fueron cuestionarios, la confiabilidad del instrumento aplicado se determinó mediante el cálculo estadístico del instrumento propuesto, basado en la teoría de Schalock y Verdugo (1997), que constituye una técnica que permite averiguar y obtener datos. La elaboración de los ítems para el cuestionario, debe considerar analizar los problemas a solucionar y las hipótesis.

La encuesta fue aplicada a socios de la Cooperativa Agraria Exportadora Acopagro de la ciudad de Juanjui.

Validación de instrumentos

Para la determinación del nivel de confiabilidad del instrumento se ha aplicado a una muestra piloto de 30 socios. Las puntuaciones obtenidas se han analizado mediante la determinación del coeficiente alfa de Cronbach cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

Dónde:

K: Numero de ítems

S_i : Varianza muestral de cada ítems

S_T Varianza del total de puntaje de los ítems

Estadísticos de fiabilidad Instrumento

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,875	,883	22

El coeficiente Alfa de Cronbach es de 0.875 (87.5% de confiabilidad) para la encuesta global en función a la Responsabilidad social empresarial y calidad de vida.

Estadísticos de fiabilidad si se suprime un elemento

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Considera que sus hábitos alimenticios han mejorado desde que la cooperativa Acopagro brinda campañas de Nutrición a sus integrantes?	45,20	70,166	,753	,859
¿Su actividad física ha cambiado desde que la cooperativa Acopagro les brinda los materiales necesarios para producir su producto (cacao)?	45,70	79,390	,051	,885
¿Su estado de salud ha mejorado desde que la Cooperativa ACOPAGRO realiza campañas de mejora de salud integral?	45,77	80,254	,005	,885
¿Su vida familiar ha mejorado desde que asiste a las campañas de lucha contra la violencia familiar que organiza la Cooperativa Acopagro?	45,40	74,869	,423	,870
¿Ha incrementado sus niveles de confianza en la Cooperativa ACOPAGRO desde que forma parte de ella?	45,57	71,495	,680	,862
¿Considera que ha logrado una satisfacción personal desde que participa en las campañas de emprendedurismo que realiza la cooperativa	45,70	70,976	,679	,862
¿Considera que su interacción con otros socios afiliados se ha incrementado desde que participa en los talleres de liderazgo que organiza la	45,67	74,644	,447	,870
¿Ha mejorado sus relaciones personales a partir de que forma parte de la Cooperativa Acopagro?	45,37	74,102	,398	,872
¿Las campañas de educación organizadas por la Cooperativa Acopagro han contribuido a fortalecer su trabajo en equipo?	45,43	72,461	,671	,863
¿Participa de las fiestas patronales con mayor frecuencia a partir de formar parte de la	45,80	77,269	,178	,880
¿Desde que participa en las campañas de cultivos comunitarios que organiza la cooperativa Acopagro ha mejorado la organización en su comunidad?	45,20	76,234	,413	,871
¿Siente usted que desde que pertenece a la cooperativa Acopagro recibe el apoyo social para que loare usted superarse?	45,50	73,017	,567	,866

¿Su productividad ha mejorado desde que la Cooperativa Acopagro le brinda capacitaciones y reuniones de trazabilidad y mejoramiento de la calidad en la producción del cacao?	45,40	70,317	,700	,861
La información que ha recibe de parte de la cooperativa Acopagro con respecto a temas de capitalización le han brindado una mejoría	45,60	74,938	,612	,867
¿Desde que forma parte de la cooperativa Acopagro siente que su esfuerzo laboral es	45,37	70,861	,731	,861
¿Se siente más seguro de su propiedad desde que la Cooperativa Acopagro le ha permitido agilizar su proceso de titulación de tierras?	45,53	73,292	,719	,863
¿Siente que ha mejorado su situación laboral desde que mantiene una relación comercial con la Cooperativa ACOPAGRO?	45,40	70,455	,690	,861
¿Considera que la implementación de Proyectos de Cocinas Mejoradas realizadas por la Cooperativa Acopagro ha contribuido a mejorar la infraestructura	44,87	76,740	,469	,870
¿Desde que decidió participar en las capacitaciones que brinda la cooperativa Acopagro le han ayudado en su crecimiento personal y técnico?	45,40	71,628	,545	,866
¿Su seguridad e integridad personal han mejorado desde que forma parte de la	45,53	74,740	,478	,869
¿Desde que usted ha adquirido una relación comercial con la Cooperativa Acopagro su beneficio económico como socio afiliado ha mejorado?	45,37	81,206	-,044	,883
¿Se da un tratamiento especial con mejores condiciones de compra de parte de la Cooperativa	45,53	77,085	,311	,873

Al analizar la tabla de frecuencia del coeficiente Alfa de Cronbach si se suprime alguna de las preguntas para la variable de responsabilidad social empresarial y calidad de vida, sigue teniendo un grado de confiabilidad mayor el 86%, lo que permite concluir que el instrumento es fiable y hace mediciones estables y consistentes, también nos permite analizar que si se suprime la variable del indicador de actividades de la vida diaria o atención sanitaria, el grado de confiabilidad se incrementaría al 88.5%.

ANEXO 4: MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA ACOPAGRO LTDA.

CAPITULO I DE LOS ORGANOS DE GOBIERNO DE LA ASAMBLEA GENERAL DE DELEGADOS

Artículo 1.- Es la autoridad suprema de la cooperativa, constituida por 40 delegados elegidos por los socios. Se encarga de evaluar los sistemas administrativo, financiero y económico de la cooperativa, definiendo las políticas, objetivos y la normatividad pertinente, ejerciendo autoridad plena sobre toda la organización de la cooperativa.

Artículo 2.- Son funciones generales de la Asamblea General, las siguientes:

- a. Aprobar, modificar e interpretar el estatuto y los reglamentos que atañen a la marcha de la Cooperativa, así como resolver los problemas no previstos en la Ley General de Cooperativas.
- b. Examinar y/o disponer la gestión administrativa, financiera y económica de la Cooperativa, los estados financieros, memorias, informes de los Consejos, Comités y Gerencia General.
- c. Determinar el mínimo de aportaciones, fijar las dietas de los miembros de los Consejos, comités y/o comisiones por asistencia a sesiones y/o las asignaciones para gastos de representación determinando el monto de las mismas.
- d. Autorizar a propuesta del Consejo de administración la distribución de remanentes y excedentes, así como la tasa de intereses a pagar por las aportaciones totalmente canceladas, pudiendo disponer la capitalización de los excedentes e intereses.
- e. Nombrar y remover a los miembros de los Consejos de administración, vigilancia y a los miembros de los comités de educación, electoral. Así como a los representantes ante organismos de grado superior y ante otras organizaciones o entidades a la que esté asociado la Cooperativa.
- f. Pronunciarse sobre los objetivos generales de acción institucional cuando lo proponga el consejo de administración.
- g. Resolver sobre las reclamaciones y apelaciones de los socios contra los actos de los Consejos de administración y Vigilancia.
- h. Imponer las sanciones de suspensión o destitución al cargo directivo, o exclusión, según los casos al dirigente que con su acción, omisión o voto hubiera contribuido que la Cooperativa resulte responsable de infracciones a la Ley sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiese lugar.
- i. Acordar la transformación, fusión y disolución de la Cooperativa.
- j. Autorizar el monto máximo en porcentaje por el cual el consejo de administración sin

previa consulta a la asamblea general puede adquirir, enajenar o gravar los bienes o derechos de la Cooperativa.

- k. Ejercer cualquier otra atribución inherente a la Cooperativa que no fuere expresamente conferida por el Estatuto y que estén en la ley general de cooperativas.

DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Artículo 3.- El Consejo de Administración es uno de los Órganos Administrativos de mayor jerarquía de la entidad, como tal, fija la política general, aprueba la reglamentación interna, acuerda y aprueba los planes, programas y presupuestos así como toma conocimiento de los estados financieros.

El Consejo de Administración es el órgano permanente de dirección de la Cooperativa, cumple y hace cumplir sus acuerdos y los acuerdos de la Asamblea General y responde a éste de la organización y funcionamiento de la entidad. Es la máxima instancia administrativa para resolver los asuntos de carácter administrativo, laboral y judicial.

Asimismo, adopta las decisiones directivas requeridas para mantener operativa a la cooperativa en función a los planes estratégico fijados en sus políticas y metas estratégicas.

Artículo 4. - El Consejo de Administración es elegido por la Asamblea General y está conformado por un Presidente que es también el Presidente del Consejo, el Vicepresidente, el Secretario y un (01) miembro suplente. Su mandato y funcionamiento se rige por lo establecido en el Estatuto.

Artículo 5. - Constituyen funciones generales del Consejo de Administración entre otras, las siguientes:

- a. Cumplir y hacer cumplir la Ley, el estatuto, las decisiones de la asamblea general de delegados, los reglamentos internos y sus propios acuerdos.
- b. Designar y remover al Gerente cuando existen causales justificadas para ello.
- c. Aprobar, reformar e interpretar los reglamentos internos excepto de los del consejo de vigilancia y del comité electoral.
- d. Aprobar los planes y programas de desarrollo de la Cooperativa y sus presupuestos anuales para presentarlos a la asamblea general ordinaria.
- e. Controlar y evaluar periódicamente la ejecución presupuestal dictando medidas correctivas.
- f. Disponer el pago de las primas de los seguros que fueran necesarios.
- g. Aprobar en primera instancia la memoria, informes y los estados financieros preparados por la presidencia y Gerencia General y someterlos a la decisión de la asamblea general de delegados.
- h. Fijar los presupuestos de los límites máximos de los gastos para remuneraciones fijas y eventuales.

- i. Convocar a la asamblea general con determinación de su agenda y a elecciones anuales para elegir a los directivos de los órganos de gobierno.
- j. Proponer candidatos para delegados para organismos de grado superior ante la asamblea general de delegados, para su ratificación.
- k. Dirigir a la entidad de acuerdo a los planes, programas y presupuestos aprobados por la Asamblea General.
- l. Dar cumplimiento a las recomendaciones de la Asamblea General y del Consejo de Vigilancia dando cuenta de los resultados obtenidos.
- m. Aprobar los pactos colectivos y las condiciones económicas de los trabajadores sujetos a negociación colectiva.
- n. Aprobar las políticas de personal y remuneraciones, así como las contrataciones, ascensos y promociones del personal permanente y temporal del Cooperativa.
- o. Aprobar el Reglamento Interno de Trabajo, el Manual de Organización y Funciones, así como las normas internas que se emitan para el funcionamiento del Cooperativa.
- p. Aprobar los convenios y contratos con entidades nacionales e internacionales, de acuerdo con los dispositivos legales vigentes.
- q. Concertar créditos internos y/o externos para el financiamiento institucional.
- r. Establecer atribuciones y delegar funciones especiales a los funcionarios y cargos jefaturales de la Entidad.
- s. Otras funciones asignadas por la Asamblea General o que la Ley le faculte.

Artículo 6. - Constituyen funciones generales del Presidente del Consejo de Administración entre otras, las siguientes:

- a. Ejercer las funciones de representación institucional de la cooperativa, con excepción de las que correspondan al Gerente General
- b. Presidir las sesiones de asamblea general y del Consejo de Administración y los actos oficiales de la cooperativa, así como coordinar las funciones de los órganos de ésta;
- c. Ejercer las funciones de la Área hasta que asuma este cargo quien deba desempeñarla, de conformidad con el **Artículo 30** (incisos 5 y 6) de la Ley de cooperativas.
- d. Representar a la cooperativa ante las organizaciones cooperativas de grado superior, salvo disposición diferente del estatuto.
- e. Supervisar el funcionamiento de la Cooperativa observando y vigilando el fiel cumplimiento de la normatividad y de los acuerdos adoptados.
- f. Convocar a Asamblea General y a las sesiones del Consejo de Administración.
- g. Firmar con el Secretario el libro de actas de la Asamblea General y correspondencia oficial.
- h. Firmar con el Gerente General y el Contador los Estados Financieros de la Cooperativa.
- i. Formular conjuntamente con el Gerente los presupuestos y planes de la Cooperativa.
- j. Aperturar con el Gerente General cuentas bancarias, girar, endosar, aceptar, descontar y cancelar títulos – valores y todo tipo de contratos relacionados con la actividad de la

Cooperativa previo acuerdo del Consejo de Administración.

- k. Verificar que el Secretario de la Asamblea General y del Consejo de Administración elaboren correctamente, transcriba, distribuya, archive en el Archivo General de la Cooperativa las actas, acuerdos, agendas y documentación sustentatoria de las Asambleas y de las sesiones del Consejo de Administración. Igualmente que el Secretario mantenga un registro actualizado de los miembros de aquellos dos órganos.
- l. Ejercer las demás atribuciones que según la Ley de Cooperativas y el Estatuto no sean privativas de la Asamblea, del Consejo de Administración o de la Gerencia.

Artículo 7. - Constituyen funciones generales del vicepresidente del Consejo de Administración entre otras, las siguientes:

- a. Presidir el comité de educación, asimismo deberá desempeñar otras funciones que le encomiende el consejo de administración.
- b. Ejercer todas las funciones del presidente en caso de ausencia o por delegación de este o cuando lo disponga el consejo de administración, en caso de renuncia, separación o fallecimiento del titular.

Artículo 8. - Constituyen funciones generales del secretario del Consejo de Administración entre otras, las siguientes:

- a. Llevar al día los libros de actas de asambleas y sesiones del consejo de administración.
- b. Llevar al día el libro de registro de socios y el archivo correspondiente.
- c. Llevar el control de los delegados, que estén debidamente acreditados y el periodo de su mandato.
- d. Llevar el registro de concurrentes a asambleas.
- e. Firmar con el presidente la correspondencia así como las actas de asambleas generales y de sesiones del consejo de administración.
- f. Citar a sesiones del consejo de administración y redactar la convocatoria para asambleas suscribiéndola con el presidente.
- g. Transcribir los acuerdos y resoluciones de asambleas y del consejo de administración para el conocimiento del consejo de vigilancia, gerencia general, y comités en el término de cinco días hábiles
- h. Desempeñar otros deberes que le asigne el consejo de administración.

Artículo 9. - El miembro suplente es el reemplazante en forma jerárquica, correlativa y temporal de la vacante que se pudiera producir en el consejo de administración, además deberá presidir cualquier comisión y desempeñar cualquier función por encargo del consejo de administración.

CAPITULO II ÓRGANOS DE CONTROL DEL CONSEJO DE VIGILANCIA

Artículo 10. - Es el órgano fiscalizador de la cooperativa, actúa sin interferir ni suspender el ejercicio de las funciones ni actividades de los órganos fiscalizados. Está compuesto por tres miembros titulares y un suplente elegidos por la Asamblea General.

Artículo 11. - Constituyen funciones generales del Consejo de Vigilancia entre otras, las siguientes:

- a. Solicitar al consejo de administración y/o Gerencia General, informes sobre el cumplimiento de los acuerdos de la asamblea general, sobre el cumplimiento de las disposiciones legales, estatutarias y de los actos administrativos realizados.
- b. Fiscalizar que los fondos en caja, bancos y títulos y valores de la Cooperativa estén debidamente administrados y salvaguardados.
- c. Verificar la existencia y valorización de los activos fijos de la Cooperativa y especialmente de los que pudiera recibir de los socios en pago de sus aportaciones.
- d. Disponer, la realización de los arqueos, conciliaciones y auditorias, verificando su efectivizarían a fin de corregir desfases o desajustes.
- e. Investigar, opinar y comunicar al consejo de administración y/o a la asamblea general sobre las reclamaciones de los socios de la Cooperativa contra los órganos y/o funcionarios de esta.
- f. Vigilar el curso de los juicios en que la Cooperativa fuere parte.
- g. Hacer constar en las sesiones de asamblea general, las infracciones a la Ley o al estatuto.
- h. Proponer al consejo de administración las ternas de auditores externos, para ser contratados para la auditoria de estados financieros de la Cooperativa.
- i. Objetar los acuerdos de los órganos fiscalizados en cuanto fuesen incompatibles con la Ley, estatuto, reglamentos internos o las decisiones de la asamblea general..
- j. Someter a la decisión definitiva de la asamblea general las observaciones oportunamente comunicadas a los órganos fiscalizados y no aceptados por estas.
- k. Presentar a la asamblea general el informe de sus actividades y proponer las medidas necesarias para asegurar el correcto funcionamiento de la Cooperativa.

CAPITULO III ÓRGANOS CONSULTIVOS DEL COMITÉ ELECTORAL

Artículo 12. - Órgano autónomo y responsable de la organización, dirección, control, supervisión y desarrollo del proceso electoral de la Cooperativa. Su elección se realiza en la Asamblea General de Delegados por un período de tres años, el cargo es irrenunciable y durante su mandato los miembros no podrán postular a otros cargos asociativos.

Artículo 13. - Constituyen funciones generales del Comité Electoral entre otras, las siguientes:

- a. Elaborar, modificar o reestructurar el reglamento de los procesos de elecciones para la aprobación de la asamblea general.
- b. Conducir en forma autónoma el proceso electoral de acuerdo al reglamento de elecciones.
- c. Resolver previo post proceso eleccionario si algún candidato es materia de tacha.
- d. Proclamar a los candidatos electos y presidir el acto de juramentación.
- e. Aceptar la dimisión de sus miembros sólo en los casos de enfermedad grave o impedimento legal debidamente comprobado.

CAPITULO IV ORGANOS DE APOYO DEL COMITÉ DE EDUCACIÓN

Artículo 14. - Órgano encargado de la planificación y ejecución de las actividades de capacitación e información para los socios de la cooperativa. Su mandato y funcionamiento se rige por lo establecido en el Estatuto.

Artículo 15. - Constituyen funciones generales del Comité de Educación entre otras, las siguientes:

- a. Elaborar anualmente su plan de trabajo y presupuesto, correspondiente a las actividades de capacitación y difusión
- b. Desarrollar programas de capacitación técnico empresarial, dirigidos a los socios, directivos, delegados, trabajadores y funcionarios de la Cooperativa y la comunidad.
- c. Difundir entre los socios y la comunidad la doctrina y alcances del cooperativismo.
- d. Elevar el nivel educativo, cultural y social de los socios en la comunidad.
- e. Promover y apoyar la integración Cooperativa.
- f. Participar en la programación de los cursos de capacitación tendientes a aspectos tecnológicos agrícolas del Área técnica.
- g. Presentar al consejo de administración trimestralmente, un informe de sus actividades y el costo realizado.
- h. Servir de enlace entre los órganos de gobierno de la cooperativa.
- i. Promover la organización de comités o programas de desarrollo de la mujer y de la familia integrados por los socios de la cooperativa.

DE LOS ORGANOS DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL

CAPITULO I ORGANOS DE ALTA DIRECCION

GERENCIA GENERAL

Artículo 16. - La Gerencia General es el órgano de dirección de más alta jerarquía después del Consejo de Administración, cuya responsabilidad es lograr que la Cooperativa consiga los objetivos y metas estratégicas y operativas establecidas. La Gerencia General está a cargo del Gerente General y depende jerárquicamente del Consejo de Administración.

Artículo 17. - LINEAS DE AUTORIDAD, DEPENDENCIA Y COORDINACION

- a. Ejerce autoridad y Supervisión sobre todo los órganos administrativos que están bajo su línea de mando.
- b. Depende y reporta al Consejo de Administración sobre las decisiones inherentes a su cargo.
- c. Coordina con todos los órganos de la estructura asociativa, con todos los órganos administrativos de la estructura empresarial hasta el tercer nivel jerárquico.

Artículo 18. - El Gerente General es el responsable del planeamiento, organización, dirección general y supervisión de la empresa, dentro del marco y direccionalidad establecida por la asamblea general con responsabilidad inmediata ante el consejo de administración.

Artículo 19. - Son funciones y atribuciones de la Gerencia General las siguientes:

- a. Aplicar los lineamientos de política y estrategias de desarrollo institucional definidas por la Asamblea General.
- b. Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General de Delegados y del consejo de Administración.
- c. Ejecutar los programas y presupuestos de conformidad con los planes aprobados por el consejo de Administración y Asamblea General de Delegados.
- d. Coordinar la gestión gerencial con el consejo de Administración, así como apoyar la labor del consejo de Vigilancia.
- e. Coordinar las actividades de los Comités, en coordinación con el consejo de Administración.
- f. Asesorar a la Asamblea General de Delegados al consejo de Administración y a los Comités y participar en las sesiones de ellos, con derecho a voz y sin voto, excepto en el Comité Electoral.
- g. Solicitar la convocatoria a sesión del consejo de Administración.
- h. Observar aquellos acuerdos que infringen la Ley y el Estatuto y/o causen grave perjuicio a la cooperativa.

- i. Ejercer la representación legal y judicial de la cooperativa.
- j. Definir y/o proponer a la Asamblea General los objetivos de desarrollo institucional, así como las metas a corto, mediano y largo plazo.
- k. Planificar y dirigir la operatividad de los Sistemas Administrativos Productivos de la Cooperativa, buscando la optimización de los recursos financieros, materiales y humanos.
- l. Celebrar, ejecutar y aprobar los actos, contratos, la adquisición de bienes y contratación de servicios que sean necesarios para el normal funcionamiento de la Cooperativa.
- m. Contratar, promover, suspender y despedir a los trabajadores en los casos que corresponda de acuerdo a Ley.
- n. Firmar conjuntamente con el Presidente del Consejo de Administración las autorizaciones y/o cheques bancarios; con el Contador General los Estados Financieros de la Cooperativa; y con el Presidente del Consejo de Administración las documentaciones que sustente los egresos.
- o. Aplicar métodos, sistemas y procedimientos que favorezcan la elevación de la producción y productividad de los socios.
- p. Propiciar la mayor participación de los socios en el manejo gerencial de la Cooperativa.
- q. Promover y optimizar los programas de investigación agrícola, apoyo técnico y económico al socio y campesino, buscando el desarrollo sostenido del agro.
- r. Someter a consideración del Consejo de Administración la escala remunerativa de los trabajadores de la Cooperativa.
- s. Cumplir y hacer cumplir lo establecido en los documentos normativos de la Cooperativa.
- t. Representar a la cooperativa en organismos nacionales o internacionales, financieros y no financieros a fin de lograr las mejores condiciones para el crédito, procesamiento y comercialización de los productos.
- u. Dirigir la elaboración de los presupuestos generales y específicos y fundamentar ante el consejo de Administración y/o Asamblea General.
- v. Realizar los actos que les faculte la Ley General de Cooperativa, las normas legales vigentes del Sistema Cooperativo, el Estatuto y los Reglamentos Internos.
- w. Promover la aplicación de instrumentos modernos de gestión tales como las telecomunicaciones, calidad total, reingeniería, mercadotecnia, etc.

Artículo 20. - El rendimiento del Gerente General será evaluado por el Consejo de Administración, tomando en cuenta entre otros, los siguientes factores:

- a. Grado de cumplimiento de los acuerdos de la Asamblea General y del Consejo de Administración.
- b. Nivel de cumplimiento de los planes estratégicos y realización de los objetivos y metas de gestión de la Cooperativa.
- c. Nivel de desarrollo y consolidación de las finalidades de la Cooperativa, así como el posicionamiento en el sector o en la industria.

- d. Nivel de cumplimiento de las obligaciones de la Cooperativa tanto con los clientes y otras entidades públicas y privadas.
- e. Incremento de las aportaciones de los socios.
- f. Incremento del Patrimonio Neto.

Artículo 21. - Los requisitos mínimos para ocupar el cargo de Gerente General son las siguientes:

- a. Título profesional Licenciado en Administración, Contador, Economista y carrera afín a las actividades de la Cooperativa, con estudios de diplomados, maestría o doctorado, de preferencia en gestión de negocios, comercio exterior, etc.
- b. Dominio del idioma Inglés
- c. Dominio en el manejo de PC a nivel de usuario.
- d. Experiencia en puestos gerenciales mínimo de cinco (05) años.
- e. Número de plazas: uno (01)

CAPITULO II

ORGANOS DE CONTROL DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL

AUDITORIA INTERNA

Artículo 22.- La Unidad de Auditoría Interna está encargado de conducir, programar, evaluar y ejecutar las acciones de control de la gestión técnica, operativa, administrativa y financiera de la entidad de conformidad con la Legislación aplicable a las cooperativas, el Estatuto y los documentos normativos, está a cargo del Auditor Interno que efectúa la verificación de los resultados de la gestión de las diferente unidades conformantes de la Cooperativa en los aspectos, administrativos, económicos, financieros y contables, con el objeto de comprobar que las acciones que se realizaron se ajusten a los planes estratégicos y operativos aprobados por el consejo de administración, asimismo que las actividades que se desarrollaron deben estar ajustados a la normatividad vigente.

Artículo 23.- LINEAS DE DEPENDENCIA Y COORDINACION

- Depende del Gerente General, funcional y jerárquicamente del consejo de vigilancia.
- Coordina con los órganos de la estructura asociativa y empresarial de la cooperativa.

Artículo 24.- FUNCIONES GENERALES:

- a. Ejercer las acciones de controles internos concurrentes y posteriores en todas las áreas de la entidad.
- b. Proponer ante el consejo de vigilancia realizar la auditoría a los estados financieros.
- c. Preparar los informes de auditoría de gestión y operaciones resultantes de las acciones de control ejecutadas, y someterlas a la aprobación de los órganos de gobierno de la

Cooperativa.

- d. Sustentar ante la asamblea general las acciones de control realizados durante el ejercicio económico o cuando lo requiera los respectivos órganos de gobierno de la entidad.
- e. Conservar los documentos y papeles de trabajo sustentatorios de sus actividades en la debida forma y durante un plazo de acuerdo a los estatutos y la normatividad vigente.
- f. Controlar y verificar la ejecución de la política y el cumplimiento de metas por objetivos en concordancia con las normas vigentes, los estatutos y las órdenes derivadas de la Gerencia General.
- g. Evaluar y controlar el cumplimiento y recomendar la actualización de los convenios y contratos que comprometan la responsabilidad y bienes de la Cooperativa.
- h. Efectuar el seguimiento de medidas correctivas e informar al consejo de vigilancia para que estos den cuenta a la asamblea de delegados.
- i. Evaluar la calidad de los servicios que presta las diferentes áreas de la Cooperativa hacia los socios, en base a estándares de eficiencia y productividad.
- j. Evaluar selectivamente, la dinámica de los principales procesos y procedimientos a través de los cuales se lleva a cabo la ejecución de la administración, con la finalidad de medir eficiencia tanto en el tiempo como en su real utilización, recomendando su estudio inmediato para el perfeccionamiento y simplificación por el área técnica competente.
- k. Evaluar en toda su extensión y sin excepción, las principales adquisiciones de mayor envergadura económica y financiera tanto en bienes como de servicios. De igual forma deberá cumplir con evaluar las principales obras ejecutadas.
- l. Practicar auditorias, exámenes especiales e investigaciones en los campos económicos, financieros y administrativos de la Cooperativa, informando a los órganos de gobierno las observaciones y conclusiones que conduzcan a la adopción de medidas correctivas.
- ll. Practicar controles a los activos de la Cooperativa, evaluando el grado de compromiso en relación a obligaciones con terceros y la protección contra toda clase de pérdidas que existan sobre ellos.
- m. Practicar arqueos sorpresivos a toda clase de fondos y bienes, los mismos que incluyen a las diferentes áreas de la Cooperativa como son tesorería, responsables de manejo de fondos en efectivo y caja chica, centros de acopio, materias primas, productos en proceso, productos terminados, suministros diversos, cuentas por cobrar y pagar.
- n. Las demás atribuciones y funciones que le asignen sus superiores inmediatos.

Artículo 25.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del Auditor será evaluado por el Consejo de Vigilancia, tomando en cuenta los siguientes factores:

- a. Efectividad de los controles y de las recomendaciones sobre las áreas materia de examen.
- b. Utilidad de los resultados de las acciones de control, en beneficio de la mejora continua de la gestión Cooperativa.

- c. Calidad y efectividad del asesoramiento que brinde a la Cooperativa en aspectos de control.
- d. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones
- e. Consistencia, oportunidad y utilidad de los informes elaborados como consecuencia de las acciones de control.
- f. Criterio y buen trato aplicado en el desarrollo de su trabajo.

Artículo 26.- Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Auditor, son las siguientes:

- a. Profesional colegiado en contabilidad de preferencia con estudios de maestría o doctorado.
- b. Amplio conocimiento de los procedimientos de auditoría
- c. Amplio conocimiento de la legislación con énfasis en legislación cooperativa y tributaria.
- d. Conocimiento del idioma Inglés
- e. Dominio en el manejo de PC a nivel de usuario.
- f. Tener experiencia en puestos similares un mínimo de un (01) año.
- g. N° de plazas: uno (01)

CAPITULO III

DE LOS ORGANO DE APOYO DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL

ASISTENTE DE GERENCIA

Artículo 27. - La Asistente de Gerencia de la Gerencia General brinda asistencia administrativa, proyectando orden y buena imagen ante los socios y las diferentes personas que visitan el despacho de Gerencia General.

Artículo 28. - LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende y reporta al Gerente General sobre las decisiones inherentes a su cargo.

Artículo 29. - FUNCIONES ESPECÍFICAS

- a. Brindar apoyo secretarial a la Gerencia General.
- b. Tomar dictados diversos, redactar, proveer, y hacer despacho con el Gerente.
- c. Guardar estricta y absoluta reserva de las documentaciones e informaciones por ser éstas de carácter confidencial.
- d. Proporcionar información escrita a los socios y terceras personas con autorización del Gerente General.
- e. Elaborar el pedido de materiales y útiles de oficina del despacho en forma mensual y distribuirlo al personal del área.
- f. Participar en la conducción y ejecución de las acciones de relaciones públicas, comunicación y difusión.
- g. Recepcionar, registrar y distribuir, de acuerdo a su naturaleza, la documentación que ingrese a la Gerencia General.
- h. Organizar, codificar, archivar y mantener debidamente actualizados y protegidos los

archivos documentales y magnéticos de la Gerencia General.

- i. Llevar el registro de entradas y salidas de la documentación en general mediante un documento de cargos.
- j. Atender, efectuar y controlar las llamadas telefónicas.
- k. Concertar las citas y/o reuniones de trabajo que requiera el Gerente General estableciendo la agenda respectiva.
- l. Atender a funcionarios, trabajadores y visitantes que deseen entrevistarse con el Gerente General.
- m. Coordinar la atención de cafetería en ocasión de las sesiones de Gerencia.
- n. Coordinar y obtener los pasajes, la documentación oficial de viajes al exterior o interior del País.
- o. Redactar proyectos de comunicaciones escritas a ser emitidas por el Gerente General.
- p. Efectuar el seguimiento de los documentos remitidos a diversas entidades por el Gerente General.
- q. Elaborar y efectuar el seguimiento de la agenda de actividades del Gerente General.
- r. Efectuar la recepción y envío de correspondencia físico y a través de correo electrónico.
- s. Brindar apoyo administrativo, a las unidades de acopio de cacao y otros productos.
- t. Realizar las demás funciones que le asignen en forma verbal o escrita sus superiores inmediatos.

Artículo 30. - FACTORES DE EVALUACIÓN

El rendimiento del asistente administrativo será evaluado por el Gerente General, tomando en cuenta los siguientes factores:

- a. Efectividad y oportunidad del apoyo secretarial brindado a la Alta Dirección.
- b. Buen trato y esmero en la atención de visitantes o personal de otras áreas.
- c. Grado de puntualidad, pulcritud y presentación de los trabajos propios de su puesto
- d. Organización y orden en la administración de la documentación referida a la Gerencia General.
- e. Iniciativa relacionado a la innovación de procedimientos de trabajo de su área
- f. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 31. - PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el puesto de asistente administrativo, son las siguientes:

- a. Estúdios o título de Secretariado.
- b. Dominio de ofimática y programas específicos.
- c. Conocimientos básicos de la normatividad sobre comprobantes de pago
- d. Experiencia mínima de dos (02) años en el desempeño de puestos o funciones similares.
- e. Número de plazas en el puesto: uno (1).

OFICINA DE CONTABILIDAD

Artículo 32.- Es el órgano responsable de programar, conducir y controlar a las diferentes unidades de apoyo de la cooperativa, cumple con planificar, organizar, dirigir, supervisar y evaluar los procesos y los sistemas de contabilidad de la cooperativa, formulando los estados financieros y demás informaciones de carácter contable. Está a cargo del Contador General.

Artículo 33.- LINEAS DE AUTORIDAD, DEPENDENCIA Y COORDINACION.

- Ejerce autoridad sobre el personal del área que lo conforman.
- Depende de la Gerencia General.
- Realiza coordinaciones con los diferentes órganos de la estructura asociativa y con los órganos de línea u operativos.

Artículo 34.- Son funciones y atribuciones del Contador General las siguientes:

- a. Planificar, organizar, coordinar, dirigir, ejecutar, controlar, evaluar y supervisar las actividades y los procesos técnicos de contabilidad y su archivo documentario de la Cooperativa, de conformidad con normatividad vigente.
- b. Implementar y dar cumplimiento las recomendaciones formuladas por los órganos de control, originadas de los procesos de auditoría
- c. Gestionar la disponibilidad de recursos financieros para el pago de las obligaciones de la entidad.
- d. En coordinación con la dependencia designada cautelar el patrimonio de la Cooperativa, administrar y mantener actualizado el inventario físico valorado de bienes activos de la entidad y disponer la ejecución de los inventarios físicos.
- e. Formular y proponer a la Gerencia General los lineamientos de política para el adecuado funcionamiento de los Sistemas Administrativos.
- f. Administrar las pólizas de seguro contratadas por la Cooperativa.
- g. Proveer de informaciones e indicadores de gestión a la Gerencia General y a toda la organización.
- h. Dirigir los procesos de contabilización financiera de conformidad a los Principios de Contabilidad y las normas legales aplicables a las cooperativas.
- i. Organizar el registro contable de las transacciones sistematizándolo de acuerdo las necesidades de información de la entidad.
- j. Controlar que se mantenga actualizado la sistematización de la contabilidad así como el archivo contable con la documentación sustentatoria.
- k. Dirigir las conciliaciones de la información contable de todas las partidas o cuentas de los Estados Financieros.
- l. Efectuar o implementar la integración sistematizada de las informaciones contables de las

diferentes áreas de entidad con el objeto de disponer de los Estados Financieros en los plazos que requieran los diferentes usuarios.

- m. Analizar y presentar los Estados Financieros en forma completa y oportuna.
- n. Velar por la oportuna rendición de cuenta de los desembolsos para atender gastos, costos e inversiones, con la finalidad de elaborar las liquidaciones de impuestos
- o. Atender auditorias y otras acciones de control con relación a las funciones de su competencia.
- p. Planificar, organizar, supervisar y evaluar el pago de obligaciones.
- q. Verificar la documentación sustentatoria de la adquisición de bienes y servicios y de otros documentos de gastos que sustente los registros contables.
- r. Planear, organizar, dirigir, supervisar y evaluar las acciones relacionadas a la administración de los tributos.
- s. Supervisar los bienes patrimoniales de la Cooperativa que estén a su cargo.
- t. Dar el visto bueno a la documentación contable previo al ingreso a los sistemas contables.
- u. Realizar las liquidaciones de tributos, preparar las declaraciones tributarias y cumplir con la presentación y pago de los mismos a las diferentes entidades acreedoras en concordancia con las normas tributarias vigentes.
- v. Elaborar las planillas de remuneraciones y sus respectivas boletas de pago, así como, preparar las liquidaciones de beneficios sociales, gratificaciones, bonificaciones, y otros beneficios del personal.
- w. Las demás funciones que le sean asignadas por la Gerencia General.

Artículo 35.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del Contador General será evaluado por el Gerente General, tomando en cuenta los siguientes factores:

- a. Grado de cumplimiento de los objetivos y metas del área a su cargo.
- b. Oportunidad, calidad y eficiencia de los servicios que brinde a las demás órganos de la Cooperativa.
- c. Habilidad para mantener en la Cooperativa un adecuado clima organizacional, así como la debida motivación entre los trabajadores.
- d. Habilidad para coordinar con los funcionarios y trabajadores del Cooperativa, así como con proveedores o funcionarios de otras entidades, en el cumplimiento de las funciones que le competen.
- e. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones.
- f. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 36.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Contador General, son las siguientes:

- a. Contador Público Colegiado de preferencia con estudios de maestría

- b. Estudios de especialización o diplomado en contabilidad de gestión y tributación.
- c. Sólidos conocimientos de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, de la legislación cooperativa y tributaria
- d. Capacidad demostrada en el planeamiento tributario
- e. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- f. Conocimiento del idioma Inglés
- g. Capacidad de trabajo en ambientes bajo presión
- h. Experiencia mínima de dos (02) años en el desempeño de puestos similares.
- i. Sólidos conocimientos sobre gestión cooperativa.
- j. Número de plazas: Uno(01)

Artículo 37.- ASISTENTE DE CONTABILIDAD

Es el responsable de la contabilidad financiera, de las aplicaciones correctas de los Principios de Contabilidad y de la legislación relativas a la contabilidad financiera.

Artículo 38.- LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende del Contador General.
- No ejerce supervisión.

Artículo 39.- Son funciones de Asistente de Contabilidad, las siguientes:

- a. Elaborar, analizar y registrar operaciones financieras, conciliaciones contables para los Estados Financieros.
- b. Elaborar y presentar los balances trimestrales y anuales, así como los demás estados financieros de la entidad dentro de su competencia.
- c. Recepcionar, procesar y tramitar la documentación contable.
- d. Conciliar todas las cuentas de los Estados Financieros.
- e. Realizar el registro de los comprobantes de costos, gastos e inversión de la Cooperativa.
- f. Mantener actualizados el Plan de Cuentas acorde a los requerimientos de la información contable.
- g. Mantener actualizado los procedimientos contables en armonía con el desarrollo de los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- h. Controlar y registrar recibos por honorarios profesionales y sus respectivas retenciones.
- i. Preparar las informaciones tributarias.
- j. Efectuar las conciliaciones bancarias de los movimientos de las Cuentas Corrientes y el Libro de Bancos a efectos de establecer los saldos disponibles y regularizar las diferencias
- k. Realizar el control de los pagarés.
- l. Coordinar y ejecutar la oportuna transferencia de fondos necesarios para los pagos que tuviera que efectuar la cooperativa.
- m. Verificar y realización de nota contable liquidación de caja moneda nacional, moneda

extranjera y caja chica de la cooperativa.

- n. Realizar el control de exportaciones, de los servicios de transportes y nota contable de la misma.
- o. Realizar las demás funciones que le asigne el Contador General.

Artículo 40.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del responsable de Asistente de Contabilidad será evaluado por Contador General y podrá ser determinada teniendo en cuenta los siguientes factores:

- a. Habilidad y capacidad para solucionar problemas emergentes relacionados a las actividades a su cargo.
- b. Cumplimiento de los objetivos y metas.
- c. Grado de conocimiento y solvencia técnica referente a los procedimientos de trabajo del sistema de contabilidad financiera.
- d. Iniciativa relacionada a la innovación de procedimientos de trabajo.
- e. Grados, títulos, capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 41.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Asistente de Contabilidad, son las siguientes:

- a. Bachiller en Contabilidad y/o Técnico en Contabilidad.
- b. Sólidos conocimientos de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados,
d
e la legislación cooperativa y tributaria
- c. Capacidad demostrada en el planeamiento tributario
- d. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- e. Capacidad de trabajo en ambientes bajo presión
- f. Experiencia mínima de dos (02) años en el desempeño de puestos similares.
- g. N° de plazas en el puesto: uno (1).

OFICINA DE TESORERIA

Artículo 42.- Es la unidad orgánica encargado de la administración del flujo financiero de ingresos y egresos previa verificación de la consistencia de las autorizaciones, así como del manejo racional de los efectivos y especies valoradas de la Cooperativa, está a cargo del Cajero y/o Cajera.

Artículo 43.- LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende Gerencia General.
- Ejerce supervisión sobre personal a su cargo.

Artículo 44.- FUNCIONES ESPECÍFICAS

- a. Programar, dirigir, ejecutar, coordinar, controlar y registrar las actividades de ingresos y egresos.
- b. Proporcionar en forma oportuna y eficaz los recursos financieros a las diferentes áreas de la entidad para la consecución de sus metas.
- c. Recepcionar y obtener los ingresos correspondientes por diversos conceptos, como son ventas, cobranzas, préstamos obtenidos, donaciones y transferencias recibidas previa verificación de las documentaciones e informaciones que los sustente.
- d. Recepcionar, ubicar, controlar y custodiar dinero en efectivo, especies valoradas. y demás valores de la Cooperativa.
- e. Ejecutar las actividades de programación de caja, recepción, ubicación y custodia de fondos, así como la distribución y utilización de los mismos.
- f. Ejecutar y controlar los pagos a proveedores, planillas y demás obligaciones contraídas por la Cooperativa, respetando el debido procedimiento y la programación, revisando y fiscalizando previamente toda documentación que sustente los egresos.
- g. Custodiar las chequeras en bóveda de la Cooperativa, así como girar para pagar y/o entregar los cheques a los beneficiarios y controlar los cheques pendientes de pago y anulados.
- h. Coordinar e informar diaria y mensualmente el consolidado de la información de la ejecución de ingresos y egresos.
- i. Determinar y proponer, las políticas a seguir en materia de normas y medidas administrativas que permitan el funcionamiento dinámico y eficaz de la unidad de Caja.
- j. Atender auditorias y otras acciones de control con relación a las funciones de su competencia.
- k. Velar por el buen uso de los activos fijos que se encuentran a su cargo.
- l. Manejar los sistemas informáticos que se utilizan para realizar el control de Cta. Cte. en Bancos, así como, negociar el mejor tipo de cambio con las entidades financieras.
- m. Atender al personal, los socios y acopiadores con la asignación de los fondos necesarios para el acopio de granos de cacao y otros productos que produzcan los socios y agricultores.
- n. Manejar los fondos de caja chica y su rendición oportuna de la misma ante la Gerencia para su debida reposición.
- o. Realizar el control de pagos de créditos, amortizaciones en las Cta. Cte. de parte de los socios, trabajadores de la cooperativa y realizar las conciliaciones respectivas.
- p. Controlar los vencimientos y el cronograma de pagos de los financiamientos, así como, informar a la Gerencia los saldos disponibles de liquidez
- q. Pagar las devoluciones de aportaciones a los socios renunciantes en efectivo y/o giro de

cheques.

- r. Asignar funciones al personal a su cargo.
- s. Efectuar otras funciones que le asigne la Gerencia General.

Artículo 45.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento de tesorería será evaluado por la Gerencia General y podrá ser determinada teniendo en cuenta, entre otros, por los siguientes factores:

- a. Habilidad y capacidad para solucionar problemas emergentes relacionados a las actividades a su cargo.
- b. Cumplimiento de los objetivos y metas.
- c. Veracidad, exactitud y oportunidad de la información sobre el manejo de fondos y su proceso para obtener óptimos resultados.
- d. Calidad y suficiencia de los servicios de Oficina de Caja.
- e. Grado de conocimiento y solvencia técnica referente a los procedimientos de trabajo del sistema de tesorería.
- f. Iniciativa relacionada a la innovación de procedimientos de trabajo.
- g. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 46.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Tesorería, son las siguientes:

- a. Bachiller en Contabilidad, administración, economía y/o Técnica en Contabilidad o profesión a fin.
- b. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- c. Capacidad de trabajo en ambientes bajo presión
- d. Experiencia mínima de dos (02) años en el desempeño de puestos similares.
- e. N° de plazas en el puesto: Uno (1).

Artículo 47.- ASISTENTE DE TESORERÍA

Es el responsable de apoyar al tesorero (a) en las funciones que le asigne.

Artículo 48.- LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende de jefatura de Tesorería.
- No ejerce supervisión.

Artículo 49.- Son funciones de Asistente de Tesorería, las siguientes:

- a. Sistematización de la documentación sustentatoria de caja chica, para su posterior reposición.
- b. Apoyar en el llenado de los recibos de distribución de fondos para luego el dinero ser

entregado a los responsables de los centros de acopio personalmente, y/o a través de los técnicos de campo o personal de la cooperativa.

- c. Digitar el control de las distribuciones de fondos a los centros de acopio.
- d. Archivar las cobranzas diarias de créditos.
- e. Llevar el control de los cheques girados de las cuentas bancarias.
- f. Efectuar depósitos y retiros de las cuentas bancarias, por encargo de tesorería.
- g. Pagar la compra de granos de los centros de acopio de Chambira, Porvenir y la Victoria, con los fondos distribuidos para los mencionados centros de acopios, el mismo que será supervisada por el órgano de control interno.
- h. Otras funciones asignadas por la jefatura de tesorería.

Artículo 50.- FACTORES DE EVALUACIÓN

El rendimiento del asistente de tesorería será evaluado por su jefe inmediato, teniendo en cuenta:

- a. Calidad y suficiencia de los servicios.
- b. Iniciativa relacionada a los procedimientos de trabajo.
- c. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 51.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de asistente de Tesorería, son las siguientes:

- a. Estudios de secundaria completa y/o técnica relacionado a contabilidad y/o administración.
- b. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- c. Capacidad de trabajo en ambientes bajo presión
- d. N° de plazas en el puesto: Uno (1).

OFICINA DE CRÉDITOS

Artículo 52.- Unidad encargada del manejo operativo de los créditos dirigidos tanto a socios y trabajadores de la Cooperativa con los fondos de la cooperativa.

Artículo 53.- LÍNEA DE DEPENDENCIA Y COORDINACIÓN

- Depende de Gerencia General.
- Coordina con los diferentes órganos en cumplimiento de sus funciones.

Artículo 54.- FUNCIONES ESPECÍFICAS

- a. Programar, dirigir, ejecutar, coordinar, controlar y registrar las actividades de créditos.
- b. Cumplir con los acuerdos de otorgamiento de créditos aprobados por el comité de Créditos.
- c. Elaborar los contratos de préstamos, llenar correctamente los pagarés, letras de cambio y

elaborar los cronogramas de pagos respectivos.

- d. Elaborar informes respecto a los créditos retrasados y/o pendientes de pago por parte de los socios y/o trabajadores de la cooperativa.
- e. Diseñar productos financieros y la operatividad para el funcionamiento adecuado.
- f. Las demás funciones que le asignen Gerencia General.

Artículo 55.- El rendimiento del responsable de créditos será evaluado por el Gerente General y podrá ser determinada teniendo en cuenta, entre otros, por los siguientes factores:

- a. Habilidad y capacidad para solucionar problemas emergentes relacionados a las actividades a su cargo.
- b. Cumplimiento de los objetivos y metas.
- c. Calidad en la atención de los usuarios de los créditos.
- d. Grado de conocimiento y solvencia técnica referente a los procedimientos de trabajo del sistema de tesorería.
- e. Iniciativa relacionada a la innovación de procedimientos de trabajo.
- f. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 56.- Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto del responsable de créditos, son las siguientes:

- a. Profesional en administración, economía o contabilidad o profesión afín, con estudios de especialización en finanzas o tesorería.
 - b. Sólidos conocimientos de gestión de créditos.
 - c. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
 - d. Capacidad de trabajo en ambientes bajo presión
 - e. Experiencia mínima de tres (03) años en el desempeño de puestos similares.
- a. N° de plazas en el puesto: Uno (1).

OFICINA DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL

Artículo 57.- Es la Unidad Orgánica encargada de promover el fortalecimiento de la organización mediante promoción de la imagen institucional, capacitaciones técnicas a través de charlas, talleres, cursos, seminarios y otros a los comités sectoriales, directivos, delegados y colaboradores de la cooperativa; trabajos que serán realizados en coordinación con el Comité de Educación. Al responsable de la Oficina se le denominará Gerente de Organización.

Artículo 58.- LÍNEAS DE DEPENDENCIA Y COORDINACIÓN

- Depende de Gerencia General.
- Coordina con los diferentes órganos en cumplimiento de sus funciones, como son:

- a. Comité de Educación, para la ejecución del programa de visitas y salidas al campo para dar charlas de información de actividades importantes a los socios; cursos de capacitación a delegados, directivos y personal administrativo.
- b. Gerencia Técnica, para charlas y visitas al campo para dar asistencia técnica a los agricultores.
- c. Gerencia de Acopio, para la organización de actividades con los socios, charlas técnicas entre otros.

Artículo 59.- Son funciones específicas del Gerente de Organización las siguientes:

- a. Difundir la misión, visión y objetivos estratégicos de la Cooperativa a nivel interno y en las diversas localidades en donde la institución brinda sus servicios.
- b. Coordinar y administrar las relaciones y convenios de cooperación externa.
- c. Coordinar con los órganos involucrados y con los responsables de las oficinas de acopio y sucursales de la Cooperativa las campañas médicas, asistencia social, capacitaciones y otras actividades de fortalecimiento a realizar con la finalidad de fortalecer la identidad del asociado, captar nuevos socios y clientes.
- d. Atender y coordinar reuniones con los delegados de los comités sectoriales de la cooperativa a solicitud de estas con la finalidad de realizar capacitaciones, charlas informativas respecto a los logros y gestiones que viene realizando la empresa.
- e. Promocionar la imagen institucional de la cooperativa, vía charlas corporativas y mediante la utilización de los diversos medios de comunicación.
- f. Verificar y gestionar la aprobación por parte de la Gerencia de la información, comunicaciones y similares de prensa y propaganda, antes de su impresión, publicación o divulgación.
- g. Organizar y coordinar las conferencias de prensa solicitadas por la Gerencia y el Consejo de Administración.
- h. Coordinar con los medios de comunicación, periodistas, reporteros, agencias de publicidad y otros, las actividades de imagen, promoción y publicidad que se han planificado desarrollar para el año.
- i. Realizar diagnóstico sobre clima laboral de la institución, y proponer las mejoras necesarias.
- j. Organizar cursos y seminarios talleres de capacitación para los trabajadores administrativos y de la Cooperativa.
- k. Dirigir y ejecutar la elaboración de boletines, afiches, trípticos y material de divulgación de las actividades diversas que la cooperativa viene realizando o se proyecta realizar.
- l. Coordinar la recepción a delegaciones visitantes y clientes que tienen interés de conocer la cooperativa.
- m. Facilitar información sobre datos generales de la cooperativa a estudiantes y al público en general cuando los soliciten con carta dirigida a Presidencia del Consejo de Administración, cumpliendo así el valor del compromiso social que tiene la cooperativa.

- n. Organizar y coordinar las ceremonias y fiestas por aniversarios de la cooperativa, onomásticos del personal y directivos, desfiles cívicos y todas fechas cívicas que nuestra institución considere importantes.
- o. Organizar las actividades de proyección institucional (Capacitación, asistencia médica, asistencia técnica de crianza de animales), en coordinación con las demás áreas, con la finalidad de consolidar la imagen de la cooperativa.
- p. Ejercer las demás funciones que le asigne la Gerencia.

Artículo 60.- FACTORES DE EVALUACIÓN

El rendimiento del Gerente de Fortalecimiento Institucional será evaluado por la Gerencia, tomando en cuenta, los siguientes factores:

- a. Número de seminarios y charlas de capacitación otorgadas, tanto a socios, delegados, directivos y al personal rentado de la cooperativa.
- b. Oportunidad y efectividad en la presentación de trabajos que se le asigne.
- c. Efectividad y calidad de organización de las actividades que realice en bienestar de la Cooperativa.
- d. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones.
- e. Calidad e innovación de procesos y procedimientos para mejorar la efectividad de sus funciones en su ámbito de trabajo.
- f. Criterio y buen trato aplicado en el desarrollo de su trabajo.

Artículo 61.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el puesto de Gerente de Organización, son las siguientes:

- a. Título Profesional en Administración de Empresas, Sociología o Ingeniero Agrónomo o profesión afín.
- b. Tener una experiencia mínima de un (01) años en el desempeño de puestos similares.
- c. Sólidos conocimientos sobre fortalecimiento institucional.
- d. Conocimiento en planificación y organización de programas de capacitación.
- e. Ser proactivo y comprometido con la empresa
- f. Fomentar el trabajo en equipo.
- g. Tener cualidades personales como habilidad de relaciones interpersonales, orientación al logro y cooperación.
- h. Dominio en el manejo de PC a nivel de usuario.
- i. N° de plazas en el puesto: uno (1).

CAPITULO IV

DE LOS ÓRGANO DE LINEA DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL

DEPARTAMENTO TÉCNICO

Artículo 62.- El departamento técnico es la responsable de investigación y promoción agrícola, para el mejoramiento de las especies de cacao y otros productos agrícolas, así como el manejo adecuado de técnicas e insumos de tipo curativo y preventivo de enfermedades, plagas y otros elementos nocivos para los cultivos. Está a cargo del Gerente Técnico.

Artículo 63. LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende del Gerente General.
- Ejerce supervisión del personal a su cargo.

Artículo 64.- Son funciones del Gerente del Departamento Técnico, las siguientes:

- a. Brindar asistencia técnica directa a los agricultores a fin de elevar la productividad.
- b. Realizar una gradual transferencia de tecnología a fin de elevar la producción y productividad de los terrenos de cultivo de cacao.
- c. Orientar en el manejo adecuado del beneficio del cacao a fin de garantizar calidad.
- d. Capacitar y supervisar en el manejo adecuado del control de plagas y enfermedades.
- e. Formación y/o capacitación de Promotores Agrícolas, a fin de garantizar la transferencia de tecnología en forma permanente.
- f. Brindar asesoría técnica al Programa de Producción Orgánica conformado por socios de la entidad, para la producción y comercialización de cacao orgánico.
- g. Supervisar a los agricultores pertenecientes al Programa Orgánico y a las diferentes áreas que intervienen en el proceso productivo de productos orgánicos así como el cumplimiento y monitoreo de las normas de producción ecológica de las certificadoras.
- h. Proponer los métodos adecuados para el acopio de cacao.
- i. Dirigir la preparación y uso de abonos orgánicos y biocidas.
- j. Investigar y dirigir la ejecución del control biológico de plagas y enfermedades.
- k. Asesorar y capacitar a los agricultores ecológicos en la conducción de conversión de la agricultura convencional a la agricultura orgánica.
- l. Coordinar las acciones de trabajo en el marco del comercio justo, gestionar las certificaciones, supervisar el cumplimiento o exigencias de las certificadoras del comercio justo.
- m. Brindar asistencia técnica dirigida en sistemas de producción ecológica mediante:
 1. Cursos Talleres.
 2. Visitas técnicas individuales.
 3. Días de campo con charlas técnicas.

Artículo 65.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del Gerente del Departamento Técnico será evaluado por el Gerente General, y podrá ser determinada teniendo en cuenta los siguientes factores:

- a. Grado de cumplimiento de los objetivos y metas del departamento a su cargo.
- b. Oportunidad, calidad y eficiencia de los servicios que el departamento brinde a los socios y no socios de la Cooperativa.
- c. Habilidad para mantener en la Cooperativa un adecuado clima organizacional, así como la debida motivación.
- d. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones.
- e. Conocimiento del idioma Inglés.
- f. Grados, títulos, capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 66.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Gerente del departamento técnico, son las siguientes:

- a. Título de Ingeniero Agrónomo, Ciencias Agropecuarias o profesión a fin al puesto, o con estudios de especialización en Agricultura.
- b. Amplio conocimiento sobre la calidad del cacao y otros productos agrícolas.
- c. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- d. Capacidad para trabajar jornadas intensas y en ambientes bajo presión.
- e. Experiencia mínima de tres (03) años en puestos similares.
- f. Conocimiento del idioma Inglés.
- g. N° de plazas en el puesto: uno (1).

DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

Artículo 67.- El departamento de comercialización es la responsable de planificar, organizar, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades relacionados a la cadena de comercialización de la materia prima y productos terminados que la Cooperativa comercializa o produce. Está a cargo del Gerente de Comercialización.

Artículo 68.- LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende del Gerente General.
- Ejerce supervisión del personal a su cargo.

Artículo 69.- Son funciones del Gerente del Departamento de Comercialización, las siguientes:

- a. Planificar, organizar, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de

comercialización de los bienes y/o servicios que produce la Cooperativa.

b. Elaborar y distribuir los planes de venta y proveer de informaciones e indicadores de ventas a toda la organización.

c. Gestionar o ejecutar las actividades de comercio exterior de la empresa, como son los contactos con los clientes y/o proveedores, transporte, procedimientos aduaneros y otras acciones que son propias del comercio exterior.

d. Organizar, supervisar y controlar la recepción, almacenamiento, distribución y despacho de los productos de exportación.

e. Diseñar y gestionar el modelo de distribución física de productos a clientes a nivel nacional e internacional. El mismo que se inicia con la recepción de productos, el almacenamiento, la preparación de pedidos, la administración y programación del transporte, hasta el control de la entrega de pedidos a los clientes.

f. Planificar, organizar y ejecutar las actividades de promoción, difusión y propaganda de los productos, estableciendo estrategias de producto, precio, distribución y promoción de todas las marcas que comercializa la Cooperativa.

g. Establecer las directivas de la gestión de ventas que permitan lograr los objetivos de volumen, cobranza, distribución y mercadeo para cada una de las marcas de la Cooperativa.

h. Administrar, controlar y supervisar los recursos económicos, materiales y personal asignados a su área.

i. Incorporar valor agregado a los procesos que aseguren la excelencia en la satisfacción de los clientes internos y externos; logrando así niveles de servicio que contribuyan al incremento de las ventas y al retorno de la inversión.

j. Realizar investigación de mercados, pronóstico de la demanda y proponer a la Gerencia General las alternativas que considere pertinente.

k. Investigar y elaborar informes técnicos sobre el comportamiento comercial internacional del cacao y sus derivados, que la Cooperativa pueda comercializar.

l. Participar en eventos nacionales e internacionales relacionados a los productos que comercializa

m. Administrar los bienes patrimoniales de la Cooperativa dentro de su área, así como velar por el buen uso y mantenimiento de los mismos.

n. Distribuir los fondos a los centros de Acopio y efectuar los cierres mensuales en los distintos centros de acopio de la Cooperativa.

o. Supervisar el llenado, cocido y estampado de los sacos de cacao, para su posterior venta.

p. Realizar las demás funciones y atribuciones inherentes a su cargo, que le asigne el Gerente General.

Artículo 70.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del Jefe de Comercialización será evaluado por el Gerente General, y podrá ser determinada teniendo en cuenta los siguientes factores:

a. Grado de cumplimiento de los objetivos y metas del departamento a su cargo.

- b. Oportunidad, calidad y eficiencia de los servicios que el departamento brinde a los clientes de la Cooperativa.
- c. Habilidad para mantener en la Cooperativa un adecuado clima organizacional, así como la debida motivación.
- d. Habilidad para coordinar con los funcionarios y trabajadores de la Cooperativa, así como con los clientes o funcionarios de otras entidades, en el cumplimiento de las funciones que le competen.
- e. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones.
- f. Conocimiento del idioma Inglés.
- g. Grados, títulos, capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 71.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Jefe de Comercialización, son las siguientes:

- a. Profesional Titulado en Administración, Gestión Empresarial, Comercio internacional u profesión afín
- b. Sólidos conocimientos de negocios internacionales.
- c. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- d. Capacidad para trabajar jornadas intensas y en ambientes bajo presión.
- e. Experiencia mínima de tres (03) años en puestos similares.
- g. N° de plazas en el puesto: uno (1).

DEPARTAMENTO DE ACOPIO

Artículo 72. - El departamento de Acopio es la responsable de planificar, organizar, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades relacionados al acopio de las materias primas, de los diferentes centros de acopio. Está a cargo del Gerente de Acopio.

Artículo 73. - LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende del Gerente General.
- Ejerce supervisión del personal a su cargo.

Artículo 74. - Son funciones del Gerente de Acopio, las siguientes:

- a. Planificar, organizar, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de acopio de la materia prima, que producen los socios de la Cooperativa.
- b. Elaborar y distribuir las rutas de acopios de la materia prima.
- c. Elaborar y proveer de informaciones estadísticas de acopio de materias primas a la Gerencia General.
- d. Organizar, supervisar y controlar la recepción y almacenamiento de los productos adquiridos para la venta interna y/o exportación.

- e. Planificar, organizar y ejecutar las actividades de promoción, difusión y propaganda de las ventajas comparativas de los productos orgánicos a adquirir, estableciendo estrategias de mejor precio y promoción de todas las variedades de materias primas que adquiere la Cooperativa.
- f. Administrar, controlar y supervisar los recursos económicos, materiales y personal asignados a su área.
- g. Administrar los bienes patrimoniales de la Cooperativa dentro de su área, así como velar por el buen uso y mantenimiento de los mismos.
- h. Solicitar la distribución de los fondos a los centros de Acopio y efectuar los cierres mensuales en los distintos centros de acopio de la Cooperativa.
- i. Supervisar y seleccionar la materia prima para su posterior llenado, cocido y estampado de los sacos de cacao por parte del departamento de comercialización.
- j. Realizar las demás funciones y atribuciones inherentes a su cargo, que le asigne el Gerente General.

Artículo 75. – FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del Gerente de Acopio será evaluado por el Gerente General, y podrá ser determinada teniendo en cuenta los siguientes factores:

- a. Grado de cumplimiento de los objetivos y metas del departamento a su cargo.
- b. Oportunidad, calidad y eficiencia de los servicios que el departamento brinde a los socios de la Cooperativa.
- c. Habilidad para mantener en la Cooperativa un adecuado clima organizacional, así como la debida motivación.
- d. Habilidad para coordinar con los funcionarios y trabajadores de la Cooperativa, así como con los socios o funcionarios de otras entidades, en el cumplimiento de las funciones que le competen.
- e. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones.
- f. Grados, títulos, capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 76. – PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Gerente de Acopio, son las siguientes:

- a. Profesional titulado y/o técnico especializado en el área a fin.
- b. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- c. Capacidad para trabajar jornadas intensas y en ambientes bajo presión.
- d. Experiencia mínima de tres (03) años en puestos similares.
- e. N° de plazas en el puesto: uno (1).

Artículo 77.- EXTENSIONISTA

El extensionista es el encargado de brindar apoyo técnico a los asociados productores de cacao

y otros cultivos.

Artículo 78.- UBICACIÓN Y DEPENDENCIA

- Depende de la Gerencia de Acopio
- No ejerce supervisión.

Artículo 79.- FUNCIONES ESPECÍFICAS.

- a. Participar en la distribución de fondos para acopio de cacao y otros productos, el mismo que es llevado por encargo de tesorería a los centros de acopio que están en su ámbito de trabajo.
- b. Practicar la verificación física de la existencia de la materia prima acopiado por los centros de acopio, así mismo, controlar la existencia de los fondos de acopio en poder del acopiador.
- b. Brindar asistencia y capacitación a los asociados y a los integrantes del programa de producción orgánica y del comercio justo.
- c. Realizar diagnósticos de fincas convencionales para incorporarlo al programa de producción orgánica, asesorar y capacitar a los agricultores en el proceso de conversión de la agricultura convencional a la agricultura orgánica.
- d. Adiestrar y supervisar el adecuado manejo de equipos y maquinaria agrícola.
- e. Brindar asistencia técnica y monitoreo a los productores del programa de producción orgánica en agricultura sostenible.
- f. Apoyar en el proceso de certificación de cacao especiales (orgánicos y comercio justo), verificando el cumplimiento de las normas de producción orgánica por parte de los productores pertenecientes al programa.
- g. Mantener actualizado la base de datos de los productores del programa de producción orgánica.
- h. Informar mensualmente sobre el avance de los trabajos asignados.
- i. Dar el uso adecuado a los bienes patrimoniales asignados. Controlar que los activos de la empresa se encuentren en buen estado y libre de todo riesgo.
- j. Realizar las demás funciones encomendados por sus superiores inmediatos.

Artículo 80.- FACTORES DE EVALUACIÓN

El rendimiento del extensionista será evaluado por el Gerente de Acopio y podrá ser determinada teniendo en cuenta, entre otros, por los siguientes factores:

- a. Grado de cumplimiento del programa de asistencia técnica.
- b. Oportunidad, calidad y eficiencia de los servicios de asistencia técnica que brinde a los asociados de la Cooperativa.
- c. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones.
- d. Habilidad y capacidad para solucionar problemas emergentes relacionados a las

actividades a su cargo.

- e. Iniciativa relacionada a la innovación de procedimientos de trabajo.
- f. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 81.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Extensionista, son las siguientes:

- a. Técnico en producción agrícola.
- b. Sólidos conocimientos en producción orgánica, comercio justo y procedimientos de certificación.
- c. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- d. Capacidad para trabajar jornadas intensas y en ambientes bajo presión.
- e. Licencia para conducir motocicletas o de preferencia A1
- f. Experiencia mínima de dos (02) años en puestos similares.
- g. N° de plazas en el puesto: Ocho (08).

CENTROS DE ACOPIOS Y ALMACENES

Artículo 82. - El responsable de cada Centro de Acopio es el encargado de brindar apoyo técnico al Departamento de Acopio, en los procesos de adquisición de materia prima, a fin de que esta cumpla con sus objetivos y metas asignadas.

Artículo 83. - LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende del Departamento de Acopio.
- No Ejerce supervisión.

Artículo 84. - Son funciones de los responsables de acopio, las siguientes:

- a. Controlar el debido uso de los fondos de acopio.
- b. Administrar el acopio de las materias primas y de los bienes patrimoniales a su cargo.
- c. Recepcionar las materias primas, emitiendo a los socios los recibos de compras con sus pagos respectivos, a excepción de los centros de acopio de chambira, el porvenir y la victoria cuyos pagos se efectuaran en la sede central de la cooperativa previa entrega del recibo de compra suscrito por el acopiador.
- d. Acopiar o comprar las materias primas en base a los parámetros de calidad.
- e. Llevar los controles de las entradas y salidas de las materias primas de acuerdo a las necesidades o exigencias de información del Departamento de Acopio.
- f. Realizar la entrega de las materias primas, documentaciones e informaciones en los lugares que disponga el Jefe de Acopio.
- h. Coordinar el recojo y transporte de las materias primas.
- j. Coordinar con el departamento de Acopio los requerimientos de distribución de fondos,

mantenimiento de los módulos de fermentación para el mejor acopio de la materia prima orgánica.

- k. Efectuar otras funciones afines que le asigne el Departamento de Acopio en materia de su competencia.

Artículo 85. – FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento de los acopiadores será evaluado por el Departamento de Acopio y la Gerencia teniendo en cuenta, los siguientes factores:

- a. Cumplimiento de las metas de Acopio.
- b. Habilidad para acopiar las materias primas, en la debida oportunidad, con óptima calidad y precios competitivos.
- c. Habilidad y capacidad para solucionar problemas emergentes relacionados a las actividades a su cargo.
- e. Iniciativa relacionada a innovación de procedimientos de trabajo.
- f. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones.
- g. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 86.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Acopiador, son las siguientes:

- a. Estudios Primarios y/o Secundarios.
- b. Sólidos conocimientos en producción orgánica, comercio justo y procedimientos de certificación.
- c. Capacidad para trabajar jornadas intensas y en ambientes bajo presión.
- d. Experiencia mínima de un (01) año en proceso de fermentado y secado de cacao.
- e. N° de plazas en el puesto: Setenta (70).

Artículo 87.- ALMACENERO.

El Almacenero es el encargado del control físico y contable de las materias primas, insumos, materiales diversos, combustibles y productos terminados que hayan ingresado a los almacenes bajo su responsabilidad.

Artículo 88.- LINEA DE DEPENDENCIA.

- Depende de la Gerencia de Acopio.
- No Ejerce supervisión.

Artículo 89.- Son funciones del Almacenero las siguientes:

- a. Planear, organizar, ejecutar y controlar las actividades relacionados a su cargo, diseñando e implementando los procedimientos y documentaciones más adecuados que permitan el funcionamiento dinámico de las diferentes unidades que se relacionen con la unidad de

almacén.

- b. Recepcionar las materias primas verificando la cantidad, la calidad, documentaciones y otorgar la conformidad o comunicar a las instancias correspondientes las observaciones que considere pertinente e ingresarlos en los kardex respectivos.
- c. Recepcionar los materiales, insumos, combustibles y demás suministros diversos verificando la cantidad, calidad, costos, condiciones, comprobantes de pago y demás documentaciones e informaciones relacionados, otorgar la conformidad o comunicar las instancias correspondientes las observaciones que considere pertinente e ingresarlos a los kardex respectivos.
- d. Organizar, ordenar, conservar en condiciones higiénicas y adecuadamente almacenadas las materias primas, los materiales o bienes y los productos terminados.
- e. Mantener actualizado los kardex y las tarjetas de existencias por cada ítem almacenado.
- f. Coordinar y mantener informado al departamento de comercialización referente al punto de pedido y/o los niveles de las existencias en los almacenes.
- g. Distribuir o entregar los bienes bajo su custodia previo requerimiento debidamente autorizado y justificado, sustentando las salidas con los respectivos comprobantes de pago o con otros documentos internos.
- h. Elaborar los informes diarios y mensuales sobre el movimiento (entradas y salidas) de los bienes según los requerimientos de información de las unidades usuarias.
- i. Emitir el pedido de materiales, suministros y combustibles a la unidad de logística
- j. Organizar y establecer la codificación de los bienes de la unidad de almacén.
- k. Manejar el sistema mecanizado de inventarios.
- l. Ejecutar otras funciones inherentes a su puesto, por indicación del Jefe de Personal y Logística o por iniciativa propia, dando cuenta de ello oportunamente.

Artículo 90.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del Almacenero será evaluado por el Gerente de Acopio y podrá ser determinada teniendo en cuenta los siguientes factores:

- a. Oportunidad, calidad y eficiencia de los servicios que brinda.
- b. Habilidad para organizar y controlar las materias primas, materiales y los productos terminados.
- c. Habilidad y capacidad para solucionar problemas emergentes relacionados a las actividades a su cargo.
- d. Habilidad para coordinar con los funcionarios y trabajadores de la Cooperativa, así como con proveedores o funcionarios de otras entidades, en el cumplimiento de las funciones que le competen.
- e. Iniciativa relacionada a la innovación de procedimientos de trabajo.
- f. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 91.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Almacenero, son las siguientes:

- a. Egresado de Administración, Contabilidad, Economía, o profesión afín al puesto.
- b. Amplio conocimiento sobre control de inventarios y documentación mercantil.
- c. Dominio de PC a nivel de usuario y programas específicos.
- d. Capacidad para trabajar jornadas intensas y en ambientes bajo presión.
- e. Experiencia mínima de un (01) año en puestos similares.
- f. N° de plazas en el puesto: Uno (1).

Artículo 92.- CHOFER

El chofer es el servidor encargado de brindar apoyo en el traslado de personal y bienes de la Cooperativa, así como el transporte de carga por fletes, dando prioridad a las actividades que por su importancia revisten alto grado de riesgo o urgencia.

Artículo 93.- LINEA DE DEPENDENCIA

- Depende del Gerente de Acopio.
- No ejerce supervisión.

Artículo 94.- Funciones Específicas

- a. Movilizar a los directivos, trabajadores, socios y terceras personas según los requerimientos y autorizaciones del superior inmediato.
- b. Conducir el vehículo asignado, asegurándose del adecuado mantenimiento, limpieza y el cumplimiento estricto de las normatividad sobre el transporte de carga y pasajeros.
- c. Ejecutar los trámites administrativos y encargos, que se le asigne.
- d. Recepcionar y garantizar la buena conservación de la carga durante el viaje, transportar los bienes debidamente documentados.
- e. Informar sobre las ocurrencias mecánicas y de travesía.
- f. Realizar labores de estibaje de la unidad de transporte a su cargo.
- g. Coordinar con la Oficina de Acopio la dotación de combustible, lubricantes y los servicios de mantenimiento para la unidad de transporte a su cargo.
- h. Mantener el transporte asignado, bajo condiciones óptimas de limpieza y funcionamiento.
- i. Programar el cronograma de trabajo en forma diaria, semanal y mensual con su jefe inmediato y en coordinación con las diferentes unidades usuarias.
- j. Realizar el depósito y recojo de las correspondencias y paqueterías en coordinación con emitentes y remitentes.
- k. Ejecutar las demás funciones asignados por sus superiores inmediatos.

Artículo 95.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del chofer será evaluado por el Gerente de Acopio tomando en cuenta los

siguientes factores:

- a. Eficiencia demostrada en el desempeño de sus funciones y encargos asignados.
- b. Oportunidad y efectividad del apoyo que brinde mediante el vehículo asignado.
- c. Índices de percances de tránsito incurridos.
- d. Mantenimiento adecuado del nivel de interrelación y buen trato con los usuarios de los servicios de movilidad.
- e. Grado de puntualidad y responsabilidad en las acciones encomendadas.
- f. Iniciativa relacionada a la innovación de procedimientos de trabajo.
- g. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 96.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Chofer, son las siguientes:

- a. Chofer brevetado, apto para conducir vehículos de las características de la unidad que se le asigne.
- b. Amplio conocimiento de las reglas de tránsito y transporte en general.
- c. Tener una experiencia mínima de tres (03) años en el desempeño de puestos o funciones similares.
- d. N° de plazas en el puesto: dos (02).

Artículo 97.- PERSONAL DE VIGILANCIA Y LIMPIEZA.

Es el personal encargado de la seguridad de las instalaciones y de los bienes de la entidad.

Artículo 98.- UBICACIÓN Y DEPENDENCIA

- Depende de la Gerencia General.
- No ejerce supervisión.

Artículo 99.- Son funciones del personal de vigilancia y limpieza:

- a. Controlar permanentemente la entrada y salida del personal que labora en la Cooperativa y vehículos durante las 24 horas del día, registrando dicho control en el cuaderno de ocurrencias.
- b. Verificar que toda persona que tenga la necesidad de ingresar a la Cooperativa a realizar algún tipo de trámite y/o gestión deberán acreditar documentadamente dicha necesidad indicando el área y/o personal de la entidad a quien se dirigen, cumplido este requisito, solicitará al visitante su Documento de Identidad (DNI) el mismo que deberá quedar en vigilancia y le instruirá la Oficina a donde deberán dirigirse, con el objeto de no ser sorprendido por inescrupulosos, deberá realizar el seguimiento de que efectivamente se dirija a la oficina a donde se le indicó.
- c. Están exceptuados de este procedimiento los Socios y Clientes que se identifiquen como tal o a criterio del Vigilante no exista la necesidad solicitar su identificación.

- d. Revisar los paquetes, carteras, maletines que porta el público y trabajadores que ingresan y salen de los locales de la Cooperativa.
- e. Comunicar a los trabajadores y/o funcionarios de la Cooperativa en el caso de ser visitados por sus familiares o terceras personas para tratar asuntos personales, para que autoricen su ingreso, el mismo que deberán ser muy breves, o en caso contrario serán atendidos fuera de los ambientes de la entidad y luego de la jornada de trabajo.
- f. Vigilar y custodiar los locales y bienes de la Cooperativa.
- g. Controlar el ingreso, salida y desplazamiento del personal. Verificar que el personal que se quede fuera de la jornada de trabajo deberán contar con la respectiva autorización escrita de su superior inmediato indicando el tiempo (Nro. de Horas) que permanecerá y las labores o actividades que realizarán.
- h. Verificar que el personal que tenga la necesidad de salir de su centro de labores, durante la jornada de trabajo, deberán acreditar mediante la Papeleta de Salida debidamente autorizados por su Jefe Inmediato indicando obligatoriamente el motivo de dicha salida.
- i. Verificar que los refrigerios se cumpla dentro de los horarios establecidos.
- j. Verificar que toda salida e ingreso de bienes, equipos y maquinarias de la entidad y hacia la entidad estén respaldados con sus respectivos Comprobantes de Pago y/o documentos sustentatorios, las cantidades que se indican en los mismos deberán ser iguales a los físicos; en caso de existir diferencia deberán ser comunicados a los respectivos responsables o superiores inmediatos para que subsanen dichas observaciones.
- k. Solicitar el apoyo de la Policía Nacional en casos en que haya necesidad dando cuenta del hecho a los órganos administrativos correspondientes.
- l. El personal de vigilancia del turno diurno realizará la limpieza de las Oficinas Administrativas y los servicios higiénicos de los mismos.
- m. El personal de vigilancia del turno nocturno realizará la limpieza de los siguientes ambientes: patio principal, veredas, pasadizos, escaleras, servicios de hospedaje, servicios higiénicos y otros ambientes exteriores a las oficinas administrativas.
- n. No permitir el ingreso a mendigos y terceras personas a realizar negocios ambulatórios dentro de las instalaciones de la Cooperativa.
- o. Realizar las demás funciones que le sean asignados por sus superiores inmediatos.

Artículo 100.- FACTORES DE EVALUACION

El rendimiento del personal vigilante y limpieza será evaluado por el Gerente General y podrá ser determinada teniendo en cuenta los siguientes factores:

- a. Cumplimiento de las funciones establecidas en el presente manual.
- b. Oportunidad, calidad y eficiencia de los servicios que brinde al personal y dependencias de la Cooperativa.
- c. Habilidad y capacidad para solucionar problemas emergentes relacionados a las actividades a su cargo.

- d. Iniciativa relacionada a la innovación de procedimientos de trabajo.
- e. Capacitaciones, especializaciones y seminarios.

Artículo 101.- PERFIL DEL PUESTO

Las calificaciones mínimas que requiere el Puesto de Personal de Vigilancia y Limpieza, son las siguientes:

- a. Secundaria completa o licenciado del ejército o instituto militar afín.
- b. Capacidad para trabajar jornadas intensas y en ambientes bajo presión.
- c. Experiencia mínima de un (01) año en puestos similares.
- d. N° de plazas en el puesto: dos (02).

ANEXO 5: FOTOS SOBRE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN



2. CAMPAÑA DE NUTRICIÓN

ACOPAGRO te apoya en la buena alimentación de tus niños

SU COMIDA DEBE SER BALANCEADA

FUERZA: Para respirar, caminar, jugar, saltar y correr	PROTECCION: Para protegerse de las enfermedades	CRECIMIENTO: para crecer, desarrollar su mente y ser cada vez mas inteligente
Yuca Papa Harina de maíz Coco seco Choclo Paíta Fideos Plátano verde Pan de árbol Maní Arroz	Plátano maduro Papaya Zapallo Zanahoria Tomate Aguaje Cebolla	Hígado Carnes Pollo Leche Huevos Pescado Alverjas Queso Soya Frejol

3. CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA FAMILIAR



4. CAMPAÑAS OFTALMOLÓGICAS



5. COCINAS MEJORADAS



6. VIVEROS FORESTALES Y ELABORACIÓN DE HUMUS



7. OTROS



8. CONTROL DE CALIDAD







9. EL PROCESO DE EXPORTACIÓN



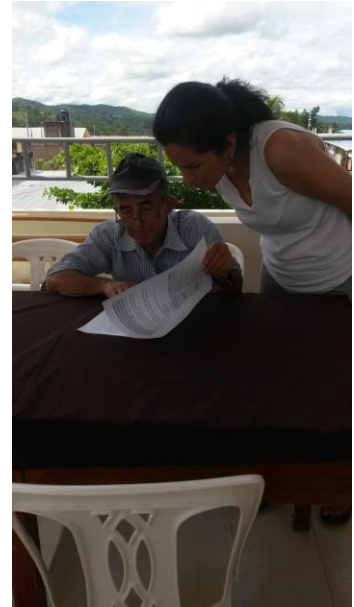


ANEXO 6: EVIDENCIA GRÁFICA DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

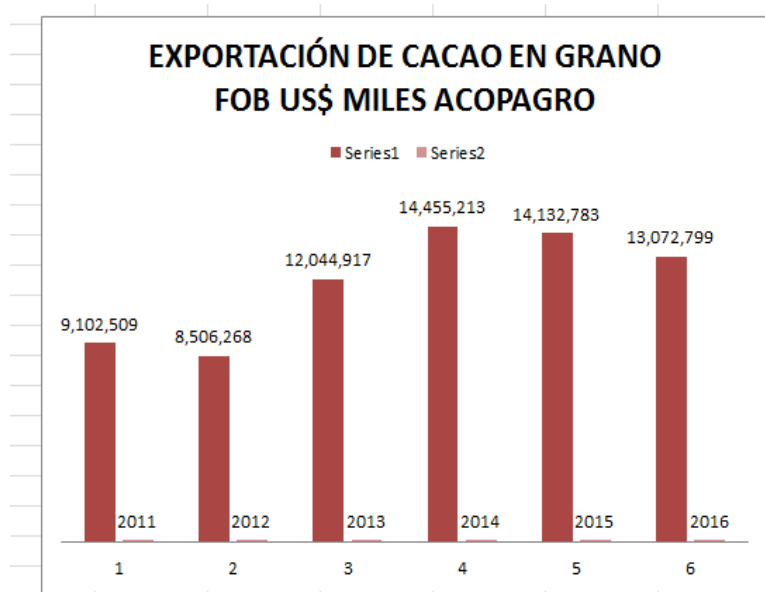








ANEXO 6: EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIÓN COOPERATIVA ACOPAGRO 2011 – 2017



Fuente: Sunat
Elaboración: Propia 2017

Las exportaciones de cacao en grano orgánico han aumentado cada año, así mismo desde el 2012, año donde comienza a brindarse programas de responsabilidad social ha aumentado en un 40%.

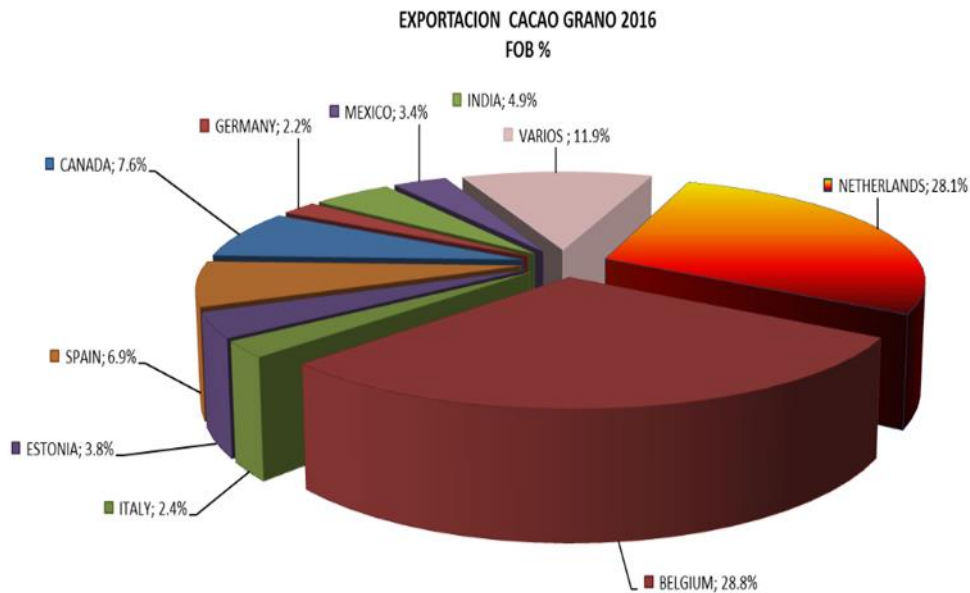
CRECIMIENTO FOB / KILOS 2014 – 2016 (EXPORTACIÓN CACAO EN GRANO ORGÁNICO)

MES	2,014			2,015			2,016		
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	6,421,399	2,236,048	2.87	7,814,034	2,498,835	3.13	8,015,474	2,358,444	3.40
FEBRERO	7,409,696	2,564,458	2.89	7,570,707	2,413,041	3.14	5,807,165	1,772,509	3.28
MARZO	6,603,553	2,133,448	3.10	8,642,140	2,838,350	3.04	6,595,813	2,137,989	3.09
ABRIL	6,548,364	2,007,300	3.26	5,630,957	1,821,968	3.09	9,154,066	2,846,606	3.22
MAYO	10,183,755	3,151,950	3.23	12,475,668	4,191,561	2.98	15,105,093	4,744,447	3.18
JUNIO	13,420,509	4,241,601	3.16	18,333,063	5,778,560	3.17	14,075,688	4,340,896	3.24
JULIO	24,959,600	7,628,801	3.27	28,436,901	8,679,464	3.28	27,782,292	8,600,141	3.23
AGOSTO	21,430,447	6,548,491	3.27	27,375,595	8,275,524	3.31	29,472,166	9,172,685	3.21
SEPTIEMBRE	20,448,959	6,089,688	3.36	21,499,152	6,518,965	3.30	22,353,162	6,896,793	3.24
OCTUBRE	12,925,322	3,798,983	3.40	21,100,355	6,412,411	3.29	16,400,175	5,160,200	3.18
NOVIEMBRE	9,320,774	2,814,818	3.31	9,513,353	2,839,429	3.35	15,080,647	4,827,322	3.12
DICIEMBRE	11,836,248	3,677,208	3.22	12,276,157	3,560,070	3.45	13,211,615	4,356,408	3.03
TOTALES AÑO	151,508,626	46,892,794	3.23	180,668,082	55,828,178	3.24	183,053,356	57,214,440	3.20
PROMEDIO MES	12,625,719	3,907,733		15,055,674	4,652,348		15,254,446	4,767,870	
%CREC.PROMEDIO	97%	65%	20%	19%	19%	0%	1%	2%	-1%

Fuente: Agrodatab 2017

La tabla anterior muestra la evolución del FOB desde el año 2014 – 2016, en el que queda plasmado que en el año 2014 se muestra un incremento de 65% respecto al año anterior y continúa hacia el 2015 con un crecimiento de 19% y 2% para el 2016.

EVOLUCIÓN EXPORTACIÓN PAÍSES - DEMANDA 2016 (EXPORTACIÓN CACAO EN GRANO ORGÁNICO)



Fuente: Agrodata 2017

El gráfico muestra que es Bélgica y Países Bajos representan el mayor porcentaje de demanda del cacao en grano orgánico.

Se muestra también que España y Estonia representan porcentajes menores respecto a la exportación de grano.