



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

TESIS

**“LA ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE QUINUA DE LOS
PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL CENTRO POBLADO DE
CHUCARIPO PUNO 2021”**

**PRESENTADO POR
BACH. LUIS FERNANDO, PARICANAZA PARICANAZA**

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

**ASESOR:
MG. ERIK ANTONIO ZOEGER CALLE**

JULIACA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se los dedico, a dios por permitirme llegar a este momento especial de formación profesional, quien estuvo en todo momento conmigo

A mis padres quienes me brindaron su apoyo incondicional para poder concluir mi carrera profesional, me han sabido inculcar sus valores, principios, empeño y perseverancia para poder lograr mis objetivos

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a dios por brindarme la vida y guiarme por el camino del bien. A los productores de quinua del Centro Poblado de Chucaripo del distrito de Samán, porque en el desarrollo del presente trabajo me brindaron el apoyo e información para estructurar y finalizar el presente trabajo de tesis. A los docentes de la escuela profesional de administración y negocios internacionales por las enseñanzas compartidas, por su paciencia y enseñanza, finalmente a la universidad alas peruanas la cual abrió sus puertas a jóvenes preparándonos para un futuro competitivo y formando personas de bien.

RESUMEN

La investigación titulada “la asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro de Chucaripo – Puno 2021” que se plantea como objetivo general de evaluar si la asociatividad es una estrategia que contribuye a mejorar la competitividad de la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021, dicho estudio es tipo descriptivo y correlacional, de un diseño no experimental y corte transversal, con un nivel de investigación descriptiva con una población de 30 productores de quinua del Centro Poblado de Chucaripo, donde se hizo un muestreo aleatorio simple de 28 productores a los cuales se aplicó una encuesta, cuyo instrumento fue en cuestionario que medio en base a las dimensiones de las variables en estudio, dicho cuestionario estuvo validado por juicio de expertos y con una confiabilidad de 0,689 de alfa de Cronbach que garantizó datos confiables que fueron procesados mediante el paquete estadístico SPSS versión 26 y el contraste de hipótesis se realizó mediante el coeficiente de Rho de Spearman obteniendo resultados que el 46,4% menciono que los indicadores y estrategias mejoraron significativamente y de igual forma mediante el Rho de Spearman se determinó la relación entre la asociatividad y al competitividad ($Rho = 0,512$) es decir que mientras mejore la estrategia de asociatividad, la competitividad aumentara moderadamente, finalmente se llegó a la conclusión que la asociatividad como estrategia contribuye directa y moderadamente mejorando indicadores y trayendo nuevas estrategias en la mejora de la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

ABSTRACT

The research entitled "Associativity as a strategy to improve competitiveness in quinoa production of small producers in the center of Chucaripo - Puno 2021" which is proposed as a general objective of evaluating whether associativity is a strategy that contributes to improving the competitiveness of competitiveness in quinoa production of small producers in the town of Chucaripo Puno 2021, this study is descriptive and correlational type, of a non-experimental design and cross-section, with a descriptive research level with a population of 30 quinoa producers of the Centro Poblado de Chucaripo, where a simple random sampling of 28 producers was made to whom a survey was applied, whose instrument was a questionnaire that means based on the dimensions of the variables under study, said questionnaire was validated by expert judgment and with a reliability of 0.689 of Cronbach's alpha that guaranteed reliable data that f They were processed using the SPSS version 26 statistical package and the hypothesis contrast was performed using the Spearman Rho coefficient, obtaining results that 46.4% mentioned that the indicators and strategies improved significantly and in the same way, using Spearman's Rho the relationship between associativity and competitiveness ($Rho = 0.512$) that is to say that while the associativity strategy improves, competitiveness increases moderately, finally it was concluded that associativity as a strategy contributes directly and moderately by improving indicators and bringing new strategies in the improvement of competitiveness in quinoa production of small producers in the town of Chucaripo Puno 2021

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
CAPÍTULO I.....	13
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.2.1 Problema General.....	14
1.2.2 Problemas Específicos.....	14
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.3.1 Objetivo General.....	14
1.3.2 Objetivos Específicos.....	14
1.4 JUSTIFICACIÓN DE ESTUDIO.....	15
1.4.1 Justificación teórica.....	15
1.4.2 Justificación practica.....	15
1.4.3 Justificación metodológica.....	16

CAPITULO II	17
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
2.1.1 Nivel Internacional	17
2.1.2 Nivel Nacional	19
2.1.3 Nivel Regional	23
2.2 BASES TEÓRICAS	24
2.2.1 Teorías de Asociatividad	24
2.2.2 Asociatividad de exportación.....	25
2.2.3 La asociatividad empresarial.....	27
2.2.4 Beneficios de la Asociatividad empresarial.....	28
2.2.5 La asociatividad como estrategia de desarrollo	30
2.2.6 Características de modelos asociativos.....	31
2.2.7 Tipos de modelo asociativo	33
2.2.8 Tipos de asociatividad en el Perú.....	35
2.2.9 Condiciones del modelo asociativo	37
2.2.10 Análisis Foda	38
2.2.11 Competitividad Empresarial	39
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	41
2.4 HIPÓTESIS	43
2.4.1 Hipótesis general.....	43
2.4.2 Hipótesis específico	43
2.5.1 Definición conceptual de las variables	43
2.5.2 Definición operacional de las variables	44
2.5.3 Operacionalización de variables	44

CAPÍTULO III	45
3. METODOLOGÍA	45
3.1 TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	45
3.1.1 Tipo de Investigación.....	45
3.1.2 Nivel de Investigación	46
3.1.3 Diseño de Investigación.....	46
3.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE ESTUDIO	46
3.2.1 Ubicación geográfica	47
3.2.2 Accesibilidad	47
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	47
3.3.1 Población	47
3.3.2 Muestra	47
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	48
3.4.1 Técnicas	48
3.4.2 Instrumentos.....	49
3.5 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	49
3.5.1 Validez del instrumento	49
3.5.2 Confiabilidad del instrumento	49
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO.....	50
3.6.1 Plan de recolección de datos.....	50
3.6.2 Plan de Procesamiento	50
CAPÍTULO IV.....	51
4. RESULTADOS.....	51
4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	51

4.1.1	Análisis de los indicadores y estrategias de asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	51
4.1.2	Evaluación de factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021.....	57
4.1.3	Relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	59
4.1.4	Propuesta de acciones para mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021.	61
CAPITULO V		62
5.	DISCUSIÓN.....	62
	CONCLUSIONES	66
	RECOMENDACIONES.....	67
	FUENTES DE INFORMACIÓN	68
	ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Coeficiente de confiabilidad del Instrumento.....	50
Tabla 2. Indicadores de Asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	51
Tabla 3. Estrategias de Asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	54
Tabla 4. Satisfacción sobre la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021.....	55
Tabla 5. Análisis descriptivo de la productividad en base a la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	55
Tabla 6. Eficiencia en la competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	57
Tabla 7. Efectividad en la competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	58
Tabla 8. Relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua..	59
Tabla 9. Cuadro de Contraste de Hipótesis según Pearson y Spearman	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Indicadores de Asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021	53
Figura 2. Relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua	61

INTRODUCCIÓN

En diversos países del mundo, hasta la actualidad la exportación se ha convertido en uno de las actividades importantes que contribuye a la economía del país, en la cual se encuentran insertadas las pequeñas y medianas empresas. Por lo que, la Asociatividad se convierte en un mecanismo entendida como una estrategia de colaboración colectiva que persigue la creación de valor a través de la concreción de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad, herramienta que es necesaria para la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas (Gomez & Renteria, 2017).

En nuestro país la asociatividad cobra importancia para dar frente a las exigencias de las pequeñas empresas o productores mediante el mecanismo de cooperación que en sus diferentes formas pueda aportar como una estrategia importante, ya que los pequeños productores tienen falta de información y poco apoyo del Estado y demás entidades, la asociatividad en los productores de nuestro país es un tema que se cobrado relevancia, por lo que este estudio espera dar conocer soluciones para enfrentar este fenómeno considerando la asociatividad como un factor de gran relevancia en el desarrollo económico, social, cultural y humano de los productores.

En esta investigación se demuestra que la asociatividad es una estrategia que contribuye a mejorar la competitividad en los pequeños productores, asimismo el trabajo se encuentra estructurado en cuatro capítulos:

Capítulo I. Se presenta el problema de investigación, objetivos que orientan la investigación, la justificación y limitaciones.

Capítulo II. Se presenta el marco teórico, antecedentes de investigación, la base teórica, marco conceptual.

Capítulo III. Que se presenta la metodología, donde se especifica el tipo, nivel y diseño de investigación, descripción del ámbito de estudio, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, el procesamiento y análisis de datos.

Capítulo IV. Se presenta los resultados y discusión, y finalmente se describen las conclusiones y recomendaciones, la referencia bibliográfica y anexos.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La producción de quinua para la exportación al exterior del país es un gran reto para los pequeños productores ya que no cuentan con una asociatividad como estrategia para hacerle frente a los grandes mercados y a la competitividad que esta exige ya que el mercado internacional es muy competitivo.

El poco apoyo por parte del estado peruano en temas de asociatividad es el principal problema que enfrentan los productores del campo ya que no reciben adecuadas capacitaciones sobre asociatividad ni la importancia que esta exige.

En muchas ocasiones también los productores no consideran la asociatividad como una estrategia para mejorar la producción de sus productos por falta de conocimiento por tanto las capacitaciones y la información necesaria resultan imperativos para el productor para que pueda tomar como una opción viable la asociatividad

Los pequeños productores del Centro Poblado de Chucaripo desconocen el tema de asociatividad como estrategia, que les representaría un gran cambio en su cadena de producción y en sus ingresos económicos

La importancia de capacitar y que los productores consideren la asociatividad como una estrategia es de gran relevancia para el mejoramiento de su cadena productiva.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿De qué manera la asociatividad como estrategia contribuye para mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?

1.2.2 Problemas Específicos

¿Cuáles son los indicadores y estrategias de la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?

¿Cuáles son los factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?

¿Cómo es la relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?

¿Cómo se lograría mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Evaluar si la asociatividad es una estrategia que contribuye a mejorar la competitividad de la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

1.3.2 Objetivos Específicos

Analizar los indicadores y estrategias de asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Evaluar los factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Determinar la relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Proponer acciones para mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

1.4 JUSTIFICACIÓN DE ESTUDIO

1.4.1 Justificación teórica

El presente trabajo se justifica teóricamente debido que permite conocer la situación actual de los pequeños productores de quinua del Centro poblado de Chucaripo Puno, determinando las deficiencias o eficiencias de esta, asimismo esta investigación sirve de base no solo para productores de quinua, sino que aportara a otros productores de otro sector que requieran adoptar esta estrategia que les permita mejorar su competitividad. Por otro lado con este estudio se espera contribuir con la información necesaria para que los pequeños productores desarrollen su perspectiva de producción con la finalidad de exportar al extranjero y a su vez contribuye con información objetiva sobre la asociatividad, sus beneficios y los tipos más adecuados de acuerdo al contexto presentado teniendo en cuenta que con la asociatividad, se busca mejorar en términos de calidad y cantidad la producción de la quinua, teniendo en cuenta que la asociatividad es una estrategia que genera oportunidades.

1.4.2 Justificación practica

El presente estudio se justifica, porque se pretende contribuir a que los pequeños productores que se dedican a la exportación de quinua adopten la estrategia de la

asociatividad, debido que se evidencia que no cuentan con apoyo del estado, la falta de capacitaciones y el desconocimiento del tema de asociatividad, ya que se busca aportar en la mejoría de las condiciones y oportunidades de desarrollo de los productores de quinua, generando nuevos negocios e incrementando la formalización de pequeños productores que anteriormente no visualizaban a la asociatividad como una oportunidad que les representaría un gran cambio en su cadena de producción y en sus ingresos económicos. Con el conocimiento de las ventajas de la asociatividad, se propone incrementar y mejorar este concepto en un nivel más estratégico para mejorar la eficiencia y eficacia de la producción y envío de quinua con mejores conocimientos técnicos de producción, mayor acceso a financiamiento, mejores condiciones de infraestructura, mayor conocimiento del mercado y técnicas de comercialización

1.4.3 Justificación metodológica

El presente trabajo tiene justificación metodológica, debido que los modelos asociativos permiten enfrentar los problemas de manera conjunta, tanto en lo organizacional, financiero y comercial, reflejando de esta manera lo importante que es asociarse para mejorar el incremento de la producción, la productividad, mayor poder de negociación con clientes y proveedores, el acceso a tecnologías y al financiamiento, se comparten riesgos y costos, mejora en la calidad del producto, mejora en la gestión del conocimiento técnico productivo y comercial, así como la disminución de costos y el logro de economías de escala, acceso a mercados, investigación, desarrollo e innovación, etc., pero, para lograr los factores positivos se necesita contar con un plan estratégico, confianza entre los productores agrícolas, un fuerte compromiso, gestión adecuada de sus tierras y cultivos y una administración eficiente

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Nivel Internacional

Gómez D.M., Rentería L, (2017) en su tesis de especialización “La asociatividad como estrategia competitiva para los pequeños productores agrícolas en el municipio de turbo.” De la Universidad Corporación Universitaria Minuto de Dios Turbo-Antioquia, cuyo objetivo fue: “Identificar la pertinencia de la asociatividad como una estrategia competitiva que mejora los ingresos en los pequeños productores agrícolas del municipio de turbo” llegando a la siguiente conclusión se determinó que existen diferentes modelos de desarrollo y diversos tipos de sociedades, algunos requieren gran cantidad de capital para su ejecución, es este el caso de un clúster o de un distrito empresarial, al igual que algunas empresas unipersonales como grandes cadenas comerciales entre otras. Para nuestro caso, el tipo de asociatividad que se propone en este trabajo investigativo, dada la escasa capacidad económica de las personas del área rural que solo tienen una parcela donde habitan con sus demás familiares y desarrollan actividades agrícolas. (Gomez & Renteria, 2017)

Fontecha. E.E. (2015), en su tesis de grado “Estado del arte sobre asociatividad y competitividad como herramienta de mercadeo agropecuario” de la Universidad de la Salle, cuyo objetivo fue “Desarrollar un estado del arte documental sobre la asociatividad y competitividad en Colombia, desde la perspectiva del mercadeo agrario” llegando a la siguiente conclusión “El presente estudio buscaba realizar un estado del arte documental sobre la asociatividad y competitividad en Colombia, desde la perspectiva del mercadeo agrario. El ejercicio permitió conocer las diferentes escuelas y metodologías empleadas para

abordar los problemas de las asociaciones agropecuarias en Colombia y, en menor medida, en América Latina. Este paso es importante para realizar, en el futuro, un estudio más detallado que incluya mayor información primaria.

De la revisión de la literatura se puede concluir que la asociatividad y la competitividad rural en Colombia se concentra en Bogotá y Cundinamarca presentando niveles altos de productividad y otras con bajos niveles como el choco y varias zonas de la costa atlántica” (Fontecha, 2015)

Ávila L.M., Ceballos E.R., Fernández C.A. (2019), en su tesis de grado de título “Estrategias para la asociatividad de los pequeños productores de mango del municipio de Ciénaga con mira a la exportación.” De la Universidad Cooperativa de Colombia cuyo objetivo fue: “Analizar estrategias para la asociatividad de los pequeños productores de mango del municipio de Ciénaga con mira a la exportación” llegando a la siguiente conclusión de que la asociatividad es la mejor forma de generar desarrollo y valor compartido, mediante la unión de esfuerzos colectivos y la visión de objetivos comunes, cuando el desarrollo individual se nota afectado debe optarse por la implantación estrategias asociativas con el fin de generar competitividad por medio de productos y procesos que sostengan un valor agregado, los cuales permitan dar paso a la entrada de estas asociaciones en el mercado tanto interno como externo, el análisis de estrategias para la asociatividad rural es el mejor camino a optar ante la incertidumbre de buscar alternativas que permitan dar respuestas a los problemas que genera el entorno en cuanto a las proyecciones que este demanda, las cuales no se pueden lograr de forma singular sino que por el contrario la pluralidad de ideas entre pequeños productores es el foco hacia el beneficio integral (Avila, Ceballos, & Fernandez, 2019)

Tovar O.E. (2017), en su tesis de grado “Asociatividad: Estrategia para mejorar la competitividad de los productores de ñame del departamento de sucre” de la Universidad Tecnológica de Bolívar cuyo objetivo fue: Proponer elementos que establezcan la configuración estratégica al interior de las organizaciones productoras de ñame del departamento de Sucre que permitan mejorar las condiciones de competitividad.” Teniendo como muestra “para esta investigación se trabajó en los municipios de Coroza, Los Palmitos y San Pedro. Se utilizó una técnica cualitativa y exploratoria denominada Focus Group para identificar productores y especialistas en el tema de ñame”, Llegando a la siguiente conclusión: “1. Una estrategia para impulsa el desarrollo económico, social y aumentar la competitividad de los productores de ñame del departamento de Sucre es la asociatividad. 2. Los factores clave de éxito son todas las variables indispensables para que un sector sea competitivo en los mercados nacionales e internacionales, por tal razón es importante mantenerlos y controlarlos de una manera adecuado. Para el sector de estos factores claves son: Actividad Agraria, costos de producción, educación, medio de comunicación, innovación, ubicación geográfica, dinámica del sector agrícola del departamento y vías de acceso (Tovar, 2017)

2.1.2 Nivel Nacional

Vásquez B. (2020), en su tesis de grado título “La asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la Cooperativa Agraria Allima Cacao del distrito de Chazuta, 2018” de la Universidad Nacional de san Martín cuyo objetivo fue: “Determinar cómo contribuye la estrategia de la asociatividad para mejorar la competitividad de la Cooperativa Agraria ALLIMA CACAO del distrito de Chazuta.” Teniendo como muestra “se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, por lo que, estará igualmente constituida por el

acervo documentario, similar a la población, de la Cooperativa Agraria Allima Cacao” Llegando a la siguiente conclusión: Se comprobó la hipótesis general y específicas planteadas llegándose a las conclusiones siguientes: La posición asociativa de la Cooperativa Agraria Allima Cacao es buena y está determinada por factores clave como: incremento del número de productores asociados de 33 a 200, desde su fundación; capacidad de gestión de la asociatividad con un cuerpo directivo pequeño y competente al haber logrado alianzas estratégicas para asistencia técnica y capacitación, en gestión, procesos productivos y comercialización de sus productos (cacao fino de aroma) y un sistema de información y comunicación eficaz; logro de objetivos alineados a su misión y visión estratégicas traducido en diez (10) resultados y metas concreta (Vasquez, 2020)

Guerrero D.C. (2019), en su tesis de grado título “propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y competitividad de los productores de pimiento piquillo en el distrito de Motupe región de Lambayeque” de la Universidad de Católica Santo Toribio de Mogrovejo cuyo objetivo fue: “Determinar una propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y la competitividad de los productores de pimiento piquillo del Distrito de Motupe – Región de Lambayeque teniendo como muestra son 17 pequeños productores de dicho distrito pertenecientes a la región de Lambayeque, llegando a la siguiente conclusión: “ Se determinó una propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y competitividad para los productores de pimiento piquillo en la ciudad de Motupe que se realizó un diagnóstico para determinar la metodología adecuada y el modelo adecuado para ellos en este caso la propuesta que se está planteando es de elaborar la Metodología CEFÉ que es una Metodología consiste en una serie de herramientas que permiten que las personas identifiquen sus competencias así como sus

carencias y definir una estrategia de desarrollo o implementación de su propio negocio, mejorando así su situación actual. (Guerrero, 2019)

Quillahuaman D., Carazas M. (2018), en su tesis de maestría “La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el Distrito de San Jerónimo – cusco 2015” de la Universidad Católica Sedes Sapiential cuyo objetivo fue: “Demostrar que la asociatividad de los pequeños productores contribuye a la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo, teniendo como muestra a los pequeños agricultores del distrito de San Jerónimo, Provincia y Departamento del Cusco, los cuales son aproximadamente 73 pequeños productores. Llegando a la siguiente conclusión:” Está demostrado de acuerdo con las Tablas N° 27, 28 y 29, que las acciones de integración son determinantes para mejorar la oferta o capacidad que tienen las cadenas productivas de hortalizas en el distrito de San Jerónimo a un nivel de confianza del 95% de acuerdo al instrumento estadístico desarrollado (Quillahuaman & Carazas, 2018)

Mauricio L. (2014), en su tesis de grado título “ La asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la red de productores de quinua Sánchez Carrión” de la Universidad Nacional de Trujillo cuyo objetivo fue: “determinar que la asociatividad como estrategia contribuye a mejorar la competitividad de la red de productores de quinua Sánchez Carrión, teniendo como muestra 20 asociados y 5 clientes, llegando a la siguiente conclusión: “siguiendo un criterio lógico de contrastación, que consiste en calificar cada variable con un indicador numérico(puntos), se determinó que la asociatividad como estrategia, contribuye a mejorar la competitividad de la Red de Productores de quinua Sánchez Carrión, como se

puede observar en la tabla N° 3.45, que los puntajes obtenidos se ubican en la misma escala de rangos de "muy buenos", con una variación de 2.77 puntos. (Mauricio, 2014)

Hurtado G.E. (2019), en su tesis de grado título "Asociatividad de pequeños productores de mango como estrategia de desarrollo de la oferta exportable del valle de Chulucanas de la región Piura" de la Universidad san Martín de Porres cuyo objetivo fue: "identificar si la Asociatividad de los productores de Mango influye en el desarrollo de la oferta exportable del Valle de Chulucanas de la Región Piura. Teniendo como muestra conformada por los 25 productores en el Valle de Chulucanas. Llegando a la siguiente conclusión. "La asociatividad de los productores de mango influye positivamente en el desarrollo de la oferta exportable del valle de Chulucanas de la región Piura", obteniendo un nivel de fiabilidad alto y consistente, ya que la asociatividad como se demostró en la presente tesis, ayuda a los productores no sólo en el tema económico mejorando su estilo y calidad de vida, sino también en el aspecto social, ya que, como una asociación formal, generarán facilidades para salir al mercado extranjero, dando oportunidades a cada vez más productores de la zona (Hurtado, 2019)

Algalobo B.P., Pusse K.Y. (2017), en su tesis de grado título "Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos" de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo cuyo objetivo fue: "Determinar si la asociatividad es la estrategia que permitirá lograr la exportación de limón sutil del distrito de Olmos (estrategia y desarrollo de las exportaciones), teniendo como muestra es de 149 productores llegando a la siguiente conclusión: "En base a la información obtenida en las encuestas realizadas, se determinó que en el distrito de Olmos, existen un promedio 800 hectáreas dedicadas a la producción de limón sutil, en donde alrededor de 250 productores se dedican

a esta actividad. Además el 91% de los productores poseen de 0 a 5 hectáreas, lo que demuestra la baja producción que aportan al mercado del limón de forma individual, el 67% tiene una experiencia de más de 10 años en este cultivo, lo que demuestra un alto grado de especialización en el manejo del limón, por otra parte el distrito de Olmos cuenta con los factores edáficos (suelos, agua, clima) adecuados para la producción de limón sutil ; así mismo se determinó también que el escaso apoyo del estado en temas de capacitación repercuten en el desarrollo de esta actividad productiva. (Algalobo & Pusse, 2017)

2.1.3 Nivel Regional

Marce E. (2016) en su tesis de grado título “La Asociatividad Empresarial y su incidencia en la Gestión Comercial de la AEO Villa Socca Distrito de Acora periodo 2013” de la Universidad Nacional del Altiplano Puno cuyo objetivo fue “determinar la incidencia de la asociatividad empresarial en la gestión de los productores de trucha de la AEO Villa Socca del Distrito de Acora 2013” teniendo como muestra de 28 socios que han decidido asociarse previa convocatoria, llegando a la siguiente conclusión “ se determinó que el tipo de asociatividad empresarial que mejor se adapta para los productores de la AEO Villa Socca, es la alianza estratégica, según los resultados, la mayoría de los productores (15), representado por el 53.6% indican que conocen este tipo de asociatividad y han decidido aplicarla para su organización; con este modelo los productores han experimentado mayores beneficios como mayor cooperación, trabajo en equipo, mayor comunicación y confianza con el único propósito de mejorar los negocios conjuntos. (Marce, 2016)

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Teorías de Asociatividad

Las teorías de asociatividad según autores lo definen así:

De acuerdo a (Pallares, 2003) Significa prácticamente el único camino posible que le queda a los sectores productivos pequeños y medianos, de la ciudad y el campo en los países de menores ingresos o desarrollo relativo, no sólo para lograr la sobrevivencia en mercados cada vez más regionales y abiertos a la competencia de las empresas del mundo entero, sino que pretende rescatar formas alternativas de generación de riqueza y equidad en nuestros países, así como de las formas de interrelación más antiguas existentes en el ser humano y que la naturaleza le ha permitido sobrevivir y desarrollarse, como es la cooperación. En este enfoque, la empresa se concibe como un complejo sistema adaptativo en proceso de aprendizaje permanente que va desde la adquisición de información hasta el uso para redefinir sus funciones de manera permanente, modificar estrategias y fomentar una mayor fluidez en sus flujos de negocios. Para lograr tales metas la mejor forma de cooperación es la constitución de redes horizontales y verticales, así como de cadenas productivas regionales y locales, la base de estas formas organizativas, sin duda alguna, son los pequeños grupos de 10 o 12 empresarios del mismo sector y región, como se ha concebido en los diferentes países del mundo donde han aplicado este tipo de experiencias. La competencia es el nuevo nombre del juego de los negocios y la asociatividad base fundamental sobre la cual se debe basar (Gomez L. , 2011).

Según (Rosales, 1997) la asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial en el que cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto

con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. Los objetivos comunes pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de un volumen de materia prima o generar una relación más estable en el tiempo, como puede ser la investigación y el desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías, las cuales son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes (Marce, 2016)

La asociatividad nace como mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas que quieren empezar un proceso de expansión o globalización, donde cada una decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto en busca de un objetivo común, pero mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial.

De esta manera, la asociatividad se define como “una alianza voluntaria entre empresas y emprendedores para disminuir costos y compartir riesgos en los negocios y promover conjuntamente sus productos o servicios en el mercado, sin perder la individualidad empresarial”.

La asociatividad es un proceso bastante complejo que abarca una considerable gama de posibilidades, pero siempre persigue como objetivo fundamental unir fuerzas para alcanzar el éxito conjunto. Previamente al desarrollo de modalidades de asociación es necesario que se den ciertas condiciones específicas que permitan la sustentabilidad de las mismas (Liendo & Martínez, 2001)

2.2.2 Asociatividad de exportación

La asociatividad nace como mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas que quieren empezar un proceso de expansión o globalización, donde cada una

decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto en busca de un objetivo común, pero mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial.

De esta manera, la asociatividad se define como “una alianza voluntaria entre empresas y emprendedores para disminuir costos y compartir riesgos en los negocios y promover conjuntamente sus productos o servicios en el mercado, sin perder la individualidad empresarial”.

Esta asociatividad puede también definirse como una estrategia para enfrentar los mercados globalizados y la creciente competencia entre empresas del país y el exterior. (Promperu., 2013)

La asociatividad representa una herramienta estratégica de gran importancia para el desarrollo de las exportaciones. Para que exista una gestión comercial exitosa entre los agentes que participan dentro de una asociación; se necesita una buena organización interna. Tema poco desarrollado por los administradores, consultores y/o estudiantes de universidades o institutos del país. En el Perú, el concepto de asociatividad es poco conocido y de difícil adopción por parte de los productores y agricultores. Ello debido a la desconfianza, egoísmo y el equivocado concepto acerca de la competencia. Además, la desconfianza que se tiene con las entidades del sector público es poco fructífera para las asociaciones.

Los problemas a los que se enfrentan la producción y desarrollo de las exportaciones de pisco se vinculan con la capacidad productiva y tecnológica; problemas en la organización y carencia de conocimientos en negocios internacionales (Torres, 2010)

Al diseñar e implementar esquemas de asociatividad exportadora, que luego se desarrollen con compromiso, seriedad y convicción, las empresas participantes podrían superar y corregir las limitaciones a que se ven enfrentadas por su tamaño promedio, como son su débil estructura financiera y bajo acceso a tecnología. Estas limitantes les dificultan generar volúmenes de producción destacados y aplicar economías de escala, lo que les impide generar precios unitarios competitivos. Con este esquema se les facilitaría acceder a tecnologías más idóneas para obtener certificaciones de calidad, requisitos comúnmente exigidos en los mercados internacionales (Lozano, 2010).

2.2.3 La asociatividad empresarial

La asociatividad empresarial surge en base a la necesidad de crecimiento, desarrollo y oportunidades de las pequeñas y medianas empresas frente a un mundo globalizado en el cual cada día resulta más difícil mantener la competitividad y desarrollo sostenible de las mismas. Con la globalización en marcha se forjan grandes integraciones económicas, sociales y políticas; no obstante, dicha apertura internacional provoca desajustes macroeconómicos, o cual se ve plasmado en mayor magnitud en el ámbito industrial.

A pesar de las dificultades que han experimentado las PYMES y que la asociatividad ha resultado ser una alternativa importante para mantenerse activas, es importante que los gobiernos estimulen su desarrollo a través de distintos mecanismos. Estas pueden ser leyes de protección políticas de fomento particularmente en las pequeñas y medianas empresas. (Perez, 2020)

Se entiende como asociatividad empresarial el esfuerzo de cooperación interempresarial que tiene como objetivo mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de sus participantes.

Se diferencia de las asociaciones o gremios empresariales en que estas tienen como objetivo principal la representatividad frente al sector público y la defensa de intereses sectoriales de cara a las políticas públicas que los afectan. (Mathews, 2014)

El tema de asociatividad no es nuevo para el mundo de las PYMES, se ha venido desarrollando desde hace algunos años en muchos países, obteniendo grandes réditos a sus economías y sobre todo enfrentando a la globalización.

Por lo expuesto anteriormente, dentro de la asociatividad, las empresas que la integran deben cumplir con ciertas características para que puedan lograr mantenerse en el mercado siendo más competitivas y productivas. (Abril & Tonon, 2010)

2.2.4 Beneficios de la Asociatividad empresarial

En el ámbito económico: los beneficios pueden derivarse de afrontar con mayor fuerza los riesgos de un nuevo proyecto; mejorar el desarrollo tecnológico de los asociados, o diferenciar el producto, el servicio o la forma de comercialización para obtener ventajas competitivas, entre otros.

En el ámbito político: participar en una estrategia asociativa permite obtener mayor representatividad o apoyo ante organismos públicos y privados, conseguir apoyo financiero, legal o estatal, entre otros. Dicho de otro modo, “la unión hace la fuerza”.

En el ámbito social y cultural: la asociatividad permite generar espacios y conductos para compartir o desarrollar conocimientos, innovaciones o mejoras, lograr mayor flexibilidad organizacional para reaccionar rápidamente a las necesidades del

mercado, o desarrollar mayor tolerancia para el trabajo con los demás. (Promperu., 2013)

Los principales beneficios son las siguientes:

- Economías de escala: en sentido estricto, es la reducción de los medios que se generan al aumentar los volúmenes de producción. En términos más generales, es el conjunto de ventajas que las empresas pueden lograr cuando alcanzan importantes volúmenes de producción. Entre otro cabe destacar lo siguiente:
 - La reducción de costos por concepto de la compra de materias productivas primas e insumos en grandes volúmenes.
 - El acceso a mercados que demandan volúmenes considerables de productos, como los supermercados o los mercados de exportación.
 - La incorporación y el uso eficiente de tecnología de alta productividad. Debido a su escasa capacidad productiva, las pequeñas empresas no pueden acceder a estos beneficios. La asociación con otras empresas que experimentan las mismas restricciones permite sortear el obstáculo y alcanzar los mismos beneficios que una empresa de grande tamaño mayor.
- Poder de negociación: mediante la asociación con otras empresas pequeñas y mediana una firma de escaso volumen productivo puede acrecentar su capacidad de negociación con clientes y proveedores alcanzando mejores precios o condiciones más favorables de entrega y pago de insumos.

- Capacidad de aprendizaje: la pertenencia a un grupo constituido por un conjunto de sujetos creíbles y confiables con los que se establece un dialogo fluido, permite a las empresas integrantes de esta organización ampliar sus canales de contacto y sus fuentes de conocimientos. La información recibida a través del grupo, además, tiende a ser focalizada y testada, es decir de más fácil y rápida aplicación para solucionar los problemas de la empresa.
- Capacidad de gestión como señala Camagni (1989), la gestión de las empresas está sujeta a una profunda incertidumbre que afecta su capacidad de para la toma de decisiones estratégicas y, en general, la calidad de su gestión. Las principales causas de esta incertidumbre son la cantidad de información disponible, las alternativas estratégicas y la multiplicidad de escenarios competitivos producto de las relaciones con otros actores económicos. Mientras que las grandes empresas desarrollan internamente las funciones que les permiten controlar estos fenómenos y reducir la incertidumbre correspondiente, las pequeñas y micro empresas pueden alcanzar el mismo, estos resultados tan solo mediante la generación de funciones colectivas como pueden ser: programas compartidos de investigación, asesorías especializadas, sistemas sociales de control de las conductas de los actores locales, etc. (Dini, 2010)

2.2.5 La asociatividad como estrategia de desarrollo

En el entorno actual de globalización de los mercados, renovar el dinamismo de las PYMES es crucial.

Este proceso se puede facilitar si las instituciones nacionales y locales logran motivar mayores dinamismos empresariales mediante efectivos programas de intervención,

nuevas formas de gerenciamiento de grupos asociativos y el tejido de alianzas duraderas.

Convirtiendo a la asociatividad como la herramienta de gestión y de planificación óptima para enfrentar los desafíos del crecimiento, y los peligros/ oportunidades de la globalización. (Busson, 2012)

Los modelos de asociatividad son una herramienta efectiva para que los sectores productivos pequeños y medianos logren insertarse y mantenerse en unos mercados que son cada vez más regionales, abiertos y competitivos. De igual forma es importante resaltar que dichos modelos se constituyen en formas alternativas de generación de riqueza y equidad dentro de los sistemas económicos y sociales de un país.

En ese sentido las alianzas estratégicas se han convertido en una táctica importante para mitigar los impactos de los ciclos económicos, particularmente aquellos en los que la economía atraviesa por dificultades.

La experiencia internacional y nacional sugiere que la organización asociativa de micros pequeñas y medianas empresas, es una forma de competir eficaz y unificadamente con los mercados internacionales (Lozano M. , 2010).

2.2.6 Características de modelos asociativos

Una empresa asociativa rural es una organización conformada mayoritariamente por productores y productoras de pequeña o mediana escala, que está orientada al desarrollo de negocios y busca generar excedentes económicos y beneficios concretos para sus socios y socias.

Las empresas asociativas rurales están constituidas por productores y productoras que:

- Consciente y voluntariamente deciden unir esfuerzos y asociarse
- Tienen intereses y objetivos comunes
- En general, esta voluntad con el tiempo deriva en una institucionalización y se formaliza algún tipo de sociedad jurídica, aunque a veces la asociación se da de manera informal.
- Son dueños del negocio, porque son propietarios de los bienes intangibles (como la marca y el prestigio).
- Son solidariamente responsables ante la sociedad y la actuación de la asociación (el alcance de esto varía de acuerdo con el tipo de forma legal que se adopte, pero ocurre, aunque no se formalice la sociedad).
- Y está ubicada en una zona rural, lo cual muchas veces se traduce en situaciones de marginalidad y menor acceso a servicios. (IICA., 2018)

Una estrategia asociativa presenta las siguientes características:

- Es principalmente un mecanismo de **cooperación**, aunque puede ocurrir que las empresas asociadas compitan entre sí. Por ejemplo, es una feria de productos similares, los asociados compiten entre sí, pero el hecho de cooperar en la comercialización conjunta les permite darse a conocer, disminuir costos y alcanzar mayor volumen de venta, entre otras ventajas.
- Requiere de un cierto grado de **organización**, es decir, distribuir y coordinar tareas y funciones necesarias para el logro de objetivos comunes.

- Tiene cierto grado de **permanencia**. Esto supone una visión de largo plazo de la relación conjunta, que trascienda los problemas coyunturales que pueden dar origen a la estrategia asociativa y se mantenga en el tiempo.
- Supone una **decisión voluntaria** al momento de asociarse. Existe libertad para ingresar o retirarse de la estrategia según los mecanismos que acuerden sus miembros.
- Se orienta al logro de **objetivos comunes** fijados por los asociados. Estos pueden aprovechar ventajas o resolver problemas conjuntos y conservar el control sobre su negocio, es decir, mantener su autonomía. (Promperu., 2013)

2.2.7 Tipos de modelo asociativo

Existen tres tipos de modelos a continuación, se realiza una descripción de los conceptos distrito industrial, clúster y redes empresariales como ejemplos de modelos asociativos

- Distritos industriales: en el marco de los procesos de asociatividad, los distritos industriales se consideran como uno de los modelos más reconocidos en el mundo. De acuerdo con San Martín (2008), los distritos industriales italianos son reconocidos como el punto de partida del estudio de agrupamiento de pequeñas empresas.

En sus comienzos, esta forma de asociatividad se daba mediante la congregación de un grupo de empresas sectorialmente especializadas, que tenían influencia en el bienestar de sus regiones y con la particularidad que no habían sido consecuencia de la acción estatal sino como producto de una articulación relativamente espontánea a partir de organizaciones pequeñas, vinculadas geográfica y culturalmente.

- Clúster: la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OECD (por sus siglas en inglés), señala que la participación en clúster permite a las organizaciones tener acceso a información relevante, obtener bajos costos de transacción, acceder fácilmente a infraestructura y obtener economías de escala de producción. Se han documentado experiencias exitosas en la implementación de clúster empresariales desde la perspectiva de asociatividad
- Las redes de empresa: son un tipo de asociatividad que en la actualidad se posiciona con gran fortaleza debido a su probado impacto en indicadores de competitividad y productividad. (Grueso, Hernan, & Garay, 2009)

Redes de cooperación: conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación. Mantienen diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas.

Articulación comercial: relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, bróker o gestor de negocios

Alianzas en cadenas productivas: en base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.

Alianza en clúster: de manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva

particular, comprende no solo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.

Proyecto conjunto: se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente, pero realiza una actividad empresarial supeditada las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.

Consortios: es aquel donde dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. Los consorcios se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su persona jurídica, pero con una gerencia común. Un consorcio es un acuerdo entre varias empresas cuyo objetivo principal es desarrollar una actividad económica que va a resultar en rendimientos para todas y cada una de ellas. Un caso muy común de consorcio se presenta en las grandes obras de construcción de infraestructura vial, en las cuales se asocian varias empresas (sin llegar a fusionarse) que se especializan o tienen fortaleza en diferentes campos, unas en topografía, otras en geología, otras porque tienen la maquinaria pesada, otras debido a la localidad de sus ingenieros civiles, etc. Otro buen ejemplo se da en comercio exterior, cuando varias empresas fabricantes comercializadoras, transportadoras, se unen (sin perder su autonomía e independencia) para introducirse y operar, de forma conjunta en los mercados externos. (C.E.I., 2010)

2.2.8 Tipos de asociatividad en el Perú

- Asociación: según el artículo 80° del código civil peruano, es una organización estable de personas naturales o jurídicas, o de ambas, que a

través de una actividad común persigue un fin no lucrativo. Donde la asamblea general es el órgano supremo de la asociación.

- Cooperativa: la cooperativa está formada por un grupo de personas naturales o jurídicas que buscan un beneficio común (económico, social o cultural). El objetivo de una cooperativa es promover el beneficio de sus socios por medio de la provisión de bienes y servicios.
- Contratos asociativos (consorcio): según el artículo 445° de la ley general de sociedades, establece que el contrato de consorcio es aquel por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. (Promperu., 2013)

Existen diferentes tipos o modelos de asociatividad empresarial.

- Franquicias: clonando negocios. Con la creciente globalización de los mercados, ya no sorprende en absoluto entrar a un centro comercial o a una tienda en el Perú y notar que exhiben un formato, ambiente, productos y marcas idénticas o muy parecidas a las que encontramos en Colombia, España o Taiwán. Las franquicias se amparan en este concepto y se han convertido en una mega tendencia de escala mundial. Así, el franchising se entiende como un modelo de negocio mediante el cual una empresa que ha sido exitosa en un determinado rubro – franquiciador o franquiciante – transmite a otra – franquiciado – el derecho de uso de su marca comercial más el KNOW HOW de su negocio a cambio de un pago inicial más un porcentaje de las regalías.

- Consorcios: cuando $1 + 1$ es más que 2, la sinergia se define como la integración de elementos que nos ofrece como resultado algo más grande que la simple suma de estos. En el ámbito empresarial este concepto se traduce en estrategias para ser más competitivos. Una de ellas corresponde a los consorcios. Bajo este escenario, una mirada a la estructura y la performance de las empresas peruanas nos permite identificar algunas características interesantes de cara a sus posibilidades de crecimiento sostenido.
- Joint Venture: la apertura comercial y la creciente competencia derivada de ella obliga a las empresas a replantear sus negocios y a reinventarse periódicamente. Algunas apuestan por desarrollarse solas y crecer en forma progresiva según sus posibilidades individuales, mientras otras se abren a contemplar posibilidades de alianzas estratégicas. En este segundo escenario, uno de los modelos interesantes para firmas de diferentes sectores es el llamado joint Venture. (Mathews, 2014)

2.2.9 Condiciones del modelo asociativo

A pesar de las amplias bondades que el mecanismo de asociatividad promete para el sector pyme, su viabilidad está restringida básicamente por los factores:

- La falta de una cultura de cooperación entre empresas.
- La ausencia de un entorno institucional que estimule y soporte la existencia de mecanismos de cooperación.
- La confusión del término con otros tipos de estrategias individuales y colectivas.

- La falta de difusión de las experiencias que pueden ser tipificadas como practica de asociatividad.

Otra restricción para materializar acuerdos de cooperación como el de la asociatividad, deriva de las políticas macroeconómicas de los países que restringen negativamente la competitividad a través de protecciones arancelarias o subsidios indiscriminados e ineficientes.

La asociatividad tiende a confundirse con una asociación de empresas que enfrentan problemas comunes y que requieren asociarse para presionar ante otra empresa o instancia gubernamental para una solución.

Para enfrentar las restricciones a la viabilidad de la asociatividad y garantizar el éxito de la misma se requieren diferentes acciones por parte de las empresas que están involucradas directa e indirectamente en el proceso. (Olave, 2005)

2.2.10 Análisis Foda

Proviene del acrónimo en ingles SWOT, en español las siglas FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir las oportunidades y amenazas.

¿Cómo identificar las fortalezas y debilidades? Una fortaleza de la organización es alguna función que esta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con atributos psicológicos y su evidencia de competencias. Otro aspecto identificado como una Fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro que brinda la organización y una situación favorable en el medio social.

Una debilidad de una organización se define como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil.

Identificar oportunidades y amenazas.

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. Las oportunidades y amenazas no solo pueden influir en la atractividad del estado de una organización; ya que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico, pero lo importante de este análisis es evaluar sus fortalezas y debilidades, las oportunidades y las amenazas y llegar a conclusiones. (Ponce, 2006)

2.2.11 Competitividad Empresarial

La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo

a causa de las presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes.

En un mundo en que la competencia es cada vez más internacional, las naciones resultan más importantes y no menos. Como la base de la competencia se ha desplazado cada vez más hacia la creación y asimilación de conocimientos, ha aumentado la importancia del papel de la nación. La ventaja competitiva se crea y mantiene a través de un proceso muy localizado. Las diferencias de una nación en valores, cultura, estructuras económicas, instituciones e historia contribuyen todas ellas al éxito competitivo. Existen diferencias sorprendentes en los patrones de competitividad en cada país, ninguna nación puede ni podrá ser competitiva en todos los sectores, ni siquiera en la mayoría de ellos, en definitiva, las naciones triunfan en sectores determinados debido a que el entorno nacional es más progresivo, dinámico y estimulante. (Porter, 1990)

Cuando se habla de competitividad empresarial se hace referencia a uno de los niveles que conforman la competitividad global (país, región, industria, empresa). La competitividad de la empresa es producto de la interacción que se da entre todos los niveles socioeconómicos, los que se condicionan entre sí, pero también sus propias decisiones, en una sucesión de juegos que podríamos llamar estratégicos. Así la competitividad de las empresas define la de los países, de las regiones y de las industrias, algunas industrias definen la competitividad de sus naciones, algunas naciones tienen políticas económicas tan focalizadas que definen la competitividad de sus empresas y así sucesivamente.

En términos de Abdel & Romo (2005), la competitividad de la empresa se ve afectada por las condiciones que imperan al nivel de la industria y de la región, pero al mismo

tiempo, la competitividad de empresas, industrias y regiones se ve afectada por las condiciones prevalecientes al nivel nacional. (Lopez & Cabrera, s,f,)

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Agricultura

La agricultura comprende una serie de actividades realizadas por el hombre que va desde trabajar la tierra, con el fin de producir una variedad de alimentos como verduras, frutas, hortalizas, cereales

Asociación rural

La asociación rural es la unión de pequeños productores para mejorar su estrategia de competitividad y así hacerles frente a los mercados internacionales que son muy exigentes en la calidad del producto.

Esta asociación es beneficiosa para los socios ya que cuentan con mayor capacidad de producción y por ende una mejora en los ingresos económicos de cada socio.

Cadena productiva

Es un conjunto de agentes económicos relacionados entre si, desde la provisión de insumos, producción, transformación hasta llegar al consumidor final con un determinado producto

Clúster

Es la constitución de empresas u organizaciones geográficamente para hacerle frente a mercados competitivos

Competitividad

Es la capacidad de producir un determinado producto o servicio para cumplir con la satisfacción de los consumidores, minimizando precios y maximizando los recursos

Estrategias

Es una serie de acciones que influyen en la toma de decisiones de la organización, consecuentemente a alcanzar los objetivos planificados a los mejores resultados

Mercado

Es un determinado lugar donde los ofertantes y demandantes hacen una transacción de compra o venta de un determinado producto o servicio

Participación

Se denomina participación cuando un agente económico participa en una transacción económica y financiera

Productores

Denominados productores son las personas que realizan la tarea de cultivar y trabajar la tierra para producir alimentos ya sea para consumo o para la comercialización en un determinado mercado local o regional

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis general

La asociatividad como estrategia contribuye para mejorar directa y significativamente la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

2.4.2 Hipótesis específico

Los indicadores y estrategias de asociatividad mejoraron en los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Los factores de competitividad son la calidad del producto y la capacidad de producción de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

La relación es significativa entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Mediante acciones concretas y políticas de desarrollo empresarial se logrará mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

2.5 VARIABLES

2.5.1 Definición conceptual de las variables

Asociatividad: Estrategia para enfrentar los mercados globalizados y la creciente competencia entre empresas del país y el exterior (Promperú., 2013)

Competitividad: Es la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas competitivas que les permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

2.5.2 Definición operacional de las variables

Asociatividad: Los modelos de asociatividad son una herramienta efectiva para que los sectores productivos pequeños y medianos logren insertarse y mantenerse en unos mercados que son cada vez más regionales, abiertos y competitivos.

Competitividad: La competitividad incluye tanto la eficiencia (alcanzar metas al menor costo posible) y efectividad (tener las metas adecuadas). Esta elección de las metas incluye tanto en el cómo los medios para lograrlo

2.5.3 Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Variable 1 Asociatividad	Indicadores de Asociatividad	Rentabilidad	cuestionario
		Costos	cuestionario
		Productividad	cuestionario
		Participación del Mercado	cuestionario
	Estrategias de Asociatividad	Ayudas del estado	cuestionario
		Número de Socios	cuestionario
	Participación	Participación laboral	cuestionario
Variable 2 Competitividad	Eficiencia	Productividad anual	cuestionario
		Costo de producción	cuestionario
	Efectividad	Oferta – demanda	cuestionario
		Innovación	cuestionario
		Industrialización	cuestionario

CAPÍTULO III

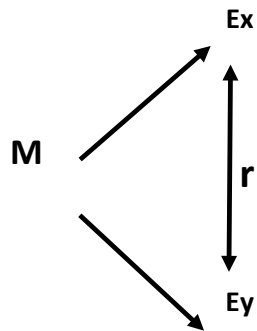
3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Tipo de Investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2015), con respecto a la investigación de Tipo Descriptivo menciona que “buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades, o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”, además siendo la investigación de tipo correlacional el autor menciona que “este tipo de estudio tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más variables.

El diseño de correlacional tiene el siguiente esquema:



Donde:

- M = Muestra de socios
- Ex = Evaluación de la variable asociatividad
- Ey = Evaluación de la variable competitividad
- R = Relación entre las variables

3.1.2 Nivel de Investigación

Según Ñaupas et. al. (2014), se clasifica en un nivel descriptivo, cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones, clasificación de los objetos, personas, agentes e instituciones o de los procesos naturales o sociales (p.92)

3.1.3 Diseño de Investigación

El diseño fue la no experimental ya que estudia hechos o sucesos situación sin manipulación alguna que modifique el comportamiento (Hernandez-Sampieri & Baptista, 2010) además es un corte transversal puesto que el proceso de recolección de datos se realiza en un solo tiempo o un momento determinado.

3.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE ESTUDIO

La presente investigación será realizada en el centro poblado de Chucaripo ubicado dentro del Distrito de Samán, Provincia de Azángaro, Región de Puno, con los pequeños productores de quinua de la zona

En el centro poblado los pequeños productores poseen un área estimada de una hectárea y media producto de las sumatorias de todas las parcelas de los socios del Centro Poblado de Chucaripo.

3.2.1 Ubicación geográfica

El centro poblado de Chucaripo está ubicado dentro del distrito de samán, provincia de Azángaro, en la región de puno a 3859 m.s.n.m. perteneciente a uno de los 5 centros poblados del distrito de samán

3.2.2 Accesibilidad

Acceso desde la ciudad de Juliaca

El acceso al centro poblado de Chucaripo es desde la ciudad de Juliaca, está a una distancia de 38 km a 1 hora por carretera

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población

La presente investigación está constituida por una cantidad de 30 Productores de quinua del Centro Poblado de Chucaripo

3.3.2 Muestra

Ñaupas et al (2014): “La muestra es el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo. Es decir, una muestra es representativa si reúne las características de los individuos del universo”.

Con respecto al tamaño de muestra (Ñaupas et al, 2014,)” cuando se trata de investigaciones, más serias es necesario recurrir a procedimientos matemáticos – estadísticos, cuya fórmula es”

$$M = \frac{Z^2 * (P * Q) * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * (P * Q)}$$

Donde:

M = muestra

Z = Nivel de Confianza 95% =1.96

E = Nivel de Error: 05%/100=0,05

P = Probabilidad de Éxito: 55%/100=0.55

Q = Probabilidad de Fracaso 45%/100=0,45

N = Total de Población = 30

Reemplazando los datos se tiene:

$$M = \frac{(1.96)^2 * (0.55 * 0.45) * 30}{(0.05)^2 * (30 - 1) + (1.96)^2 * (0.55 * 0.45)} = 28$$

Por lo tanto, se trabajará con 28 socios, donde los dos socios restantes se toma parte reserva de criterios de exclusión e inclusión

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Técnicas

Se aplicó como técnica la encuesta, siendo una técnica aplicada y utilizada en la investigación siendo eficiente en el recojo de datos de forma eficaz que es un método de obtención de información para generar estadísticas que normalmente se utiliza para estudios de mercado se emplean para conocer los gustos, preferencias y costumbres de los clientes de tu empresa o de tus potenciales clientes.

3.4.2 Instrumentos

Se utilizó un cuestionario el cual se estructura en relación a las variables de Asociatividad tomando los indicadores de rentabilidad, costos, productividad, participación del mercado con una cantidad de Ítems de Escala Likert y de la misma manera se desarrollará la variable competitividad teniendo las dimensiones de eficiencia y efectividad de la asociación que se pueda trabajar.

3.5 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

3.5.1 Validez del instrumento

La validez del instrumento se realizó por dos métodos, la primera por el método de juicio de expertos con una cantidad de 3 expertos en la materia de investigación donde el promedio de viabilidad de estudio llegue a concretarse al 95%. También se realizó la prueba piloto con una cantidad de 10 personas que representan el 33% del total de la muestra teniendo los datos se realizó la prueba binominal a cada ítem teniendo así un valor de 0,024 cuyo valor sea menor a 0.05, quedando así un instrumento viable, para lo cual se hizo contó con la asesoría del ingeniero estadístico experto en validaciones y procesamiento de datos Lenin Hugo Neyra Churata de la Universidad Nacional del Altiplano.

3.5.2 Confiabilidad del instrumento

En el ámbito de la confiabilidad de la encuesta se digitalizó los datos de la prueba piloto al programa estadístico SPSS V. 26 y se determinó con Alfa de Cronbach que es un coeficiente usado para saber cuál es la fiabilidad de una encuesta y también es un recurso muy utilizado para medir la confiabilidad para encuestas con más de dos escalas de medidas, cuyo valor sea mayor de 0. 5 garantizando una confiabilidad alta.

Tabla 1. Coeficiente de confiabilidad del Instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,689	16

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO

3.6.1 Plan de recolección de datos

El plan de recolección de datos se inició con la solicitud al presidente para la firma del consentimiento informado, seguidamente se realizó la encuesta a todos los socios potenciales evitando el sesgo en la información.

La recolección de la información será recogida de los 28 socios de la muestra y así obtener la información requerida de las actividades que se realizan en la sociedad de pequeños productores del centro poblado de Chucaripo

3.6.2 Plan de Procesamiento

Una vez recolectado los datos en las encuestas se realizó la digitalización de datos en el programa estadístico SPSS Versión 26 procesando los datos bajo las escalas valorativas (Estaninos) dadas según la cantidad de ítems estructurados y exportando tablas de frecuencia según los objetivos planteados en la presente investigación.

El diseño de contratación de hipótesis se determinó por el método de Rho de Spearman donde este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos. Existen dos métodos para calcular el coeficiente de correlación de los rangos: uno, señalado por Spearman y otro, por Kendall

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Análisis de los indicadores y estrategias de asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Tabla 2. Indicadores de Asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Indicadores		Ha bajado mucho	Ha bajado poco	Se mantiene igual	Ha mejorado poco	Ha mejorado mucho	Total
¿Al asociarse a mejorado su rentabilidad?	N	0	0	1	14	13	28
	%	0,0%	0,0%	3,6%	50,0%	46,4%	100,0%
¿Le resulta rentable la producción de quinua?	N	0	0	0	14	14	28
	%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
¿Al asociarse los costos de siembra de la quinua disminuyeron?	N	9	17	1	1	0	28
	%	32,1%	60,7%	3,6%	3,6%	0,0%	100,0%
¿Los costos de transporte disminuyeron?	N	9	18	1	0	0	28
	%	32,1%	64,3%	3,6%	0,0%	0,0%	100,0%
¿Al asociarse a mejorado la productividad?	N	0	0	0	15	13	28
	%	0,0%	0,0%	0,0%	53,6%	46,4%	100,0%
¿Al asociarse a mejorado su participación en el mercado?	N	0	0	8	18	2	28
	%	0,0%	0,0%	28,6%	64,3%	7,1%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

En la tabla N° 2 y figura N° 1 respectivamente se presentan los resultados acerca de los indicadores de asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de chucaripo, puno 2021, según los indicadores los resultados muestran lo siguiente:

Del 100% de los encuestados que el 50 % indica que al asociarse a mejorado poco su rentabilidad, seguido de un 46.4 % indica que al asociarse ha mejorado mucho su rentabilidad, mientras tanto un 3.6 % indica que al asociarse se mantiene igual su rentabilidad

Del 100% de los encuestados que el 50% indica que le resulta muy rentable la producción de quinua, mientras que el otro 50% manifiesta que le resulta poco rentable la producción de quinua

Del 100 % de los encuestados que el 60.7% indica que al asociarse ha bajado poco los costos de siembra de la quinua, seguido del 32.1% que indica que al asociarse ha bajado mucho los costos de siembra de la quinua, mientras tanto un 3.6% manifiesta que al asociarse se mantiene igual los costos de siembra de la quinua, seguido de un 3.6% que manifiesta que han subido poco los costos de producción

Del 100% de los encuestados que el 64.3% indica que los costos de transporte han bajado poco, mientras tanto un 32.1% indica que han bajado mucho los costos de transporte, seguido de un 3.6% que manifiesta que los costos de transporte se mantienen igual

Del 100% de los encuestados que el 53.6% indica que al asociarse ha mejorado poco su productividad, seguido de un 46.4% que manifiesta que al asociarse ha mejorado mucho su productividad

Del 100% de los encuestados que el 64.3% indica que al asociarse ha mejorado poco su participación en el mercado, seguido de un 28.6% que al asociarse indica que se mantienen igual su participación en el mercado, mientras tanto un 7.1% indica que al asociarse ha mejorado mucho su participación en el mercado.

De acuerdo con el autor “Martínez” la asociatividad permite, a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor envergadura

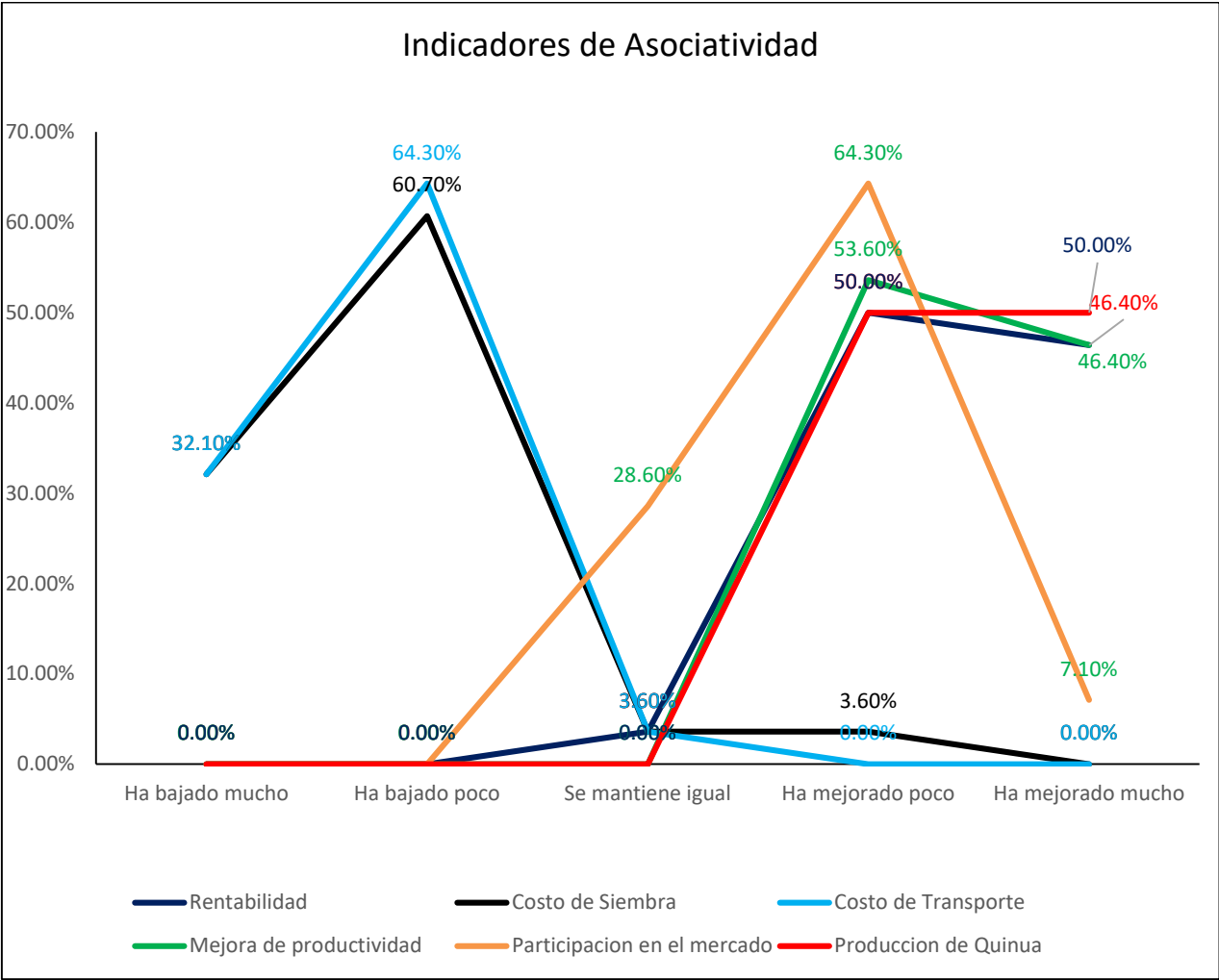


Figura 1. Indicadores de Asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Fuente: Tabla 2

Tabla 3. Estrategias de Asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Estrategias de Asociatividad		Siempre	Casi siempre	Ocasionalmente	Casi nunca	Nunca	Total
¿Al asociarse reciben capacitaciones por parte del estado?	N	0	1	27	0	0	28
	%	0,0%	3,6%	96,4%	0,0%	0,0%	100%
¿Al asociarse reciben ayuda económica o prestamos por parte del estado?	N	0	6	22	0	0	28
	%	0,0%	21,4%	78,6%	0,0%	0,0%	100%

En la tabla N° 3 se presentan los resultados acerca de las estrategias de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo, Puno 2021, según los indicadores los resultados muestran lo siguiente:

Del 100% de los encuestados que el 96.4% que al asociarse reciben ocasionalmente capacitaciones por parte del estado, seguido de un 3.6% que indica que al asociarse casi siempre reciben capacitaciones por parte del estado.

Del 100% de los encuestados que el 78.6 que al asociarse reciben ocasionalmente ayuda económica o prestamos por parte del estado, mientras tanto un 21.4% manifiesta que al asociarse reciben casi siempre ayuda económica o préstamos por parte del estado.

La asociatividad contribuye con estrategias para los pequeños productores de esta manera al estar asociados el estado puede brindarles apoyo para su crecimiento y desarrollo dentro del mercado competitivo como una organización

Tabla 4. Satisfacción sobre la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

¿Al asociarse los socios se sienten satisfechos?	N	%
Algo Satisfechos	2	7,1%
Satisfechos	23	82,1%
Totalmente Satisfechos	3	10,7%
Total	28	100,0%

En la tabla N° 4 se presentan los resultados acerca de la satisfacción sobre la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de chucaripo, puno 2021, según los indicadores los resultados muestran lo siguiente:

Del 100% que el 82.1% que al asociarse los socios se sienten satisfechos, seguido de un 10.7% que al asociarse los socios se sienten totalmente satisfechos, mientras tanto un 7.1% manifiesta que al asociarse los socios se sienten algo satisfechos.

La satisfacción de los socios es lo primordial dentro de una asociación ya que esto ayuda a que cada socio se desenvuelva de manera buena y de esta manera contribuye al crecimiento de la organización al haber un buen o agradable clima organizacional

Tabla 5. Análisis descriptivo de la productividad en base a la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Indicadores	Muestra	Mínimo	Máximo	Suma	Media	Desv. Desviación
Metros cuadrados de siembra de Quina	28	250	1200	17650	630,36	257,962
Gastos de siembra	28	106	509	7487	267,39	109,436
Cosecha en arrobas	28	3	16	234	8,36	3,477

En la tabla N° 5 se presentan los resultados acerca del análisis descriptivo de la productividad en base a la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo, puno 2021, según los indicadores los resultados muestran lo siguiente:

De una muestra de 28 encuestados el mínimo de metros cuadrados de siembra de quinua es de 250 m², con un gasto de siembra de 106 soles y una cosecha de 3 arrobas de quinua.

De una muestra de 28 encuestados el máximo de metros cuadrados de siembra de quinua es de 1200 m², con un gasto de 509 soles y una cosecha de 16 arrobas de quinua.

Los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo al tener pequeñas parcelas tenían una desventaja para producir quinua, al asociarse esta desventaja pasa a ser una ventaja competitiva ya que pueden producir en grandes cantidades la quinua

$$\begin{aligned} \text{Productividad} &= \frac{\sum \text{Produccion}}{\sum \text{Metros cuadrado}/10000 \left(\frac{ha}{m^3}\right)} = \frac{7487 \text{ arrobas}}{1,765} \\ &= 4241.9 \text{ arrobas}/ha \end{aligned}$$

4.1.2 Evaluación de factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Tabla 6. Eficiencia en la competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Eficiencia		Ha bajado mucho	Ha bajado poco	Se mantiene igual	Ha mejorado poco	Ha mejorado mucho	Total
¿Al asociarse como ha mejorado su producción anual?	N	0	0	0	17	11	28
	%	0,0%	0,0%	0,0%	60,7%	39,3%	100%
¿Al asociarse ha disminuido Los costos de producción?	N	9	17	2	0	0	28
	%	32,1%	60,7%	7,1%	0,0%	0,0%	100%

En la tabla N° 6 se presentan los resultados acerca de la evaluación de factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo, Puno 2021, según los indicadores los resultados muestran lo siguiente:

Del 100% de los encuestados que el 60.7% indica que al asociarse ha mejorado poco su producción anual, seguido de un 39.3% que indica que al asociarse ha mejorado mucho su producción anual.

Del 100% de los encuestados que el 60.7% indica que al asociarse ha disminuido poco los costos de producción, seguido de un 32.1% indica que al asociarse ha disminuido mucho los costos de producción, mientras tanto un 7.1% manifiesta que al asociarse los costos de producción se mantienen igual.

Al asociarse los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo mejoraron su producción anual ya que reciben capacitaciones y así mismo lograron disminuir sus costos de producción ya que trabajan de una manera más eficiente en la asociación

Tabla 7. Efectividad en la competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Efectividad		Ha bajado mucho	Ha bajado poco	Se mantiene igual	Ha mejorado poco	Ha mejorado mucho	Total
¿Al asociarse como ha mejorado la oferta- demanda?	N	0	0	12	16	0	28
	%	0,0%	0,0%	42,9%	57,1%	0,0%	100%
¿Al asociarse han innovado en la oferta de la quinua?	N	0	4	23	1	0	28
	%	0,0%	14,3%	82,1%	3,6%	0,0%	100%
¿Al asociarse como ha mejorado la industrialización?	N	0	0	7	21	0	28
	%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	100%

En la tabla N° 7 se presentan los resultados acerca de la efectividad en la competitividad de los pequeños productores del centro poblado de chucaripo, puno 2021, según los indicadores los resultados muestran lo siguiente:

Del 100% de los encuestados que el 57.1 indica que al asociarse ha mejorado poco la oferta-demanda de la quinua, seguido de un 42.9 que indica que al asociarse se mantiene igual la oferta-demanda de la quinua.

Del 100% de los encuestados que el 82.1% indica que al asociarse las innovaciones se mantienen igual en la oferta de la quinua, seguido de un 14.3% que indica que al asociarse ha bajado poco las innovaciones en la oferta de la quinua, mientras que un 3.6% manifiesta que al asociarse las innovaciones ha mejorado poco en la oferta de la quinua.

Del 100% de los encuestados que el 75% indica que al asociarse ha mejorado poco la industrialización, seguido de un 25% que indica que al asociarse se mantienen igual la industrialización.

La oferta demanda de la quinua no ha crecido mucho debido a que falta sacar al mercado un producto diferente al que ofrecen las demás asociaciones a medida que los socios reciban

capacitaciones esto mejorara, lo mismo para el tema de la industrialización al ser pequeños productores necesitan ayudas por parte del estado

4.1.3 Relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Tabla 8. Relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua

Relación		Nivel de Competitividad			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Nivel de Asociatividad	Bajo	N	2	0	0	2
		%	7,1%	0,0%	0,0%	7,1%
	Regular	N	0	1	3	4
		%	0,0%	3,6%	10,7%	14,3%
	Alto	N	0	8	14	22
		%	0,0%	28,6%	50,0%	78,6%
Total	N	2	9	17	28	
	%	7,1%	32,1%	60,7%	100,0%	

En la tabla N° 8 se presentan los resultados acerca de la relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo, Puno 2021, según los indicadores los resultados muestran lo siguiente:

Del 100% de los encuestados que el 78.6% tiene un nivel de asociatividad alto de los cuales el 50% de los encuestados menciona que tiene un nivel de competitividad alto, seguido de un 28.6% menciona que un nivel de competitividad regular siendo estos datos mayores que resaltan la relación entre el nivel de asociatividad y el nivel de competitividad

Tabla 9. Cuadro de Contraste de Hipótesis según Pearson y Spearman

Medidas simétricas					
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,512	,207	3,041	,005 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,265	,228	1,402	,173 ^c
N de casos válidos		28			
a. No se presupone la hipótesis nula.					
b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.					
c. Se basa en aproximación normal.					

Según la tabla 9 se muestra el cuadro de contraste de Hipótesis donde se muestra un valor $p = 0,005$ que indica según el planteamiento de hipótesis

H0= La relación no es significativa entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

H1= La relación es significativa entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Regla de decisión:

Se acepta H0 y se rechaza H1= $p > 0,05$; Rho = 0,000

Se acepta H1 y se rechaza H0 = $p < 0,05$; Rho \neq 0,000

Según la tabla 9 cumple la segunda tabla de decisión y por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna concluyendo que la asociatividad como estrategia contribuye para mejorar directa y significativamente la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021.

Además, se muestra un Rho de Spearman de 0,512 lo cual significa que tiene una asociación positiva moderada es decir que mientras mejore la estrategia de asociatividad, la competitividad aumentara moderadamente.

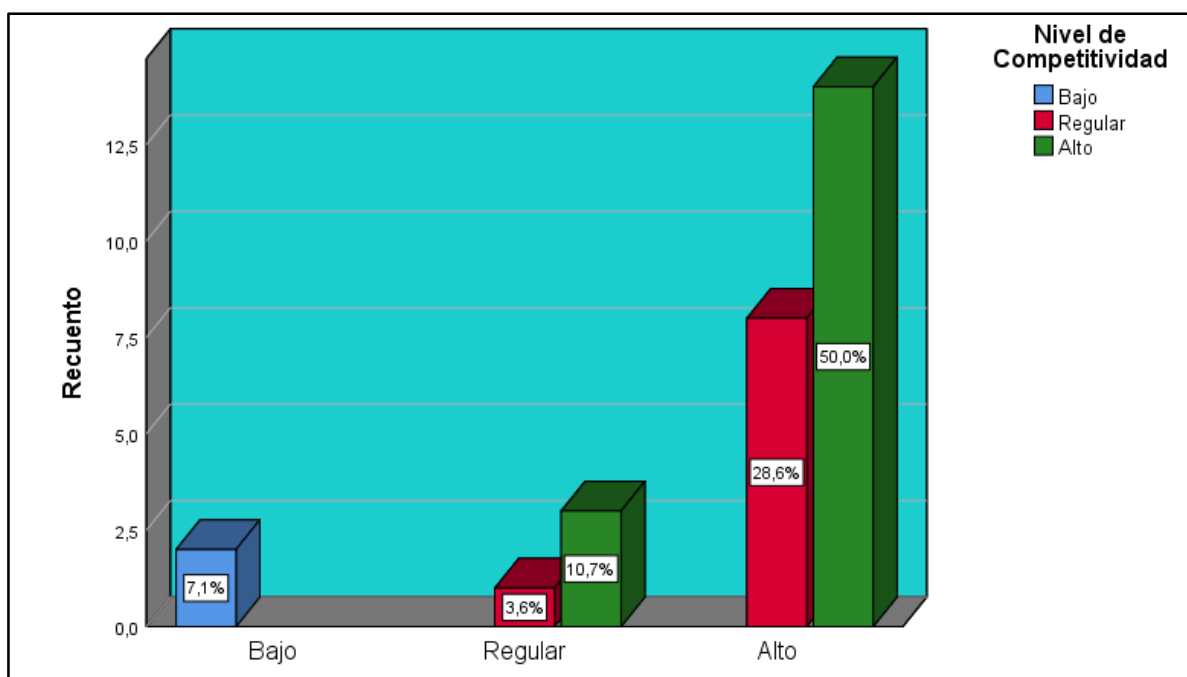


Figura 2. Relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua
Fuente: Tabla 6

4.1.4 Propuesta de acciones para mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021.

- Adquirir más parcelas para aumentar la producción de quinua
- Poner más énfasis en las capacitaciones para mejorar la producción
- Mejorar la participación de los socios mediante un acuerdo con todos los socios
- Innovar en los productos ofrecidos en base a la quinua
- Buscar ayudas por parte del estado para recibir constantemente capacitaciones
- Buscar especialistas en producción de quinua para mejorar en la producción

CAPITULO V

5. DISCUSIÓN

La producción de quinua para la exportación al exterior del país es un gran reto para los pequeños productores ya que no cuentan con una asociatividad como estrategia para hacerle frente a los grandes mercados y a la competitividad que esta exige ya que el mercado internacional es muy competitivo.

De acuerdo a los resultados arribados en nuestro estudio, en relación al objetivo general se evaluó que la asociatividad es una de las estrategias que contribuye en la mejora de competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021, a pesar que los productores consideran que poco a contribuido en la mejora de competitividad, siendo diferente con el estudio Mauricio L. (2014), quien determinó que la asociatividad como estrategia, contribuye a mejorar la competitividad de la Red de Productores de quinua Sánchez Carrión, ubicándolo en el rango "muy buenos", de igual manera Ávila, Ceballos y Fernández (2019), quienes refirieron que la asociatividad es la mejor forma de generar desarrollo y valor compartido, el cual permite mejorar la competitividad, asimismo Vásquez B. (2020), en su estudio concluyo que la posición asociativa de la Cooperativa Agraria Allima Cacao es buena y está determinada por factores que aportan a mejorar la competitividad.

En relación al primer objetivo específico, se logró analizar que los indicadores y estrategias de asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021, son: el asociarse a mejorado mucho la rentabilidad (46%), asimismo el (50%) señala que es muy rentable la producción de la quinua, asimismo el 60.7% refieren que al asociarse ha bajado poco los costos de siembra, el 46,4% indicaron que al asociarse mejoro mucho la productividad, en relación a las estrategias de asociatividad de los pequeños productores es que el estado les capacita ocasionalmente (96,4%) y el 78,6% al asociarse reciben ayuda o prestamos por parte del estado, concordando con el estudio de Algalobo B.P., Pusse (2017), quien determino que el escaso apoyo del estado en temas de capacitación repercuten en el desarrollo de esta actividad productiva, de igual manera Vásquez B. (2020), señala que es importante la capacitación por los que es importante que la asociación de productores posea capacidad de gestión de la asociatividad con un cuerpo directivo pequeño y competente que logre alianzas estratégicas para asistencia técnica y capacitación, por lo que no siempre se debe esperar el apoyo del estado en un contexto como la nuestra.

En lo referido al objetivo específico dos, se evaluó los factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021, en su indicador de eficiencia donde el 60.7% indica que al asociarse ha mejorado poco su producción anual y a su vez hubo una disminución poco los costos de producción, datos contrarios se reportaron en el estudio de Ávila, Ceballos y Fernández C.A. (2019), quienes determinan que los factores que se relaciona a la asociatividad son los esfuerzos colectivos y la visión de objetivos comunes, cuando el desarrollo individual se nota afectado debe optarse por la implantación estrategias asociativas con el fin de generar competitividad por medio de productos y procesos que sostengan un valor agregado, los cuales permitan dar paso a la

entrada de estas asociaciones en el mercado tanto interno como externo, por lo que es importante determinar los factores que intervienen en la implementación de esta estrategia, de igual manera Tovar (2017) menciona que es clave tener en cuenta estos factores: Actividad Agraria, costos de producción, educación, medio de comunicación, innovación, ubicación geográfica, dinámica del sector agrícola del departamento y vías de acceso, siendo así que aplicar esta estrategia de asociarse los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo mejoraron su producción anual ya que reciben capacitaciones y así mismo lograron disminuir sus costos de producción ya que trabajan de una manera más eficiente en la asociación

En relación al tercer objetivo específico, se logró determinar que la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021, el alta en un 50%, es decir a mayor la competitividad será también mayor, concordando con el estudio de Hurtado (2019), quien en su estudio concluyo que la asociatividad de los productores de mango influye positivamente en el desarrollo de la oferta exportable del valle de Chulucanas de la región Piura”, obteniendo un nivel de fiabilidad alto y consistente, ya que la asociatividad como se demostró en la presente tesis, ayuda a los productores no sólo en el tema económico mejorando su estilo y calidad de vida, sino también en el aspecto social, ya que, como una asociación formal, generarán facilidades para salir al mercado extranjero, dando oportunidades a cada vez más productores de la zona, de igual manera Marce (2016) determinó que el tipo de asociatividad empresarial se asocia con productividad, debido que del total de productores de la AEO Villa Socca el 53.6% indican que conocen este tipo de asociatividad y han decidido aplicarla para su organización; con este modelo los productores han experimentado mayores beneficios como mayor

cooperación, trabajo en equipo, mayor comunicación y confianza con el único propósito de mejorar los negocios conjuntos.

En relación al objetivo específico cuatro, se propuso las siguientes acciones para mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021, Adquirir más parcelas para aumentar la producción de quinua, poner más énfasis en las capacitaciones para mejorar la producción, mejorar la participación de los socios mediante un acuerdo con todos los socios, innovar en los productos ofrecidos en base a la quinua, buscar ayudas por parte del estado para recibir constantemente capacitaciones, buscar especialistas en producción de quinua para mejorar en la producción, al respecto Tovar (2017) señala que es importante proponer elementos que establezcan la configuración de la estrategia de asociatividad convirtiéndose en un factor clave de éxito para que su producción sea competitivo en los mercados nacionales e internacionales.

CONCLUSIONES

La asociatividad como estrategia contribuye directa y moderadamente mejorando indicadores y trayendo nuevas estrategias en la mejora de la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Los indicadores como la rentabilidad y la productividad mejoraron significativamente, asimismo bajaron los costos de siembra, costos de transporte en los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021 y las estrategias fueron como la obtención de capacitaciones del estado, facilidad en ayudas económicas y préstamos por parte el estado en el proceso de la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Los factores que mejoraron con la asociatividad es el rango de la oferta y demanda, la innovación para la oferta de quinua e industrialización de la quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Según la correlación de Spearman la relación es positiva moderada ($Rho 0,512$) entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021, es decir que mientras mejore la estrategia de asociatividad, la competitividad aumentara moderadamente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a todos investigar bajo un diseño experimental la propuesta de estrategias en la mejora de competitividad internacional en el marco de la exportación de la quinua como granos andinos junto al programa sierra exportadora

Se recomienda mejorar mediante diversas estrategias la rentabilidad y la productividad en la producción de quinua y en los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021

Investigar la situación gubernamental en la exportación de la quinua a nivel internacional como las demandas y la asociatividad a nivel regional y satisfacer las demandas internacionales

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abril, M., & Tonon, L. (2010). *Propuesta de Asociatividad de las Pymes de Cuenca como medio de Fomentar Exportaciones*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Algalobo, B., & Pusse, K. (2017). *asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportacion del limon sutil del distrito de Olmos*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Avila, L., Ceballos, E., & Fernandez, C. (2019). *Estrategias para la asociatividad de los pequeños productores de mango del Municipio de Cienaga con mira a la Exportacion*. Cienaga: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Busson, J. (2012). *La asociatividad como estrategia de desarrollo*. Argentina: Facultad de Ciencias de la Gestion - UADER.
- C.E.I. (2010). *Asociatividad*. Managua: Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua.
- Dini, M. (2010). *Competitividad, redes de empresa y cooperacion empresarial*. Santiago: CEPAL.
- Fontecha, E. (2015). *Estado del Arte sobre Asociatividad y Competitividad como Herramienta de Mercadeo Agropecuario*. Universidad de la Salle.
- Gomez, D., & Renteria, L. (2017). *La asociatividad como estrategia competitiva para los pequeños productores agricolas en el municipio de Turbo*. Turbo: Corporacion universitaria minuto de dios turbo-antioquia.
- Gomez, L. (2011). *Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Mexico: Estudios Agrarios.
- Grueso, M., Hernan, J., & Garay, L. (2009). *Procesos de asociatividad empresarial aproximaciones conceptuales e impacto economico, social y organizacional*. Colombia: Universidad del Rosario.

- Guerrero, D. (2019). *Propuesta de Asociatividad para Mejorar la Gestion y Competitividad de los Productores de Pimiento en el Distrito de Motupe Region de Lambayeque*. Motupe : Universidad de Catolica Santo Toribio de Mogrovej.
- Hernandez-Sampieri, R., & Baptista, M. (2010). *Metodologia de la Investigación* (5ta ed.). Mexico: McGRAW-HILL.
- Hurtado, G. (2019). *Asociatividad de pequeños Productores de Mango como Estrategia de Desarrollo de la oferta exportable del Valle de Chulucanas de la Region Piura*. Chulucanas: Universidad San Martin de Porres.
- IICA. (2018). *Asociativismo, modelos posibles y dificultades del relacionamiento*. San Jose: Instituto Interamericano de Cooperacion para la Agricultura.
- Liendo, M., & Martinez, A. (2001). *Asociatividad una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Lopez, P., & Cabrera, A. (s,f.). *La competitividad empresarial, su concepcion y condicionantes: estudio cualitativo con expertos y empresarios*. Red internacional de investigadores en competitividad.
- Lozano, F. (2010). *la Asociatividad como Modelo de Gestion para Promover las Exportaciones en las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia*. Colombia: Revista de Relaciones Internacionales,Estrategia y Seguridad.
- Lozano, M. (2010). *Modelos de asociatividad:estrategias efectivas para el desarrollo de las PYMES*. Bogota: Revista Escuela de Administracion de Negocios.
- Marce, E. (2016). *La Asociatividad Empresarial y su Incidencia en la Gestion Comercial de la Aeo Villa Socca Distrito de Acora*. Acora: Universidad Nacional del Altiplano.
- Mathews, J. (2014). *Asociatividad Empresarial*. Peru: Universidad del Pacifico.
- Mauricio, L. (2014). *La Asociatividad como Estrategia para mejorar la Competitividad de la red de Productores de Quinoa Sanchez Carrion*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.

- Ñaupas, H., Valdivia, M. R., Palacios, J. J., & Romero, H. E. (2014). *Metdología de la investigación Cuantitativa, Cualitativa y redacción de la tesis (4ta. Ed.)*. Lima -Perú: Ediciones de la U.
- Olave, J. (2005). *Propuesta de un modelo asociativo de gestion exportadora a partir del analisis del sector de confecciones del departamento atlantico*. Barranquilla: Pensamiento&Gestion.
- Perez, F. (2020). *Asocitividad Empresarial: Estrategia para la Competitividad de las Pymes en el Ecuador*. Ecuador: Revista Eruditus.
- Ponce, H. (2006). *La Matriz Foda: una alternativa para realizar diagnosticos y determinar estrategias de intervencion de las organizaciones productivas y sociales*. Mexico: Contribuciones a la economia.
- Porter, M. (1990). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Plaza & Janes Editores SA.
- Promperu. (2013). *Asociatividad para el Exterior*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Quillahuaman, D., & Carazas, M. (2018). *La Asociatividad de pequeños Productores como Estrategia para mejorar la Competitividad de las Cadenas de Produccion de mejorar la Competitividad de las Cadenas de Produccion de Hortalizas en el Distrito de san Jeronimo-Cusco 2015*. San Jeronimo: Universidad Catolica Sedes Sapiential.
- Torres, W. (2010). *Asociatividad como Estrategia para Desarrollar las Exportaciones de Pisco del Valle de Cañete*. Cañete: Universidad de san Martin de Porres.
- Tovar, O. (2017). *Asociatividad: estrategia para mejorar la Competitividad de los Productores de Ñame del Departamento de Sucre*. Ñame: Universidad Tecnologica de Bolivar.
- Vasquez, B. (2020). *La asociatividad como estrategia para mejorar la Competitividad de la Cooperativa Agraria Allima Cacao del Distrito de Chazuta, 2018*. Chazuta: Universidad Nacional de san Martin.

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general. ¿De qué manera la asociatividad como estrategia contribuye para mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuáles son los indicadores y estrategias de la asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?</p> <p>¿Cuáles son los factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?</p> <p>¿Cómo es la relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?</p> <p>¿Cómo se lograría mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021?</p>	<p>Objetivo general. Evaluar si la asociatividad es una estrategia que contribuye a mejorar la competitividad de la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>Objetivos específicos. Analizar los indicadores y estrategias de asociatividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>Evaluar los factores de competitividad de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>Determinar la relación entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>Proponer acciones para mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p>	<p>Hipótesis general. La asociatividad Como estrategia contribuye para mejorar directa y significativamente la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>Hipótesis específicas. Los indicadores y estrategias de asociatividad mejoraron en los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>Los factores de competitividad son la calidad del producto y la capacidad de producción de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>La relación es significativa entre la asociatividad y la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p> <p>Mediante acciones concretas y políticas de desarrollo empresarial se logrará mejorar la asociatividad con miras a mejorar la competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo Puno 2021</p>	<p>Variable Independiente Asociatividad</p> <p>Variable dependiente competitividad</p>	<p>Indicadores de asociatividad</p> <p>Estrategias de asociatividad</p> <p>participación</p> <p>eficiencia</p> <p>efectividad</p>	<p>Rentabilidad</p> <p>Costos</p> <p>Productividad</p> <p>Participación del mercado</p> <p>Ayudas del estado</p> <p>Número de socios</p> <p>Participación laboral</p> <p>Productividad anual</p> <p>Costo de produccion</p> <p>Oferta-demanda</p> <p>Innovaciones</p> <p>industrializacion</p>	<p>Tipo de investigación: descriptivo y correlacional</p> <p>Nivel de investigación: descriptivo</p> <p>Diseño de investigación: no experimental y corte transversal</p>

2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario

Instrucciones: lea Ud. Detenidamente cada pregunta y responda marcando con un aspa la respuesta que usted considere correcto

1. Edad
2. Sexo: masculino () femenino ()
3. Grado de instrucción
 - a. Primaria completa
 - b. Primaria incompleta
 - c. Secundaria completa
 - d. Secundaria incompleta
 - e. Superior

VARIABLE ASOCIATIVIDAD

4. ¿Cuántos metros cuadrados es tu terreno destinado para la siembra de quinua?.....
5. ¿al asociarse a mejorado su rentabilidad?
 - A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
6. ¿Le resulta rentable la producción de quinua?
 - A. ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
7. ¿Al asociarse los costos de siembra de la quinua disminuyeron?
 - A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
8. ¿Cuántos soles en promedio gastas en promedio en la siembra de quinua?.....

9. ¿los costos de transporte disminuyeron?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
10. ¿al asociarse a mejorado la productividad?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
11. ¿Cuántas arrobas cosechas en promedio?.....
12. ¿Al asociarse a mejorado su participación en el mercado (cuota de mercado)?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
13. ¿Al asociarse reciben ayuda económica o prestamos por parte del estado?
- A. Nunca
 - B. Casi nunca
 - C. Ocasionalmente
 - D. Casi siempre
 - E. Siempre
14. ¿al asociarse reciben capacitaciones por parte del estado?
- A. Nunca
 - B. Casi nunca
 - C. Ocasionalmente
 - D. Casi siempre
 - E. Siempre
15. ¿con la asociación el número de socios ha aumentado?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho

16. ¿Al asociarse los socios se sienten satisfechos?
- A. Totalmente satisfecho
 - B. Satisfecho
 - C. Algo satisfecho
 - D. Insatisfecho
 - E. Totalmente insatisfecho
17. ¿Cuál es el nivel de participación laboral de los socios?
- A. Alta participación
 - B. participación media
 - C. Baja participación

VARIABLE COMPETITIVIDAD

18. ¿Al asociarse como ha mejorado su producción anual?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
19. ¿Al asociarse ha disminuido Los costos de producción?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
20. ¿Al asociarse como ha mejorado la oferta- demanda?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
21. ¿Al asociarse han innovado en la oferta de la quinua?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho
22. ¿al asociarse como ha mejorado la industrialización?
- A. Ha mejorado mucho
 - B. Ha mejorado poco
 - C. Se mantiene igual
 - D. Ha bajado poco
 - E. Ha bajado mucho

3. Fichas de validación de expertos



FORMATO UNICO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO



I. INFORMACIÓN GENERAL.

1.1 Nombres y apellidos del validador	Lenin Hugo Neyra Churata
1.2 Nombre del instrumento evaluado	Asociatividad y Competitividad
1.3 Autor del instrumento	Luis Fernando Paricanaza Paricanaza

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

- Deficiente: (Si menos de 30% de tus ítems cumplen con el indicador)
- Regular : (Si entre 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)
- buena" : (Si es más del 70 % de los ítems cumplen con el indicador)

Aspectos de validación de instrumento		1	2	3	Observaciones
Criterios	Indicadores	D	R	B	Sugerencias
		PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.		
COHERENCIA	Los ítems responden a los que se debe medir en las variables y sus dimensiones.		X		
CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con concepto que miden.			X	
SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.		X		
OBJETIVIDAD	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables		X		Posibilidad de dimensionar mejor (ordenar)
ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.		X		
CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible		X		
FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).		X		
ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL (Realizar el conteo de acuerdo a la puntuación asignadas a cada indicador)			14	9	23
		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez $\frac{A+B+C}{30} = 0,766667$

Calificación Global

Mide el coeficiente validez obtenido en el intervalo respectivo

Y escriba sobre el espacio el resultado.

VALIDEZ ACEPTABLE

Puno 15 de junio del 2021

Intervalos	Resultado
0,00-0,49	validez nula
0,50-0,59	validez muy baja
0,60-0,69	validez baja
0,70-0,79	validez aceptable
0,80-0,89	validez buena
0,90-1,00	validez muy buena



FIRMADO DIGITALMENTE
DOY FE SOBRE EL DOCUMENTO

LENIN HUGO NEYRA CHURATA
MAGISTER EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA
UNIVERSITARIA – ING. ESTADÍSTICO

FIRMA Y SELLO

4. Presentación de Fotografías

