



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS:

**“ ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS PRODUCTORES SPRO-CUY EN EL
DISTRITO DE OCONGATE-QUISPICANCHIS-CUSCO-2019”**

Presentado por:

Br. Ruth Mery Quispe Ccolqqe

Para optar al Título Profesional de Licenciado
en Administración

Asesor

Mg. Edward Aníbal Morante Ríos

CUSCO – PERÚ

2019



PRESENTACIÓN

**SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL
CUSCO.**

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco, cumplo en presentar la tesis titulada: **“ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS PRODUCTORES SPRO CUY EN EL DISTRITO DE OCONGATE-QUISPICANCHIS-CUSCO-2019”**, con el fin de optar al Título Profesional de Licenciado en Administración.

La presente investigación es un aporte a la problemática de la asociación empresarial Spro - cuy dedicada a la producción de cuyes en el distrito del Ocongate Provincia de Quispicanchis y Departamento del Cusco, a través de identificar, reformular y mejorar la Asociatividad Empresarial.

Ruth Mery Quispe Ccolqqe



AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por estar conmigo día tras día, acompañándome en cada paso que doy en las buenas y en las malas, quien me ha brindado sabiduría y fuerza para seguir adelante, y poder conseguir mis metas.

A mi asesor Mg. Edward Aníbal Morante Ríos, quien en reiteradas oportunidades me brindo apoyo y orientación con el presente trabajo de investigación, quien compartió conmigo sus conocimientos e impartió en mí su buen humor para lograr culminar esta investigación.

A mis dictaminantes, Mg. Susi Alviz Pazos y Mg. Ebert Loaiza Rojas, por haberme apoyado en la identificación, corrección y darme recomendaciones en la presente investigación.

A toda la plana docente de la Universidad Andina del Cusco que impartieron sus conocimientos y experiencias, que me ayudaron a crecer como persona y como profesional en administración.

A los productores Spro cuy del distrito de Ocongate por apoyarme en la recolección de datos.

Ruth Mery Quispe Ccolqqe



DEDICATORIA

A mis padres, Juan y Santusa, por todo el apoyo incondicional, por el amor que me dan, por el sacrificio que hacen por ayudarme a lograr mis metas a lo largo de esta etapa, y sobre todo por nunca dejar de creer en mi e impulsarme a ser mejor persona cada día.

A mis hermanas, Vilma y Milusca, por el apoyo brindado y por estar ahí siempre impulsándome a continuar y nunca rendirme.

A mis sobrinos, Yordy, Mia y Alexia, que día a día me impulsan a seguir dando lo mejor de mí, y ser su prototipo profesional a seguir.

A las personas que siempre estuvieron apoyándome en la realización de este trabajo de investigación y estuvieron pendientes de que este se haga realidad.

Ruth Mery Quispe Ccolqqe



ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi

CAPÍTULO I

INTRODUCCION

1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problemas específicos.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Justificación de la investigación	4
1.4.1. Relevancia social	4
1.4.2. Implicancias prácticas.....	4
1.4.3. Valor teórico	5
1.4.4. Utilidad metodológica	5
1.4.5. Viabilidad o factibilidad	5
1.5. Delimitación de la investigación	5
1.5.1. Delimitación temporal	5
1.5.2. Delimitación espacial.....	5
1.5.3. Delimitación conceptual	6

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	7
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	7



2.1.2. Antecedentes Nacionales 9

2.1.3. Antecedentes Locales 12

2.2. Bases legales 15

2.3. Bases teóricas 17

2.5. Marco conceptual..... 34

2.5. Variable(s)..... 37

2.5.1. Variable (s)..... 37

2.5.2. Conceptualización de la Variable (s) 37

2.5.3. Operacionalización de variables..... 38

CAPITULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación 39

3.2. Enfoque de investigación 39

3.3. Diseño de la investigación 39

3.4. Alcance de la investigación..... 39

3.5. Población y muestra de la investigación 40

3.5.1. Población..... 40

3.5.2. Muestra..... 41

3.6. Técnica(s) e instrumento(s) de recolección de datos 41

3.6.1. Técnica(s)..... 41

3.6.2. Instrumento(s) 41

3.7. Procesamiento de datos 41

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado 42

4.1.1. Presentación del instrumento 42

4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado..... 43

4.2. Resultados de las dimensiones de la variable Asociatividad empresarial 44

4.2.1. Competencia 44

4.2.2. Cultura empresarial de cooperación..... 48

4.2.3. Confianza y compromiso 51

4.2.4. Trabajo en equipo 55

4.2.5. Visión compartida..... 60

4.2.6. Localización-proximidad 63



4.3. Resultado de la variable asociatividad empresarial 68

CAPITULO V

DISCUSIÓN

CONCLUSIONES 74

RECOMENDACIONES 76

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 78

ANEXOS 82

Matriz de Consistencia 83

Matriz del instrumento para la recolección de datos 85

Instrumento de recolección de datos 87



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Conceptualización de la variable	37
Tabla 2	Operacionalización de la Variable	38
Tabla 3	Población	40
Tabla 4	Distribución de los ítems del cuestionario	42
Tabla 5	Descripción de la Baremación y escala de interpretación	43
Tabla 6	Estadísticas de fiabilidad	43
Tabla 7	Indicadores de la dimensión competencia	44
Tabla 8	Competencia	46
Tabla 9	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión competencia	47
Tabla 10	Indicadores de la dimensión cultura empresarial de cooperación	48
Tabla 11	Cultura empresarial de cooperación	49
Tabla 12	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión cultura empresari	50
Tabla 13	Indicadores de la dimensión confianza y compromiso	52
Tabla 14	confianza y compromiso	53
Tabla 15	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión confianza y compr.....	54
Tabla 16	Indicadores de la dimensión trabajo en equipo.....	56
Tabla 17	Trabajo en equipo	57
Tabla 18	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión trabajo en equipo.....	59
Tabla 19	Indicadores de la dimensión Visión compartida.....	60
Tabla 20	Visión Compartida.....	61
Tabla 21	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión visión compartida.....	62
Tabla 22	Indicadores de la dimensión Localización-proximidad	64
Tabla 23	Localización-proximidad	65
Tabla 24	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Localización-proxi	66
Tabla 25	Asociatividad empresarial.....	68
Tabla 26	Comparación promedio de las dimensiones de la variable asociatividad empresa ..	69

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<i>Figura 1:</i> Indicadores de la dimensión competencia	45
<i>Figura 2:</i> Competencia	46
<i>Figura 3:</i> Comparación promedio de los indicadores de la dimensión competencia	47
<i>Figura 4:</i> Indicadores de la dimensión cultura empresarial de cooperación	48
<i>Figura 5:</i> Cultura empresarial de cooperación	50
<i>Figura 6:</i> Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Cultura empresarial...51	
<i>Figura 7:</i> Indicadores de la dimensión confianza y compromiso.....	52
<i>Figura 8:</i> Confianza y compromiso	53
<i>Figura 9:</i> Comparación promedio de los indicadores de la dimensión confianza y comp.....	55
<i>Figura 10:</i> Indicadores de la dimensión trabajo en equipo	56
<i>Figura 11:</i> Trabajo en equipo.....	58
<i>Figura 12:</i> Comparación promedio de los indicadores de la dimensión trabajo en equipo	59
<i>Figura 13:</i> Indicadores de la dimensión visión compartida	60
<i>Figura 14:</i> Visión compartida.....	62
<i>Figura 15:</i> Comparación promedio de los indicadores de la dimensión visión compartida ...	63
<i>Figura 16:</i> Indicadores de la dimensión localización-proximidad	64
<i>Figura 17:</i> Localización-proximidad.....	66
<i>Figura 18:</i> Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Localización-proxi..	67
<i>Figura 19:</i> Asociatividad empresarial	68
<i>Figura 20:</i> Comparación promedio de las dimensiones de la variable asociatividad empre...	69



RESUMEN

El presente trabajo de investigación “Asociatividad empresarial de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco-2019”, tiene como objetivo general Conocer la asociatividad empresarial de los productores. El tipo de investigación que se realizó es básico, con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo; la población estuvo compuesta por 400 productores de la asociación, de los cuales, mediante un muestreo probabilístico se consideró a 196 productores; se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento el cuestionario, el cual fue elaborado específicamente para este trabajo; obteniéndose como resultado que la asociatividad empresarial se encuentra regularmente desarrollado con un promedio de 2.69, en cuanto a la competencia presenta un promedio de 1.79 es decir, poco desarrollado; en tanto la cultura empresarial de cooperación es calificada como regularmente desarrollado con un promedio de 2.90; al igual que la confianza y compromiso con un promedio de 2.77; así mismo, el trabajo en equipo adquiere un promedio de 2.86, con similar valoración la visión compartida adquiere un promedio de 2.89; igual que la localización- proximidad con un promedio de 2.87, también considerada regularmente desarrollada.

Palabras claves: Asociatividad empresarial, competencia, cultura empresarial de cooperación, confianza y compromiso, trabajo en equipo, visión compartida, localización-proximidad.



ABSTRACT

The present research work “Business associativity of Spro-cuy producers in the district of Ocongate-Quispicanchis-Cusco-2019”, has the general objective of knowing the business associativity of producers. The type of research that was carried out is basic, with a quantitative approach, non-experimental design and descriptive scope; the population was composed of 400 producers of the association, of which, through a probabilistic sampling, 196 producers were considered; the survey technique was used and the questionnaire instrument was used, which was developed specifically for this work; obtaining as a result that business associativity is regularly developed with an average of 2.69, in terms of competition it has an average of 1.79, that is, poorly developed; while the cooperative business culture is rated as regularly developed with an average of 2.90; as is trust and commitment with an average of 2.77; likewise, teamwork acquires an average of 2.86, with similar valuation the shared vision acquires an average of 2.89; same as the location-proximity with an average of 2.87, also considered regularly developed

Keywords: Business Associativity, competition, business culture of cooperation, trust and commitment, teamwork, shared vision, location-proximity.



CAPÍTULO I

INTRODUCCION

1.1. Planteamiento del Problema

La globalización hoy en día ha conseguido la eliminación de fronteras y la integración de las economías del planeta y por ende toda actividad de un país repercute en los demás de manera significativa, en este contexto una de las características de la globalización es que genera una demanda estándar y de calidad por parte de los consumidores mundiales, es así que surgen varias formas de asociaciones, alianzas y conexiones en los mercados para poder satisfacerlos. En la esfera internacional la asociatividad empresarial ha tenido cambios tecnológicos, organizacionales, financieros entre otros; debido a los retos competitivos que tienen que afrontar para sobrevivir y lograr posicionarse en el mercado.

En el Perú la asociatividad empresarial ha demostrado su efectividad a lo largo de los años, es por ello que según Peru 21 (2019) dice que “el 96.5% de las empresas que hay en el país son pequeñas y medianas, y su nivel de productividad es bajo: solo aportan el 24% del Producto Interno Bruto nacional, de acuerdo al Ministerio de la Producción”. Debido a eso los gobiernos locales, regionales y nacionales están impulsando la generación de asociaciones que viene demostrando un alto nivel de eficiencia en los distintos escenarios en los que se ha planteado, tanto a nivel rural como empresarial.

Es así que, hoy en día a nivel local existen muchas empresas, familias, productores, o personas que están asociándose con un fin común, pero la mayoría de ellos son unidades de producción informales, que no cuentan con herramientas de gestión ni planificación óptima para sobre llevar su organización de forma adecuada, por tanto, es importante promover organizaciones que tomen en cuenta la gestión asociativa empresarial de manera adecuada.

Según Rosales 1997 citado por (Santiago D. , Cruz, Acevedo, Ruiz, & Maldonado, 2015, pág. 1172) dice:

La Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial, en donde cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su integración en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para el logro de objetivos comunes.



Bajo dicha perspectiva, en la asociación empresarial de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate provincia de Quispicanchi – Cusco, dedicada a la producción y venta de cuyes, se observó que la asociación tiene múltiples deficiencias en su organización; con respecto a la competencia, la asociación no cuenta con estrategias competitivas que le permita enfrentarse a sus competidores directos, y no cuentan con apoyo técnico de instituciones especializadas en producción.

Con respecto a la cultura empresarial de cooperación; se ha observado que los integrantes de la asociación no tienen facilidades para apoyarse en la producción de cuyes, escasa cooperación en conocimientos y experiencias productivas, no se está dando el intercambio de sus productos en sentido solidario para cumplir con demandas que tienen.

En relación a la confianza y compromiso; se observa que los asociados no confían en su junta directiva, no se está cooperando para el logro de metas y objetivos ya que muestran desinterés en las acciones de la asociación.

Por otro lado, con respecto al trabajo en equipo; se observa que en la asociación Spro -cuy no se está dando una comunicación asertiva entre sus miembros, las relaciones de trabajo que tienen está siendo opacada por rencillas socioeconómicas, y que los integrantes de la asociación no cumplen con las funciones que se les delega.

En relación a la visión compartida; se observó que, si bien tienen planteada la visión y misión de la asociación, ésta no es compartida a los integrantes; asimismo, carece de revisión periódica y seguimiento del logro de objetivos; primando en muchos casos los intereses individuales de los asociados; por otro lado, no se está cumpliendo con los acuerdos que se tenía desde la creación de la asociación.

Con respecto a la localización y proximidad, la asociación está alejada de mercados nacionales e internacionales, lo que les limita en su comercialización de cuyes, generando que vendan sus productos a intermediarios que compran sus productos a bajos costos, y no cuentan con tecnología especializada para la producción de sus cuyes.

Todos esos problemas están ocasionando que los socios trabajen por su lado generándose competencia entre ellos mismos, que no tengan oportunidades de vender sus productos al precio que ellos impongan, que no puedan tener financiamiento por falta de formalidad y compromiso, que regateen los precios de sus productos por competencia,



desconfianza entre los integrantes de la asociación y que su producción de cuyes se estanque y no tenga buena calidad.

Es así que de continuar la situación problemática de la asociatividad empresarial de productores Spro –cuy en el distrito de Ocongate- Quispicanchis-Cusco-, puede ocasionar que la asociación no logre sus objetivos en común y al contrario se pierdan en el camino, y desaparezcan como asociación debido a los múltiples problemas que tienen y más si no cuentan con conocimientos específicos para continuar como organización.

Por lo que se hace necesario plantear alternativas de solución que puedan cambiar la situación problemática que se está dando en la asociación Spro-cuy del distrito de Ocongate por lo que se plantea las siguientes preguntas de investigación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la asociatividad empresarial de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco-2019?

1.2.2. Problemas específicos

P.E.1. ¿Cómo es la competencia en los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco?

P.E.2. ¿Cómo es la cultura empresarial de cooperación en los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco?

P.E.3. ¿Cómo es la confianza y compromiso en los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco?

P.E.4. ¿Cómo es el trabajo en equipo en los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco?

P.E.5. ¿Cómo es la visión compartida en los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco?

P.E.6. ¿Cómo es la localización - proximidad en los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco?



1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Describir la asociatividad empresarial de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco-2019.

1.3.2. Objetivos específicos

O.E.1. Describir la competencia de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

O.E.2. Describir la cultura empresarial de cooperación de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

O.E.3. Describir la confianza y compromiso de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

O.E.4. Describir el trabajo en equipo de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

O.E.5. Describir la visión compartida de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

O.E.6. Describir la localización - proximidad de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate – Quispicanchis – Cusco.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Relevancia social

La siguiente investigación tiene relevancia social ya que beneficia a la asociación empresarial de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco; ya que va disminuir las deficiencias que tiene la asociación, para que trabajen en conjunto, por un desarrollo en común para el logro de objetivos y la rentabilidad económica en pro del desarrollo y sostenibilidad de sus miembros.

1.4.2. Implicancias prácticas

La siguiente investigación tiene implicancias prácticas en el hecho que ayuda a mejorar la organización y las actividades de la asociación Spro-cuy del distrito de



Ocongate desde una perspectiva técnica en cuanto a conocimientos y por todos los factores tomados en cuenta para la investigación.

1.4.3. Valor teórico

La siguiente investigación tiene valor teórico por que permitió cubrir vacíos relacionados a los fundamentos teóricos del campo de la administración, que previamente se da cabida al estudio de investigación, y especificará lo que no se tenía identificado o determinado para caracterizar con mayor detalle los conocimientos en cuanto a Asociatividad empresarial.

1.4.4. Utilidad metodológica

Este trabajo de investigación tiene utilidad metodológica ya que se recurrió a métodos, procedimientos, técnicas, e instrumentos ya establecidos, y que a partir de esta investigación se pueda crear nuevos instrumentos para recolectar o analizar datos a partir de los resultados de la variable en estudio y a partir de ello, plantear mejoras en la forma de experimentar con una variable.

1.4.5. Viabilidad o factibilidad

Este trabajo de investigación es viable y factible por que se contó con toda la información necesaria para su estudio, las herramientas para la recolección de datos, acceso a la información, bibliografía pertinente y el interés de dar una propuesta de solución al problema por el investigador.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación temporal

El presente trabajo de investigación se realizó con datos históricos del periodo comprendido entre los meses de agosto a diciembre del año 2019.

1.5.2. Delimitación espacial

El trabajo de investigación se realizó en el ámbito geográfico correspondiente al distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco específicamente a la asociación empresarial de productores Spro-cuy.



1.5.3. Delimitación conceptual

El trabajo de investigación se abarca al estudio de los conceptos de asociatividad empresarial en el contexto internacional, nacional y local; referido al ciclo de vida de los mismos, como son la competencia, cultura empresarial de cooperación, confianza y compromiso, trabajo en equipo, visión compartida y localización o proximidad de las asociaciones.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Antecedente I

Investigación denominada: Asociatividad y productividad de las pymes del Ecuador, realizada por (Nuñez, 2016), cuyo objetivo fue determinar la relación entre la asociatividad y la productividad de las pymes del Ecuador; llegando a las siguientes conclusiones:

Primero: En este trabajo, se analiza la relación entre la asociatividad y la productividad de las PMES. En concreto, se considera la influencia de variables, tanto microeconómicas y macroeconómicas relacionadas con el proceso de producción en condiciones de no competencia perfecta de los mercados. Al estimar la función de producción obtenemos que la variable de importancia (Asociatividad) tiene una influencia positiva en la productividad de las PYMES, esto significa que todas aquellas pequeñas empresas y medianas empresas que tienen algún tipo de asociatividad (afiliado a un gremio, cámara u otras formas de asociación empresarial), en promedio incrementan su productividad, sobre las que no tienen ningún tipo de asociatividad. Además, se evidencia que en la especificación las variables explican el 54.80% la productividad total de factores en las PYMES ecuatorianas para el año 2010.

Antecedente II

Investigación denominada: Asociatividad micro-empresarial Y género: La experiencia de las microempresarias organizadas, realizada por (Rivera, 2011), cuyo objetivo fue el de estudiar la experiencia organizativa de las trabajadoras independientes, a través del fenómeno de la asociatividad micro-empresarial; llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Se pudo concluir que las microempresarias miembros de esta organización son mujeres que poseen largas trayectorias laborales, desempeñándose la mayoría, en un primer momento, como asalariadas, y luego



de unos años, incorporándose al trabajo independiente; cuestionado de esta forma, el modelo establecido por la división sexual del trabajo, que determina que las mujeres se concentran en la realización de las labores domésticas. Estas mujeres, se definen hoy en día como microempresarias, manifestando satisfacción por desenvolverse en forma independiente, y el anhelo de continuar con sus negocios, consolidándolos y fortaleciéndolos. Sobre la base de los ingresos obtenidos en sus microempresas es posible señalar que gran parte de estas trabajadoras no se encuentran en situación pobreza, pese al carácter de subsistencia de algunos de los negocios que dirigen.

- En relación a esto último, y a partir de las características productivas de las empresas de las asociadas, se pudo colegir que más de la mitad de las microempresarias se desarrollan en una situación precaria, no poseyendo la capacidad de acumular ingresos, ya que éstos son empleados en el mantenimiento del hogar, o invertidos en el negocio. Por tanto, considerando la clasificación, se concluye que gran parte de estos pequeños negocios corresponden a microempresas de subsistencia, mientras el resto equivale a microempresas de reproducción simple, y en un bajo porcentaje, algunas alcanzan el nivel de microempresas con capacidad de acumulación ampliada. De este modo, no se cumple la hipótesis de investigación planteada en un inicio según la cual, las empleadoras asociadas poseían cierta capacidad acumulativa de las entradas económicas, y por ende no dirigían microempresas de subsistencia. Sin embargo, una parte de los negocios que pueden ser catalogados como microempresas de subsistencia poseen algunas características de las microempresas de reproducción simple, por tanto se encuentran más bien entre ambas categorías, concluyéndose que no es posible establecer tajantemente en algunos casos los niveles que determina esta tipología, y que a partir de esta combinación de rasgos, algunas de estas microempresas, con el paso del tiempo, pueden superar la subsistencia, y transformarse en microempresas con capacidad de ahorro.
- Las microempresarias socias de Empremujer se caracterizan por ser trabajadoras independientes, en general, orgullosas de desempeñarse en esta categoría. No pertenecen al sector pobre del empleo autónomo, y



algunas de ellas poseen microempresas con cierta capacidad de acumulación de ingresos.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Antecedente I

Investigación denominada: Asociatividad empresarial y la comercialización de la quinua la provincia de Andahuaylas, 2016 realizada por (Sisa, 2016), cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre asociatividad empresarial y la comercialización de la quinua en la provincia de Andahuaylas, donde la hipótesis es “existe relación directa entre asociatividad empresarial y la comercialización de la quinua en la provincia de Andahuaylas.; llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Se llega a la conclusión de que entre las variables asociatividad y comercialización de la quinua en la provincia de Andahuaylas, existe correlación positiva moderada, según los efectos conseguidos del coeficiente de Spearman, arroja un ,435, lo cual muestra que si se pone mayor énfasis a la asociatividad habrá un aumento en la comercialización.

- Respecto al grado de correlación que entre las dimensiones confianza y costos de la quinua en la provincia de Andahuaylas, se determina que no existe relación y según los efectos conseguidos del coeficiente de Spearman, que lanza un coeficiente de correlación de 0,225, lo cual muestra que no hay correlación entre dichas dimensiones.
- Del mismo modo entre las dimensiones confianza y productividad de la quinua en la provincia de Andahuaylas, se concluye que no existe relación, según los efectos conseguidos del coeficiente de Spearman, que arroja un 0,133, lo cual muestra que no hay correlación entre dichas dimensiones.
- Se concluye que entre las dimensiones confianza y participación en el mercado de la quinua en la provincia de Andahuaylas, también no existe relación, según los efectos conseguidos del coeficiente de Spearman, que arroja un 0,185, lo cual muestra que no existe correlación entre dichas dimensiones.



- Entre las dimensiones cooperación y costos de la quinua en la provincia de Andahuaylas, no existe relación, según los efectos conseguidos del coeficiente de Spearman, que arroja un 0,340, lo cual muestra que no hay correlación entre dichas dimensiones.
- Se concluye que el grado de correlación entre las dimensiones cooperación y productividad de la quinua en la provincia de Andahuaylas, se determina que si existe relación significativa, según los efectos conseguidos mediante el coeficiente de Spearman, que arroja un 0,034, lo cual muestra que hay una correlación positiva entre dichas dimensiones.
- Respecto al grado de relación entre las dimensiones cooperación y participación en el mercado de la quinua en la provincia de Andahuaylas, también se determina que no existe relación, según los efectos conseguidos mediante el coeficiente de Spearman, que arroja un 0,082, y es así que no muestra correlación entre dichas dimensiones.
- Se concluye que entre las dimensiones liderazgo y costos de la quinua en la provincia de Andahuaylas, existe relación significativa, según los efectos conseguidos mediante el coeficiente de Spearman, que arroja un 0,278, y es así que muestra una correlación positiva entre dichas dimensiones. 9) Asimismo entre las dimensiones liderazgo y productividad de la quinua en la provincia de Andahuaylas, no existe relación significativa, según los efectos conseguidos mediante el coeficiente de Spearman, que arroja un 0,402, y es así que muestra una correlación entre dichas dimensiones.
- Finalmente, respecto al grado de relación entre las dimensiones liderazgo y participación en el mercado de la quinua en la provincia de Andahuaylas, se llega a la conclusión de que si existe relación significativa, según a los efectos conseguidos mediante el coeficiente de Spearman, que arroja un 0,287, de tal manera muestra una correlación entre dichas dimensiones.

Antecedente II

Investigación denominada: Asociatividad y crecimiento empresarial de los productores de maíz en el distrito de Huancaray, Andahuaylas, Apurímac – 2016, realizada por (Retamozo, 2017), cuyo objetivo fue determinar la relación



que existe entre la Asociatividad y Crecimiento Empresarial de los Productores de Maíz en el Distrito de Huancaray, Andahuaylas, Apurímac 2016; llegando a las siguientes conclusiones:

Primero: Los resultados obtenidos demuestran que existe una asociación moderada con tendencia hacia fuerte ($r=0.601^{**}$) entre la condición de productor asociado y el crecimiento empresarial alcanzado. Esto nos permite comprender que la asociatividad constituida, impulsada, permanente organización en los productores de maíz Asociación “Sumaq sara” en el distrito de Huancaray, ha logrado una considerable cuota de mercado tanto a nivel local y regional; asimismo consolida un precio de intercambio a partir del poder de negociación y la cooperación entre los asociados. Lo contrario son los productores cuya condición es no asociada, no presentan un poder de negociación mayor al asociado; asimismo su cuota de mercado no es permanente, debido a la debilidad de la cooperación y las ventas.

- Para los productores asociados existe una asociación moderada alta ($r=0.656^{**}$) entre la cooperación que se sostiene en la ayuda mutua, unión, consenso y el trabajo en equipo: Todos ellos que permiten que se fortalezca, permanezca la cuota de mercado. Para los productores no asociados la ayuda mutua es mínima, el trabajo individual es un reto personal; por ello consolidan una cuota de mercado no permanente, fluctuante y que no tiene base en la cooperación. ($r= 0.454$).
- Para los productores asociados existe una asociación moderada alta ($r=0.643^{**}$) entre la cooperación que se sostiene en la ayuda mutua, unión, consenso y el trabajo en equipo: Todos ellos que permiten el impulso, coordinación para las ventas. Para los productores no asociados la ayuda mutua es mínima, el trabajo individual es un reto personal; por ello consolidan las ventas directamente, en base al comportamiento de precios en los mayoristas y no en base en la cooperación. ($r= 0.437$).
- Para los productores asociados existe una asociación moderada alta ($r=0,457^{*}$) entre el poder de negociación que se sostiene en la capacidad de persuadir, consensuar, direccionar los acuerdos de los asociados, que permiten garantizar el pacto, compromiso del volumen de producción para la



cuota de mercado. Para los productores no asociados la capacidad de persuadir, consensuar, es un reto personal; por ello consolidan en forma regular la cuota de mercado e indirectamente, porque está sujeto a las condiciones del mayorista. ($r= 0.437$).

- Para los productores asociados existe una asociación moderada alta ($r=0.583^{**}$) entre el poder de negociación que se sostiene en la capacidad de persuadir, consensuar, direccionar los acuerdos de los asociados, que permiten concretar, consolidar precio respecto al volumen transado en las ventas. Para los productores no asociados la capacidad de persuadir, consensuar, es un reto personal; por ello consolidan en forma regular la venta, porque está sujeto a las condiciones del mayorista. ($r= 0.315$).

2.1.3. Antecedentes Locales

Antecedente I

Investigación denominada: Asociatividad empresarial de los productores de Quinoa del Valle de Andahuaylillas, Quispicanchi - Cusco-2015, realizada por (Vera, 2015), cuyo objetivo fue el de conocer la realidad de la asociatividad; llegando a las siguientes conclusiones:

Primera. Se concluye que la variable de asociatividad empresarial de los productores de quinoa del valle de Andahuaylillas, Quispicanchi-Cusco-2015 es regular, es regular tal como lo evidencia el 85.2% de los productores y el 66.7% de los miembros de la junta directiva quienes consideran que su asociación posee limitaciones y se manifiesta de manera parcial y no es su totalidad, de esta manera podemos señalar que los productores practican un limitado trabajo en equipo en la búsqueda del objetivo en común por ende no logran beneficios mayores para el desarrollo óptimo de la asociación, asimismo la junta directiva fomenta una reducida cooperación interna de todos los integrantes

- Se concluye que la dimensión “visión compartida” se puede aplicar como una fortaleza pues pondera como un calificativo de regular y tiene un puntaje promedio de 2 para los productores y 2.3 para los miembros de la junta directiva, tal como lo indica el 61.1% de los productores y el 50% de los miembros de la junta directiva, dado que los integrantes deben



reorientar sus propósitos con una participación conjunta planificada con el uso de los documentos de gestión, lo que mejoraría el cumplimiento de sus objetivos. A su vez, se pudo establecer que los propósitos comunes y las normas internas no son indicadores medianamente aprovechados por los integrantes de la asociación.

- Se concluye que la dimensión “cultura de cooperación pertinencia” se puede calificar como una fortaleza pues pondera con un calificativo de regular y un puntaje promedio de 2.2. para los productores y 2.4 para los miembros de la junta directiva. A su vez se observa una situación diametralmente opuesta, ya que el 77.8% de los productores perciben que a veces existe una cultura de cooperación y pertinencia, y el 66.7% de los miembros de la junta directiva considera que siempre existe una cultura de cooperación y pertinencia; ocasionando un conflicto entre ellos, dado que los productores no practican entre ellos la confianza y apoyo, pues no existe un involucramiento en los objetivos, no poseen iniciativa de trabajo propio y su participación económica es desigual e injusta, lo que genera mayores conflictos y menos capacidad de resolver problemas.
- Se concluye que la dimensión “Trabajo en equipo” se puede calificar como una fortaleza pues pondera con un calificativo de regular con tendencia a bueno tiene un puntaje de 2.2. para los productores, halándose en un nivel regular y 2.5. para los miembros de la junta directiva situándose en un nivel de bueno, tal como lo demuestra el 53.7% de los productores y el 50% de los miembros de la junta directiva, debido a que conservan un buen sistema de relación de trabajo y comunicación entre ellos, el mismo que se enriquece con el aporte de experiencias, actitudes y aptitudes que mejora la toma de decisiones en grupo.
- Finalmente, se concluye que la dimensión “Acciones de control” es una debilidad ya que pondera con un calificativo de malo con tendencia a regular y tiene un puntaje promedio de 1.4. para los productores encontrándose en un nivel malo y 2 para los miembros de la junta directiva situándose en un lugar regular, tal como lo evidencia el 66.7% y el 33.3% de los miembros de la junta directiva y el 40.7% y el 59.3% de los



productores respectivamente; hecho que los coloca en un conflicto, debido a que para los productores hace falta supervisión por parte de la junta directiva en el cumplimiento de las decisiones tomadas y programadas mediante informes de trabajo, rendiciones de cuenta; lo que genera desconfianza en los integrantes.

Antecedente II

Investigación denominada: Asociatividad Empresarial De Las Microempresarias De Flores Tikary De La Comunidad De Pampahuehuar, Distrito De Quiquijana, Provincia De Quispicanchi-2017, realizada por (Cutipa & Humppire, 2018), cuyo objetivo fue describir la asociatividad Empresarial de la mencionada asociación; llegando a las siguientes conclusiones:

Primero: Del resultado de las encuestas aplicadas a las microempresarias productoras de Flores Tikary, la Asociatividad Empresarial está poco desarrollada de acuerdo al promedio estadístico 2.31 que representa, tal como lo manifiestan el 100% de encuestadas, las microempresarias no están tan comprometidas con la asociación como a un inicio, no están motivadas a trabajar en equipo, demuestran poca confianza en sus compañeras, perciben una falta de liderazgo y no hacen un uso adecuado de sus recursos.

- La Cultura Empresarial de cooperación, no está desarrollada de acuerdo al promedio estadístico 1.41, tal como lo manifiestan 97.8% de las encuestadas. Esto se da porque la colaboración, solidaridad y reciprocidad no son prácticas muy usadas por las microempresarias, practican el Ayni solo por interés, no participan en las actividades de la asociación de manera voluntaria todo es impuesto.
- La Confianza y Compromiso, esta regularmente desarrollada de acuerdo al promedio estadístico 2.68, tal como lo manifiestan el 48.9% de las encuestadas. La seguridad en el grupo es mínima las microempresarias no están motivadas a desarrollar actividades en grupo existe poca confianza, la mayoría se muestran poca segura consigo mismas no participan con sus ideas en las reuniones, evidencian responsabilidad pero es más por un tema



de no querer pagar las multas o el temor a perder algún apoyo o cuando se desarrolla alguna actividad que las beneficie.

- El Trabajo en Equipo, está poco desarrollado de acuerdo al promedio estadístico 2.55, tal como lo manifiestan el 53,3% de las encuestadas. Las microempresarias se comunican respetando un orden cuando intervienen, pocas veces manifiestan sus ideas y no se expresan adecuadamente, en cuando a liderazgo las microempresarias manifiestan su poca identificación con la directiva ya que esta no identifica sus necesidades, la directiva no llega a un consenso para resolver los problemas y demuestran poco compromiso para lograr los objetivos y desanimado para cumplir los acuerdos.
- La Visión Compartida, está poco desarrollada de acuerdo al promedio estadístico 2.57, tal como lo manifiestan el 51,1% de las encuestadas. Las microempresarias no participan activamente en la toma de acuerdos, son la directiva las que toman la mayoría de acuerdos; trabajan por sus objetivos individuales y demuestran poco compromiso para el logro de objetivos de la asociación y están poco motivadas para el cumplimiento del acuerdo que tiene como asociación.
- La Proximidad Geográfica, está poco desarrollado de acuerdo al promedio estadístico 2.32, tal como lo manifiestan el 71,1% de las encuestadas. Los recursos no son utilizados adecuadamente y no siempre las microempresarias consiguen los insumos o materiales que necesitan en su distrito; tienen algunos de punto de venta identificados que no son muy cercanos a su comunidad, no hacen uso de los convenios o tratos que tienen con empresas privadas para la comercialización de las rosas.

2.2. Bases legales

- Ley N° 26887 General de Sociedades

La presente ley en su Art.438 menciona los contratos asociativos en donde se crea y regula relaciones de participación e integración en negocios o empresa determinadas en interés común, este contrato debe estar por escrito y no está sujeto a inscripción en el



registro. En el Art. 440 menciona los contratos de asociación en participación, referida a la participación de los asociados.

- Ley N°28015 ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa
La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al PIB, la ampliación del mercado interno y su contribución a la recaudación tributaria
- Ley N° 28846 - Ley para el fortalecimiento de las cadenas productivas y conglomerados
La presente ley tiene por objeto establecer el marco institucional y normativo para el desarrollo de las cadenas productivas mediante la promoción del diálogo, la cooperación y la organización empresarial entre los actores económicos y las instituciones públicas, privadas y académicas en beneficio de la competitividad.
- Ley N° 28062 - Ley de desarrollo y fortalecimiento de organizaciones agrarias.
Ley que tiene por objetivo promover entre los productores la constitución de organizaciones agrarias con personería jurídica de derecho privado, para la creación de fondos a través de aportes voluntarios destinados al desarrollo y fortalecimiento de sus organizaciones de productores y al mejoramiento de sus labores productivas, así como los servicios de producción, capacitación, transformación, industrialización y comercialización de productos agrarios.
- Ley N° 29482 “Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas alto andinas”
Ley que tiene por objeto promover y fomentar el desarrollo de actividades productivas y de servicios, que generen valor agregado y uso de mano de obra en zonas altoandinas, para aliviar la pobreza.
- N° 29972 - Ley que promueve la inclusión de los productores agrarios a través de las cooperativas.
La presente Ley tiene por objeto regular el marco normativo para promover la inclusión de los productores agrarios a través de las cooperativas, mejorando su capacidad de negociación y generando economías de escala, permitiéndoles insertarse competitivamente en el mercado.
- Decreto Supremo N° 021-2015-PRODUCE — Reglamento del Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa (RENAMYPE).



Ley que tiene por objeto establecer los lineamientos para regular el proceso de inscripción de las Asociaciones de Micro y Pequeña Empresa (MYPE) y Comités de Micro y Pequeña Empresa (MYPE) en el Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa (RENAMYPE), adecuando e impulsando la promoción y simplificación del registro.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Asociatividad empresarial

La asociatividad es uno de los ejes transversales de la competitividad, junto con la gestión, la articulación comercial, la gestión de la calidad y el financiamiento. Todos ellos, son medios para lograr la inserción competitiva de los pequeños y medianos productores agropecuarios a los mercados, respaldados por instituciones con recursos humanos, marcos normativos fortalecidos y vigilantes de la sostenibilidad. Ministerio de agricultura y riego (Ministerio de agricultura y riego, 2014, pág. 38).

Es el proceso de agrupamiento voluntario de individuos -varones y mujeres, organizaciones o empresas que trabajan en forma coordinada y concertada para alcanzar sus metas. A través de la asociatividad se busca el uso más efectivo de los factores de producción, que lo que se alcanza a nivel individual, y mejores ingresos derivados de la comercialización asociativa. (Ministerio de agricultura y riego, 2014, pág. 38).

Según Rosales citado por Santiago D. P., Cruz, Ruíz, Acevedo, & Maldonado (2015) .

La Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial, en donde cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su integración en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para el logro de objetivos comunes. (p.1172)

Para Araque (2018) menciona que:

La asociatividad empresarial es una alternativa estratégica a través de la cual, un grupo de personas y/o empresas pueden alcanzar un objetivo común, manteniendo al mismo tiempo, por un lado, su independencia individual en



ciertos aspectos, y, por otro lado, optimizando al máximo los recursos con los que cuentan los miembros del grupo asociativo. (p.13)

Según Narváez & Fernandez (2011) menciona que:

La asociatividad se genera como una estrategia que se presenta en empresas de diferentes o similares sectores económicos. Esta estrategia permite que las empresas fortalezcan su capacidad económica, mejoren la calidad de su servicio, aumenten su productividad y niveles de competitividad. (p.296)

“Mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas, personas o territorios en donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto, para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes”. (MINCETUR, 2008).

2.3.2. Importancia de la asociatividad empresarial

Para Santiago D. , Cruz, Acevedo, Ruiz, & Maldonado (2015) menciona que:

“Es importante como una estrategia a utilizar por que se ha implementado en diversos países latinoamericanos, para alcanzar la competitividad empresarial, en la cual los actores involucrados deben percibir el mejor modo para desarrollar sus propias estrategias y alcanzar objetivos.” (p.1172)

Según Ministerio de agricultura y riego (2014) considera que:

“La asociatividad es un medio para articular a los productores no organizados, y posibilitar su acceso al mercado con ventajas empresariales, tecnológicas y capacidad de generar mejores ingresos reduciendo la pobreza rural.” (P.36)

2.3.3. Objetivos de la asociatividad empresarial

Los objetivos que persigue una asociación. (Abalo, 2018) Indica que son:

- Supervivencia y posterior crecimiento sustentable.
- Expandir mercados para amortizar gastos de investigación y desarrollo.
- Evitar el ingreso de competidores en las áreas dominadas por las empresas, y mejorar la rentabilidad de los sectores a partir de su etapa madura, dentro de lo posible.
- Evitar el sobre dimensionamiento de la oferta, ajustando en función de la conquista de nuevos mercados.



Otros objetivos según Rosales 1997 citado por Hernández (2015) son:

- La adquisición de materias primas a un bajo costo en menos tiempo.
- Desarrollo de tecnologías para el beneficio común.
- Un mayor acceso a financiamiento que requiere garantías que generalmente son cubiertas por cada uno de los participantes.
- Promover alianzas entre las Pymes. (p.27)

2.3.4. Características de la asociatividad empresarial

Para Hernández (2015) Expone que las características de la asociatividad empresarial que son las siguientes:

- Una incorporación de manera voluntaria, de mutuo acuerdo, donde bajo ninguna causa, las empresas están forzadas a integrar un grupo, por lo contrario, actúan cuando tienen la plena convicción de que esto puede generar beneficios, crecimiento y oportunidades de desarrollo.
- Las empresas mantienen su autonomía, las decisiones de cada agente no deben estar en función de los demás, es decir cada agente decide qué hacer con los beneficios obtenidos.
- Principio de convivencia voluntaria e igualitaria con respecto al poder, todos los agentes pertenecientes a la asociatividad tienen el mismo poder, deber y derecho en la toma de decisiones.
- No hay existencia de subordinación, es decir la identidad jurídica es independiente de los socios, se mantiene la cultura y estructura de gestión de los miembros y por último se excluyen fusiones, acuerdos, etc.
- No se excluye a ninguna empresa, la aplicación del fenómeno de asociatividad va dirigido a todo tipo de empresa, sin importar el tipo de industria al cual pertenece.
- Coordinación de acciones futuras, acuerdos explícitos ya sean de tipo verbal o escrito, transferencia permanente de recursos.
- Consecución de un objetivo común; con esto el acuerdo debe proporcionar beneficios a todos los participantes, generando un juego de suma positiva y los socios deben participar activamente para desarrollar sus habilidades. (p.27)



Según Gonzáles (2003) Describe estas características:

- a. No existencia de subordinación.
 - Identidad jurídica independiente de los socios.
 - Mantenimiento de la cultura y estructura de gestión de los miembros.
 - Se excluyen: fusiones, adquisiciones, acuerdos sociedad – filial o entre empresas de un grupo sin actuación independiente.
- b. Coordinación de acciones futuras
 - Se establece cierta dependencia mutua.
 - Acuerdos explícitos (escritos o verbales).
 - Transferencia permanente de recursos.
- c. Consecución de un objetivo común
 - El acuerdo debe proporcionar beneficios a todos los participantes.
 - Juego de suma positiva.
 - Los socios deben participar activamente y desarrollar sus habilidades.

Se reduce la autonomía organizativa. (p.58)

2.3.5. Ventajas de las asociatividad empresarial

La asociatividad empresarial tiene las siguientes ventajas según Mathews (2014) que toma en cuenta cinco ventajas que son:

- a. Complementación de capacidades. Los participantes de la alianza no necesariamente son iguales. Por lo general tienen fortalezas y capacidades distintas y, en consecuencia, pueden complementarse y potenciarse. Para que una alianza tenga sentido la lógica debe ser que $1 + 1$ es mayor a 2.
- b. Economías de escala. Las compras de insumos, por ejemplo, pueden efectuarse en forma colectiva, con lo cual se obtienen costos menores que representan una ventaja tangible para cada uno de los participantes.
- c. Fuerza negociadora. Sin duda se fortalece la capacidad de negociación frente a los proveedores (materias primas, insumos), suministradores de servicios (financieros, por ejemplo) y clientes (precios, términos de pago, plazos, etc.).
- d. Posibilidad de marca. Posicionar una marca en un país y más aún en mercados internacionales supone normalmente un costo alto. Se requiere inversión en la mezcla promocional: publicidad, promoción de ventas, venta personal y relaciones públicas. Este costo puede ser distribuido entre los



miembros de la alianza, permitiendo el posicionamiento de una marca propia que le da mayor sostenibilidad al negocio.

- e. Menos intermediarios. Aunque en muchos casos hay intermediarios que difícilmente podrán ser excluidos de la cadena, siempre existe la posibilidad de saltar uno o más eslabones respaldados en la alianza estratégica (mayor volumen). (p.6)

Para Vegas (2008) existen las siguientes ventajas:

- Incremento de la producción y productividad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.
- Se comparte riesgos y costos.
- Reducción de costos.
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- Mejora la gestión del conocimiento técnico – productivo y comercial.

2.3.6. Desventajas de la asociatividad empresarial

Las desventajas que tiene una asociación empresarial Hernández (2015) afirma:

- Inconveniente con los agentes a la hora de realizar una solicitud para préstamos o créditos, ya que no poseen una firma colateral.
- No incentivos por parte del gobierno.
- No hay cultura de cooperación.
- No existe en los participantes una clara vocación de cooperación, sino más bien, un alto grado de desconfianza.
- Por lo general no se definen reglas del juego.
- Los intereses de los agentes no están alineados. (p.69)

2.3.7. Tipos de asociatividad empresarial

Los tipos de asociatividad se agrupan dependiendo las necesidades de los agentes, es decir se puede ubicar en la fase del proceso empresarial que desee



cooperativismo y desarrollo ya sea de diseño y comercialización o que se relacione con cada una de las funciones básicas que existen en cualquier empresa.

Sobre los tipos de asociatividad, Hernández (2015) afirma:

- a. Red empresarial: se define como el conjunto de empresas que comparten información, procesos o simplemente conglomeran ofertas, sin dejar de funcionar de manera independiente, no hay una relación de subordinación y por lo general mantienen vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas. Por otra parte, explica las redes como principal componente de las cadenas productivas, es decir conjunto de relaciones entre las unidades productivas para la superación de obstáculos y la conquista de nuevos mercados que sobrepasan los alcances individuales.
- b. Cadena Productiva: son sistemas que permiten la interacción de diferentes participantes de manera directa e indirecta en la producción de bienes o servicios hasta el consumo de los mismos, es decir la cadena productiva muestra alternativas de crecimiento para entidades económicas de menor magnitud porque aumenten los niveles de competitividad y la productividad.
- c. Cluster: Se definen como un tipo de asociación que se basan en la concentración geográfica y sectorial de diversas empresas que tienen una especialización, son capaces de crear procesos de innovación y conocimiento especializado, las empresas cooperan entre sí, pero trabajan a nivel individual en cuanto a la competencia.
- d. Distrito industrial: Es un modelo de organización de la producción que tiene un enfoque de desarrollo económico, se define como entidades que se asocian como la comunidad y se relacionan mutuamente, son generadores de innovación y difusión tecnológica.
- e. Alianza estratégica: Son acuerdos de organización y políticas de operación, donde empresas separadas comparten autoridad administrativa, establecen relaciones sociales y una posición conjunta. Existe una relación fundamental de cooperación de responsabilidades en un proyecto. (p.32)

Según MINCETUR (2008) da a conocer los siguientes tipos de asociatividad:



- **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 o gestor de negocios.
- **Alianza 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 Clusters:** De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.
- **Joint Venture:** Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente, pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.
(p.23)

2.3.8. Condiciones básicas para la asociatividad empresarial

Para crear y sostener la asociatividad empresarial es fundamental que se cumplan algunas condiciones por lo que Mathews (2014) dice:

- **Confianza.** La idiosincrasia y la desconfianza “natural” resulta muchas veces ser la barrera más difícil de vencer en los esfuerzos de asociatividad en el Perú. Hay muchos casos en los que incluso el acuerdo de participación se concreta y se formaliza, pero se destruye tan pronto uno de los participantes negocia “por fuera”, sin respetar lo pactado.



- Precisión de objetivos y metas. Es muy importante definir con la mayor exactitud posible lo que se persigue con esta alianza estratégica. Los números son fundamentales: plazos, porcentajes de participación de mercado, facturación proyectada, etc.
- Compromiso. Una vez cerrado el acuerdo, es fundamental que todos los participantes asuman los compromisos acordados, más allá de cualquier cambio en el entorno. A excepción de los causales de fuerza mayor —como una guerra o un fenómeno natural—, las partes deben interiorizar al 100% el significado del compromiso asumido.
- Definición de roles. Tratándose de un trabajo en equipo y entendiendo que todos apuntan en la misma dirección, resulta fundamental que las responsabilidades de cada participante estén plenamente definidas.
- Términos de la membresía. La alianza puede estar formada por un determinado grupo y no aceptarse ningún integrante posteriormente. Otra posibilidad es el perfil de cada nuevo integrante que se defina con suma precisión, indicando cada una de las condiciones que deberá cumplir.
- Liderazgo de gestión. Quien asuma la dirección/gerencia general de esta alianza estratégica debe estar preparado profesionalmente y contar con experiencia en estas tareas, No se trata de que esta tarea sea asignada por quien tiene la mayor participación en la alianza, por vínculos familiares u otro criterio que no sea eminentemente técnico o profesional. Tampoco funcionan bien las direcciones rotativas.
- Penalidades y sanciones. Se debe ser muy preciso en la definición de situaciones de incumplimiento de alguna de las partes, preverlas y definir a priori cómo se sancionarán.
- Contrato integral. Lo señalado debe plasmarse con todos los anexos necesarios en un contrato que considere la totalidad de términos del acuerdo, incluyendo la vigencia del mismo y la resolución de conflictos. (p.3)

2.3.9. Proceso asociativo empresarial

Según Liendo & Martínez (2015) el proceso de formación de un grupo asociativo se pueden distinguir de distintas procesos que podemos clasificar de la siguiente manera:



a. Etapa de gestación

Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.

b. Etapa de Estructuración

En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.

c. Etapa de madurez

A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir.

En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para la auto sostenibilidad del grupo.

d. Etapa productiva o de gestación

Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.

e. Etapa de declinación

Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

2.3.10. Elementos de la asociatividad empresarial

Los elementos de la asociatividad empresarial según Narváez, Fernández, & Senior, (2008) son los siguientes:

A. Competencia.

Es la que se caracteriza por la existencia de contiendas entre las distintas empresas que intentan obtener ventajas competitivas enfrentándose a diferentes rivales, en las cuales, por la propia dinámica de la pugna, se crean



y mejoran productos y procedimientos, lo cual se traduce, con el tiempo, en procesos de elevación de la productividad. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)

a. Estrategias competitivas

Según Kay (2014) “La estrategia competitiva es tratar de lograr algún tipo de ventaja por sobre los competidores que conlleva generalmente a tratar de lograr algún tipo de ventaja de costos o de diferenciación con respecto a los competidores.” (P.3)

Es definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa, en el cual puede llevar a plantear qué productos se deben manejar y qué características deben reunir para aspirar el éxito, en donde el producto juega un papel de enlace entre oferta y demanda, por lo que el éxito al que se hace referencia está condicionado por la capacidad de la empresa para superar a la competencia y desde luego, por la bondad del producto desde la perspectiva del cliente. (Miranda, Ortiz, Ordoñez, & Zarate, 2016, pág. 11)

b. Cooperación interinstitucional

Es la acción conjunta para apoyar el desarrollo económico y social de una organización, empresa o país, mediante la transferencia de tecnologías, conocimientos, experiencias o recursos por parte de los integrantes con igual o mayor nivel de desarrollo, organismos multilaterales, organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil. También se conoce como Cooperación para el desarrollo y es un concepto global que comprende diferentes modalidades de ayuda. (Trillo, Huamán, & Bryce, 2014, pág. 228)

Es establecer una estrategia conjunta de colaboración mutua entre una entidad con otra para aunar esfuerzos a fin de lograr el fortalecimiento de capacidades y diversas acciones destinadas al cumplimiento de los objetivos específicos en materia de desarrollo



estratégico de los recursos naturales y la gestión. (Ministerio del Ambiente, 2016)

Según Narváez, Fernández, & Senior (2008), La cooperación interinstitucional tiene las siguientes funciones se

- Apoyar a la institución en la búsqueda de capacitaciones, financiamiento para programas de apoyo a organizaciones, empresas entre otros.
- Asesorar a organizaciones, con apoyo técnico en materia de producción, ventas entre otros
- Identificar y potenciar mecanismos en materia de cooperación que coadyuven al logro de los objetivos institucionales.
- Captar y difundir oportunidades de cooperación, negociar convenios en áreas de interés para los involucrados.
- Gestionar los permisos requeridos para el desarrollo de los proyectos de las organizaciones.

Según Narváez & Fernandez, (2011) las características de la cooperación interinstitucional son :

- Facilitar el desarrollo de industrias y empresas en su ámbito territorial.
- Genera un clima laboral adecuado.
- Desarrolla políticas públicas en necesidad de las empresas involucradas.
- Genera un rol más activo de las empresas o localidad.
- Facilita oportunidades.
- Compromiso con sectores productivos relacionados.

B. Cultura empresarial de cooperación:

Se considera que ésta es necesaria con el fin de aumentar el grado de intercambio y apoyo entre los actores de una economía, particularmente en



ciertas industrias y sectores específicos, para que el resultado del juego económico sea exitoso para todos los agentes participantes. Mas Herrera 2005 citado por (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)

a. Colaboración

Bedwell, Wildman, Diaz, Salazar, Kramer, & Salas (2012) “la colaboración es una puesta en común de las apreciaciones y/o recursos tangibles (información, dinero, trabajo, etc.) por dos o más partes interesadas para resolver un conjunto de problemas que no puede resolver de forma individual” (P.130).

b. Intercambio

Es un proceso que consiste en conseguir de otro el producto que uno desea, ofreciendo algo a cambio. Para que se desarrolle tal proceso debe darse cinco condiciones como son: dos o más partes interesadas, deben tener algo que la otra valore, debe ser capaz de comunicarse y proporcionar valor, debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta de intercambio y debe considerar adecuado o deseable negociar con la otra. (Monferrer, 2013)

c. Solidaridad

La Solidaridad es un especial comportamiento de los humanos, resultado de su sociabilidad; es el resultado de haberse configurado naturalmente como un ser social en donde se comparta lo que se tiene. La solidaridad es una ley natural como lo es la convivencia, la imitación o el hábito, por lo que no puede ser principio de la moral (Sánchez, 2012).

C. Confianza y compromiso.

Es la eficacia de los acuerdos entre empresas para lograr el desarrollo local que solo es posible si los actores involucrados son capaces de mantener entre ellos el compromiso, la confianza y la cooperación para alcanzar las metas y objetivos establecidos. Además, es necesario que estos acuerdos sean perdurables. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)

a. Confianza



La confianza es el elemento esencial de la armonía y el respeto en toda relación humana, constituye la base y fundamento de todo compromiso; aplicado a la empresa, al equipo u organización, éste puede ser producto de factores ligados a la razón o de un lazo afectivo entre las personas y la empresa. (Arriagada, 2005, pág. 548)

b. Cooperación

Es un vínculo empresarial que se define como la relación individual establecida por una empresa con otra, interactuando en un acuerdo para el trabajo común con la finalidad de generar sinergias y comprometiéndose a la realización de un proceso de generación de valor, mismo que se comparte Ojeda, 2009 citado por (Vázquez, Silva, & Liquidano, 2016, pág. 72)

c. Compromiso

“Es el sentimiento de emoción y afecto, que existe para mejorar la disposición de las personas, para enfrentar cualquier tarea o desafío y una intensa identificación del individuo con la empresa manifestada en un fuerte sentido de pertenencia.” (Gasalla, 2017, pág. 23)

D. Trabajo en equipo

Es el establecimiento de un sistema de relaciones de trabajo conexiones entre ellas que se constituya en parte de una cultura social que se fortalecen en el tiempo. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)

a. Comunicación

Es un proceso que permite transferir e intercambiar ideas, pensamientos o sentimientos con los demás, no solo implica que exista una transmisión de información, sino que debe ser recibida y comprendida, en esto se establece que sea efectiva; así mismo el intercambio de mensajes que se dan entre varias personas con el fin de informar o persuadir emociones. (De la Cruz, 2014, pág. 26)

b. Relaciones de trabajo



“Son vínculos que se dan o establecen en el ámbito de trabajo. Por lo general, hacen referencia a las relaciones entre el trabajo y el capital en el marco del proceso productivo”. (Pérez & Gardey, 2008).

c. Liderazgo

“Es la capacidad de influir en los individuos integrantes de un grupo y conseguir, gracias a sus cualidades, que le ayuden a lograr los objetivos deseados por él y aceptados por el grupo” Villanueva & Villanueva, 2008 citado por (Peréz, 2013, pág. 5)

d. Asignación de funciones

Es el conjunto de actividades relacionadas que se asocian a un tipo de trabajo. Una persona puede ejecutar uno o varios roles y un rol puede ser cubierto por varias personas. Las funciones deben estar bien definidos y ser conocidos por todos. (Unknown, 2014)

E. Visión compartida

Es la estrategia de desarrollo económico local, que se basa en la existencia de propósitos y relaciones económicas, sociales y políticas comunes entre empresas y actores. La eficiencia de las acciones reside en el acuerdo de los actores para lograr el desarrollo local. Vásquez, 2000 citado por (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)

a. Objetivos

“Son enunciados escritos que expone los resultados que se deberían alcanzar dentro de un periodo determinado, que debe estar cuantificado y ser difícil, relevante y compatible presentes en organizaciones u empresas.” (Chiavenato, 2011, pág. 168)

b. Acuerdos

Los acuerdos de una organización son una manifestación del derecho a la negociación colectiva que se tiene en la organización. Son acuerdos suscritos en el ámbito de la organización entre los representantes tanto trabajadores y empresarios. (López, 2014)

c. Propósito



Es la función que se encarga de crear las bases sobre las cuales la organización a través de los diferentes equipos laborales, podrán cooperar entre ellos y trabajar eficazmente, ya que poseerán conocimiento del rol que han de desempeñar y de cómo se relacionan sus funciones entre sí. (De la Peña, 2013)

F. Localización-proximidad.

Es el contexto local que se constituye en un entorno capaz de favorecer el estímulo de las organizaciones empresariales que se encuentran asentadas en él. En tal sentido, los aspectos que potencian el desarrollo tienen que ver con la estructura productiva local, el mercado de trabajo local, la capacidad empresarial y la tecnológica existente, los recursos naturales o ambientales, el sistema de crédito local, la estructura social y política, el patrimonio histórico y la cultura local. Albuquerque, 2000 citado por (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)

a. Proximidad de mercados

Es la comunicación de los negocios con sus clientes, basada en la cercanía de su ubicación. Por sus características suele estar muy vinculada a la publicidad geolocalizada. (Lopez, 2015).

b. Acceso a proveedores

Es como llegar a los proveedores quienes suministran sus productos o servicios para una clientela amplia; ya mide a sus proveedores en su desarrollo para que sus requisitos en cuanto al precio, a los plazos, a la calidad, al medio ambiente, etc., se vean cumplidos. (Yacuzzi, 2012).

c. Acceso a créditos

Es un mecanismo por medio del cual se busca dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores. (Lira, 2009)

d. Tecnología



Son métodos, procesos, sistemas y habilidades que se utilizan para transformar recursos en productos. En una perspectiva amplia es posible considerarla como comercialización de la ciencia, la aplicación sistemática de conocimiento científico a un producto, proceso o servicio nuevo. Bateman y Snell 2005 citado por (Núñez, 2011, pág. 157)

Según Agrobanco (2012) la tecnología que se considera en la producción de cuyes es:

- Tipo y usos de instalaciones
- Material y uso de equipos
- Sistema de alimentación
- Calidad de animales (genética)

a. Crianza Tecnificada

Cuando utilizan tecnología disponible, que puede ser alta o media. Como uso de pasto cultivado, semillas mejoradas, fertilización de tierras, riego tecnificado, reservorios de agua, incremento de piso forrajero. Alimento balanceado, suplementos. Conservación de pastos, etc. Cuyes mejorados. Programas de Manejo de Producción, Uso de registros de producción, Programa de mejoramiento genético, Instalaciones y equipos.

b. Crianza No Tecnificada

Cuando no se utiliza tecnología alguna. (p.5)

2.4. Caracterización de la asociatividad empresarial Spro-cuy

2.4.1. Localización

Ubicada en el distrito de Ocongate que se encuentra ubicado en la provincia de Quispicanchis, en la parte sur este de la ciudad del Cusco en el tramo de la vía interoceánica sur Perú - Brasil, teniendo coordenadas geográficas siguientes: Latitud Sur: 13° 37'24" y Longitud 71° 23' 07". Forma parte de la cuenca del Mapacho; la capital del distrito se ubica sobre la margen derecha del río Mapacho, a 3533m.s.n.m.; tiene una configuración urbana lineal compacta y longitudinal a la carretera Urcos- Puerto Maldonado. a 3700 metros de altura sobre el nivel del mar. Se encuentra en un distrito netamente productiva en temas agropecuarios



La asociación empresaria de productores Spro cuy del distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco, está conformada por productores de distintas comunidades especificada en la tabla 3 de población. (Municipalidad distrital de Ocongate, 2011).

2.4.2. Visión, Misión y objetivos de la asociación

Según (Melo, 2018) presidente de la asociación refiere que la visión, misión y objetivos son los siguientes:

- **Visión**

“Al 2020 la Asociación Spro -Cuy será una organización socio-empresarial líder, posicionada en el mercado nacional, ofreciendo producto de calidad”.

- **Misión**

“Somos una asociación de productores de cuyes, del distrito de Ocongate, que producimos y comercializamos cuyes, para mejorar la calidad de vida de nuestras familias y garantizar a los consumidores un producto de alta calidad”

- **Objetivos**

- ✓ Ser líder del mercado local.
- ✓ Incrementar el posicionamiento de la marca de nuestros cuyes.
- ✓ Brindar productos de alta calidad.
- ✓ Buscar nuevos mercados, empresa que se interesen por nuestro producto.
- ✓ Difundir los beneficios del cuy en toda actividad que se presente.
- ✓ Estar comprometidos con la asociación.
- ✓ Aumentar rentabilidad económica en nuestros asociados.

2.4.3. Aspectos importantes de los productores de cuy

- Su lengua mater es el quechua, que es hablado por la mayoría de productores
- Un porcentaje de los productores solo habla quechua no entienden el castellano.
- Productores que no tuvieron educación y algunos solo tuvieron educación de nivel primario.
- Productores asociados por núcleos familiares.
- Son personas reservadas y seguidores de las buenas costumbres.



- Desinterés en mejorar su producción
- Carecen de conocimientos técnicos.
- Ignoran procesos productivos técnicos.

2.5. Marco conceptual

2.5.1. Ahorro por ventas

“Es la parte de los ingresos de una organización, que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras, la clave radica en la capacidad de juntar dinero de manera regular durante un periodo de tiempo” (Corrales, 2015).

2.5.2. Ayni

“Es el intercambio recíproco difundido en toda la sociedad quechua y aymara, con el intercambio laboral conocido como ayni laboral” (Seto, 2016)

2.5.3. Cadena agroproductiva

Es un sistema que articula a los agentes económicos interrelacionados por el mercado que participan en un mismo proceso productivo, desde la provisión de insumos, la producción, la conservación, la transformación, la industrialización y la comercialización hasta el consumo final de un determinado producto agrícola o pecuario. Cuando estos agentes económicos se articulan mediante condiciones de confianza, eficiencia, cooperación y equidad se encontrarán en condiciones de competir exitosamente en el mercado, toda vez que responderán rápidamente a los cambios que ocurran en él (Ministerio de agricultura y riego, 2014, pág. 33).

2.5.4. Cadena productiva

“Es un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado” (Ministerio de agricultura y riego, 2014).

2.5.5. Capacitación

“Conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una organización” (Real Academia de la Lengua Española, 2015).

2.5.6. Comercialización



“La comercialización es el desarrollo de las actividades empresarias que dirigen el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa” (Ynuoub, 2014).

2.5.7. Competencia

Es la rivalidad entre firmas que toman parte en un determinado mercado desarrollando sus mejores estrategias con el ánimo de incrementar las ganancias, minimizar los costes y así poder competir en las mejores condiciones posibles ante el resto de compañías del sector. (García, 2017)

2.5.8. Comunidad campesina

Son organizaciones de interés público con existencia legal y personería jurídica, integradas por familias que habitan y controlan determinados territorios ligados por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales expresados en la propiedad comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales. (Ministerio del Ambiente, 2016)

2.5.9. Cuy

“El cuy es un roedor originario de los andes sudamericanos, de crianza milenaria, con la finalidad de aprovechar su carne” (Agrobanco, 2012).

2.5.10. Galpón

Es una instalación donde se construyen o colocan las pozas o jaulas para criar a los cuyes, lo que permite tener un mejor control sobre los animales. Por lo que se adopta esta tecnología que permite pasar de una producción nivel familiar (crianza en cocinas), a una crianza semi comercial con una infraestructura adecuada. (Aguilar, Bustamante, Bazán, & Falcón, 2011)

2.5.11. Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer. (Fred, 2008)

2.5.12. Mercado



Es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto se requiere un bien o servicio que comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción. (Real Academia de la Lengua Española, 2015)

2.5.13. Productividad

La productividad es una medida de qué tan eficientemente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico. Una alta productividad implica que se logra producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital. Un aumento en productividad implica que se puede producir más con lo mismo. (Galindo & Ríos, 2015, pág. 2)

2.5.14. Proveedor

“Es aquella persona física o jurídica que provee o suministra profesionalmente de un determinado bien o servicio a otros individuos o sociedades, como forma de actividad económica y a cambio de una contra prestación” (Sánchez, 2017).

2.5.15. Productores rurales

“Es un grupo de personas de ámbitos sociales menores que se dedican a la producción de bienes en su mayoría sin valor agregado, pero carecen de tecnología y mano de obra calificada” (Delgado, 2013, pág. 15).

2.5.16. Recursos

“Son los bienes o servicios que se utilizan para producir otros bienes o servicios. Existen cuatro tipos de factores de producción: tierra, trabajo, capital y tecnología” (Roldán, 2018).

2.5.17. Venta

Es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo. (Thompson, 2016)

2.5.18. Visión

Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo

y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (Fred, 2008)

2.5. Variable(s)

2.5.1. Variable (s)

- Asociatividad empresarial

2.5.2. Conceptualización de la Variable (s)

Tabla 1

Conceptualización de la variable

VARIABLE	DIMENSIONES
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL La Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial, en donde cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su integración en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para el logro de objetivos comunes. Rosales 1997 citado por (Santiago D. P., Cruz, Ruíz, Acevedo, & Maldonado, 2015)	COMPETENCIA. Es la que se caracteriza por la existencia de contiendas entre las distintas empresas que intentan obtener ventajas competitivas enfrentándose a diferentes rivales, en las cuales, por la propia dinámica de la pugna, se crean y mejoran productos y procedimientos, lo cual se traduce, con el tiempo, en procesos de elevación de la productividad. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)
	CULTURA EMPRESARIAL DE COOPERACIÓN: Se considera que ésta es necesaria con el fin de aumentar el grado de intercambio y apoyo entre los actores de una economía, particularmente en ciertas industrias y sectores específicos, para que el resultado del juego económico sea exitoso para todos los agentes participantes. Mas Herrera 2005 citado por (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)
	CONFIANZA Y COMPROMISO. Es la eficacia de los acuerdos entre empresas para lograr el desarrollo local que solo es posible si los actores involucrados son capaces de mantener entre ellos el compromiso, la confianza y la cooperación para alcanzar las metas y objetivos establecidos. Además, es necesario que estos acuerdos sean perdurables. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)
	TRABAJO EN EQUIPO Es el establecimiento de un sistema de relaciones de trabajo conexiones entre ellas que se constituya en parte de una cultura social que se fortalecen en el tiempo. (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)
	VISIÓN COMPARTIDA Es la estrategia de desarrollo económico local, que se basa en la existencia de propósitos y relaciones económicas, sociales y políticas comunes entre empresas y actores. La eficiencia de las acciones reside en el acuerdo de los actores para lograr el desarrollo local. Vásquez, 2000 citado por (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)

	<p>LOCALIZACIÓN-PROXIMIDAD.</p> <p>Es el contexto local que se constituye en un entorno capaz de favorecer el estímulo de las organizaciones empresariales que se encuentran asentadas en él. En tal sentido, los aspectos que potencian el desarrollo tienen que ver con la estructura productiva local, el mercado de trabajo local, la capacidad empresarial y la tecnológica existente, los recursos naturales o ambientales, el sistema de crédito local, la estructura social y política, el patrimonio histórico y la cultura local. Albuquerque, 2000 citado por (Narváez, Fernández, & Senior, 2008, pág. 85)</p>
--	---

Fuente: Elaboración Propia

2.5.3. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de la Variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL	COMPETENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias competitivas • Cooperación interinstitucional
	CULTURA EMPRESARIAL DE COOPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración • Intercambio • Solidaridad
	CONFIANZA COMPROMISO. Y	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Cooperación • Compromiso
	TRABAJO EN EQUIPO	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Relaciones de trabajo • Liderazgo • Asignación de funciones
	VISIÓN COMPARTIDA	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Acuerdos • Propósito
	LOCALIZACIÓN-PROXIMIDAD.	<ul style="list-style-type: none"> • Proximidad de mercados • Acceso a proveedores • Acceso a créditos • Tecnología

Fuente: Elaboración Propia



CAPITULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación, corresponde al tipo de investigación básico ya que no tiene propósitos aplicativos. (Carrasco, 2013) menciona que:

La investigación básica es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objeto de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos. (P.43)

3.2. Enfoque de investigación

La presente investigación es de enfoque cuantitativo.

“La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas.” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 90)

3.3. Diseño de la investigación

La presente investigación es de diseño no experimental. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) dice:

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (P-91)

Es por ello que solo se observara en fenómeno tal cual es de la asociatividad empresarial de productores Spro-cuy.

3.4. Alcance de la investigación

La Investigación es de Alcance Descriptivo. (Canahuire, Endara, & Morante, 2015) mencionan que:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p.79)

Por ello, la investigación describirá la realidad de la asociatividad empresarial de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate, provincia de Quispicanchis, cusco 2019.

3.5. Población y muestra de la investigación

3.5.1. Población

Este trabajo de investigación está compuesto por los miembros de la asociación empresarial Spro-cuy del distrito de Ocongate, que cuenta con un total de 400 miembros los cuales son nuestra población.

Tabla 3

Población

N°	Nombre De La Comunidad Campesina Asociada	Número De Socios
1	Llullucha	51
2	Lauramarca	28
3	Ccolcca	14
4	Patapallpa Baja	24
5	Puycabamba	13
6	Jullicunca	23
7	Patapallpa Alta	20
8	Lahua Lahua	22
9	Sallicancha	12
10	Pacchanta	11
11	Chacachimpa	37
12	Pucarumi	12
13	Pacchanta Baja	20
14	Mahuayani	20
15	Checaspampa	24
16	Marampaqui	42
17	Chaupimayo	16
18	Palcca	5
19	Yanama	6
TOTAL		400

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Muestra

La muestra será obtenida por la siguiente formula probabilística finita:

Datos:

z = Grado de Confianza = 1.96

p = Evento Factible = 0.5

q = Evento Defectible = 0.5

E = Error Muestral = 0.05

N = Población = 400

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)E^2 + Z^2pq}$$

$$n = \frac{400(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(400-1)0.05^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 196$$

Teniendo una muestra de 196 asociados obtenida de la formula probabilística finita.

3.6. Técnica(s) e instrumento(s) de recolección de datos

3.6.1. Técnica(s)

En la siguiente investigación se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos.

3.6.2. Instrumento(s)

El instrumento que se utilizó es el cuestionario para ser aplicado a los objetivos de la investigación y la ficha de observación.

3.7. Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se recurrió al programa del SPSS V20 y al EXCEL para filtrar la información obtenida de los productores Spro-cuy del distrito de Ocongate provincia de Quispicanchis y departamento del Cusco.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para conocer la asociatividad empresarial de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate provincia de Quispicanchis departamento del Cusco, se encuestó a 196 asociados, en el que se considera 25 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 4
Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Asociatividad empresarial	Estrategias competitivas	Estrategias competitivas	1,2
		Cooperación interinstitucional	3,4
	Cultura empresarial de cooperación	Colaboración	5,6
		Intercambio	7,8
		Solidaridad	9
	Confianza y compromiso	Confianza	10
		Cooperación	11
		Compromiso	12
	Trabajo en Equipo	Comunicación	13
		Relaciones de trabajo	14
		Liderazgo	15
		Asignación de funciones	16
	Visión compartida	Objetivos	17,18
		Acuerdos	19
		Propósitos	20
	Localización-proximidad	Proximidad de mercados	21
		Acceso a proveedores	22,23
		Acceso a créditos	24
		Tecnología	25

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.

Tabla 5

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Medida	Promedio	Escala de Interpretación
Nunca	1,00 – 1,80	No desarrollada
Casi nunca	1,81 – 2,60	Poco desarrollada
A veces	2,61 – 3,40	Regularmente desarrollado
Casi siempre	3,41 – 4,20	Desarrollado
Siempre	4,21 – 5,00	Muy desarrollado

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado para conocer la asociatividad empresarial de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate provincia de Quispicanchis departamento del Cusco. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 6

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.848	25

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.848 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. Resultados de las dimensiones de la variable Asociatividad empresarial

Para conocer la asociatividad empresarial de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate provincia de Quispicanchis departamento del Cusco, se describe las dimensiones de: competencia, cultura empresarial de cooperación, confianza y compromiso, trabajo en equipo, visión compartida y proximidad-localización. Los resultados se presentan a continuación:

4.2.1. Competencia

El objetivo es describir la competencia de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión competencia

Tabla 7

Indicadores de la dimensión competencia

	Estrategias competitivas		Cooperación interinstitucional	
	f	%	f	%
No desarrollado	88	44.9%	80	40.8%
Poco desarrollado	72	36.7%	96	49.0%
Regularmente desarrollado	28	14.3%	17	8.7%
Desarrollado	8	4.1%	3	1.5%
Muy desarrollado	0	0.0%	0	0.0%
Total	196	100.0%	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

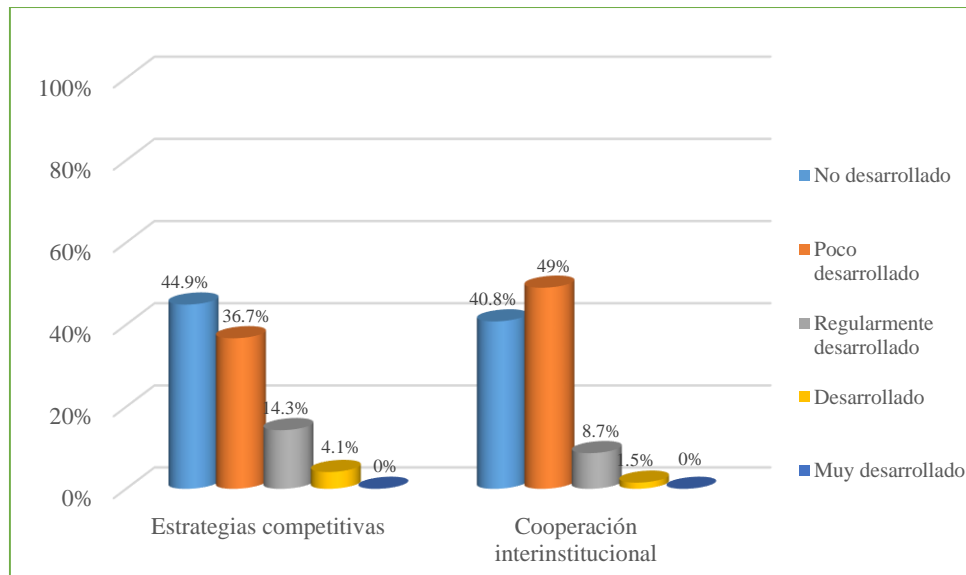


Figura 1: Indicadores de la dimensión competencia

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- El 44.9% de los asociados encuestados consideran que las estrategias competitivas están en un nivel no desarrollado, mientras que el 36.7% considera que las estrategias competitivas están poco desarrolladas, y el 14.3% de la población considera que las estrategias competitivas está en un nivel regularmente desarrollado, y solo el 4.1% considera que las estrategias competitivas están en un nivel desarrollado, por lo que se puede decir que la asociación de productores Spro-cuy no tienen ventajas competitiva respecto a sus competidores directos.
- El 49.0% de encuestados consideran que la cooperación interinstitucional está en un nivel poco desarrollado, mientras que el 40.8% considera que está en un nivel no desarrollado, y el 8.7% considera que esta es un nivel regularmente desarrollado, lo que indica que no cuentan con instituciones privadas ni públicas que apoyen el desarrollo económico y social de la organización.

B) Resultados de la dimensión competencia

Tabla 8

Competencia

	F	%
No desarrollado	88	44.9%
Poco desarrollado	90	45.9%
Regularmente desarrollado	15	7.7%
Desarrollado	3	1.5%
Muy desarrollado	0	0.0%
Total	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

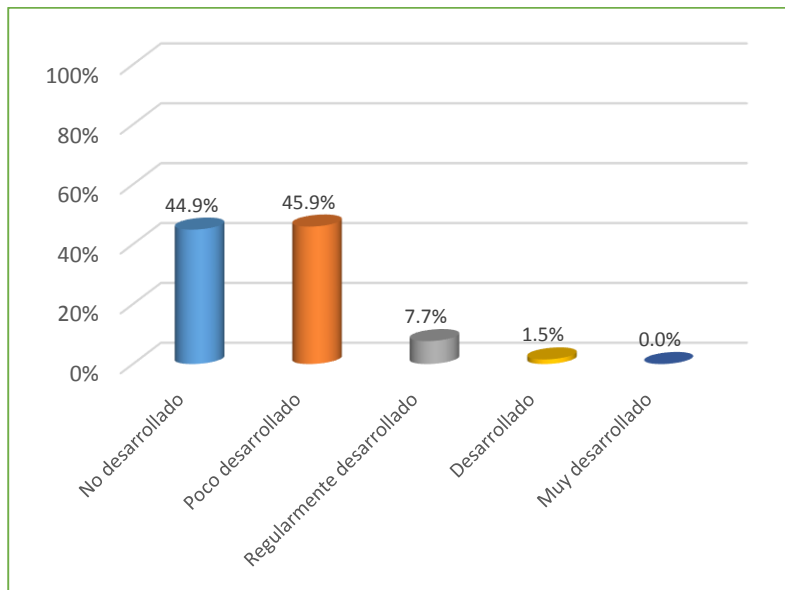


Figura 2: Competencia

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que 45,9% de los asociados encuestados señalan que la competencia en la asociación Spro-cuy está en un nivel poco desarrollado, y el 44,9% señala que esta en un nivel no desarrollado, por lo tanto, se puede afirmar que la competencia está en un nivel poco desarrollada, ya que los productores afirman que la directiva no implementa estrategias, no busca

apoyo de instituciones para enfrentarse a sus competidores, ni se crean mejoras de producción.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión competencia

Tabla 9

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión competencia

	Promedio	Interpretación
Estrategias competitivas	1.79	No desarrollado
Cooperación interinstitucional	1.91	Poco desarrollado
Competencia	1.85	Poco desarrollado

Fuente: Elaboración propia

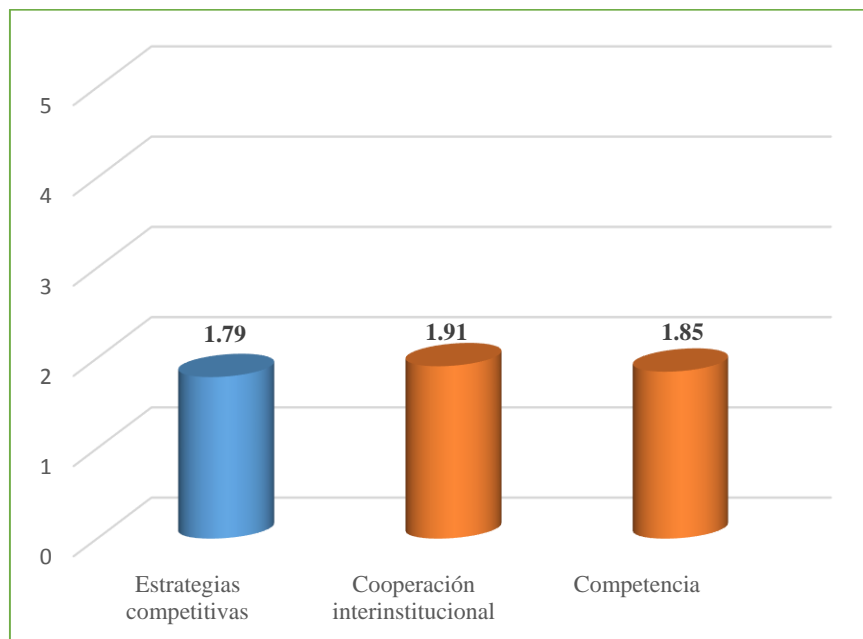


Figura 3: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión competencia
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que la estrategia competitiva está en un nivel no desarrollado con un promedio de 1.79, mientras que la cooperación interinstitucional tiene un nivel poco desarrollado con un promedio de 1.91. Es así que en promedio la dimensión competencia presenta un nivel poco desarrollado con un promedio de 1.85

4.2.2. Cultura empresarial de cooperación

El objetivo es describir la cultura empresarial de cooperación de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión cultura empresarial de cooperación

Tabla 10

Indicadores de la dimensión cultura empresarial de cooperación

	Colaboración		Intercambio		Solidaridad	
	f	%	f	%	f	%
No desarrollado	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%
Poco desarrollado	74	37.8%	71	36.2%	28	14.3%
Regularmente desarrollado	109	55.6%	94	48.0%	127	64.8%
Desarrollado	12	6.1%	31	15.8%	41	20.9%
Muy desarrollado	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Total	196	100.0%	196	100.0%	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

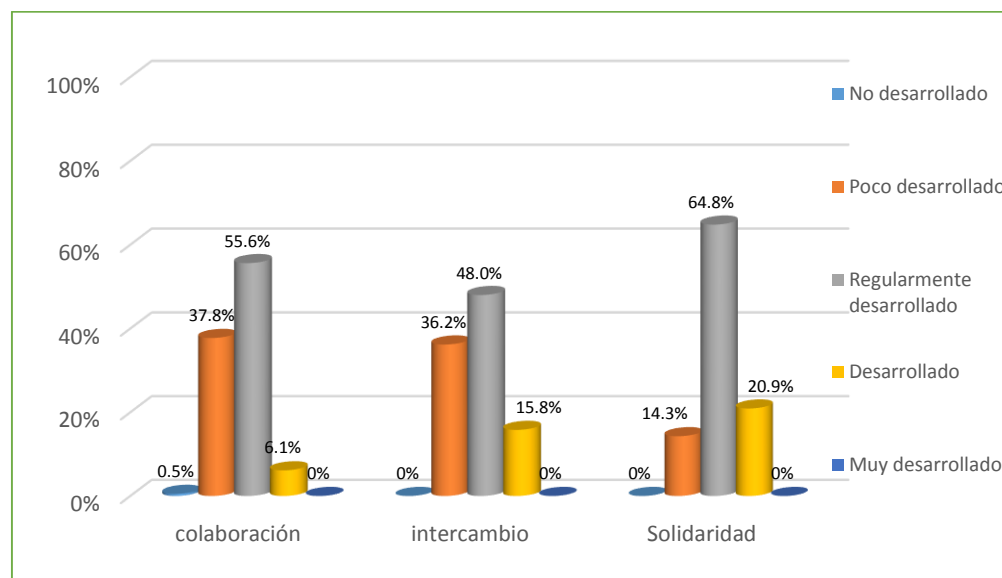


Figura 4: Indicadores de la dimensión cultura empresarial de cooperación

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que un 55.6% de los asociados encuestados de la asociación de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate consideran que la colaboración está en un nivel regularmente desarrollado, un 37.8% consideran que la colaboración está en un nivel poco desarrollado, y el 6.1% difieren que la cooperación está en un nivel desarrollado y el 0.5% considera que la colaboración está en un nivel no desarrollado.
- En cuanto al indicador de intercambio se observa que el 48.0% de los encuestados consideran que esta regularmente desarrollado, el 36.2% considera que esta poco desarrollada y el 15.8% considera que esta desarrollado. Ya que los asociados consideran que no todos los productores practican el intercambio de productos.
- En cuanto al indicador de solidaridad los encuestados consideran que el 64.8% esta regularmente desarrollado, el 20.9% considera que esta desarrollado, y el 14.3% considera que es poco desarrollado.

B) Resultados de la dimensión cultura empresarial de cooperación

Tabla 11

Cultura empresarial de cooperación

	f	%
No desarrollado	1	0.5%
Poco desarrollado	63	32.1%
Regularmente desarrollado	115	58.7%
Desarrollado	17	8.7%
Muy desarrollado	0	0.0%
	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

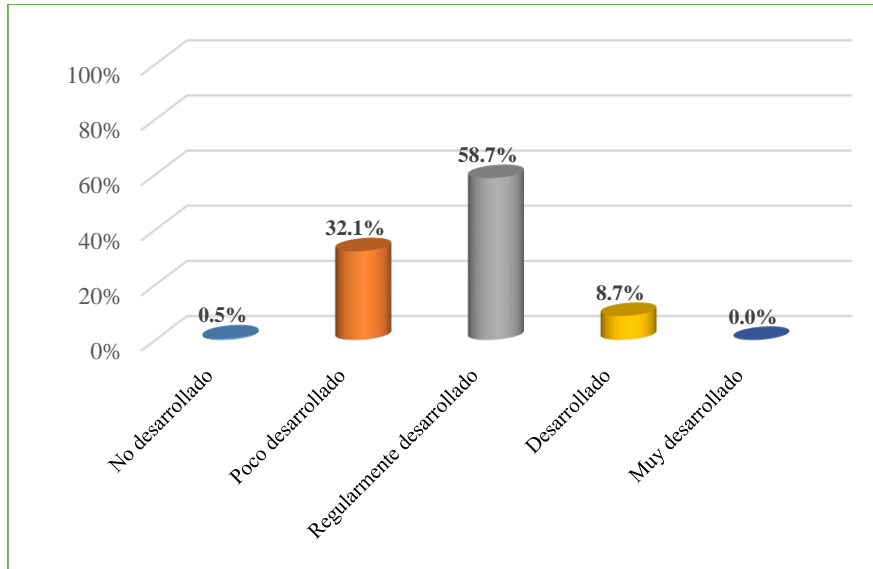


Figura 5: Cultura empresarial de cooperación
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que un 58.7% de los asociados encuestados señalan que la cultura empresarial de cooperación esta regularmente desarrollado, mientras que el 32,1% considera que esta poco desarrollado, y el 8.7% considera que esta desarrollado. Por lo que la cultura empresarial de cooperación se encuentra en un nivel regularmente desarrollado ya que, los productores de la asociación Spro-cuy del distrito de Ocongate, tienen un grado de intercambio y apoyo parcial entre los productores.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión cultura empresarial de cooperación

Tabla 12

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión cultura empresarial de cooperación

	Promedio	Interpretación
Colaboración	2.76	Regularmente desarrollado
Intercambio	2.86	Regularmente desarrollado
Solidaridad	3.07	Regularmente desarrollado
Cultura empresarial de cooperación	2.90	Regularmente desarrollado

Fuente: Elaboración propia

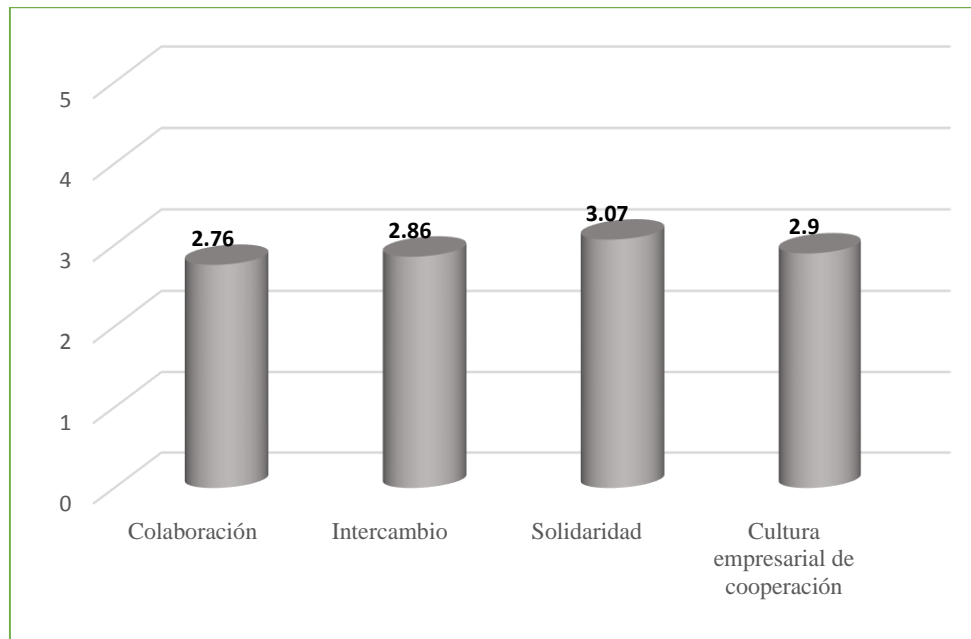


Figura 6: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Cultura empresarial
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que la colaboración está en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.76, el intercambio se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.86 y la solidaridad se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 3.07. Es así que la dimensión cultura empresarial de cooperación se presenta en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.90, por lo que productores indican que la cultura empresarial de cooperación no se da entre todos sus integrantes.

4.2.3. Confianza y compromiso

El objetivo es describir la confianza y compromiso de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión Confianza y compromiso

Tabla 13

Indicadores de la dimensión confianza y compromiso

	Confianza		Cooperación		Compromiso	
	f	%	f	%	f	%
No desarrollado	1	0.5%	1	0.5%	2	1.0%
Poco desarrollado	67	34.2%	32	16.3%	56	28.6%
Regularmente desarrollado	117	59.7%	153	78.1%	132	67.3%
Desarrollado	11	5.6%	10	5.1%	6	3.1%
Muy desarrollado	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	196	100.0%	196	100.0%	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

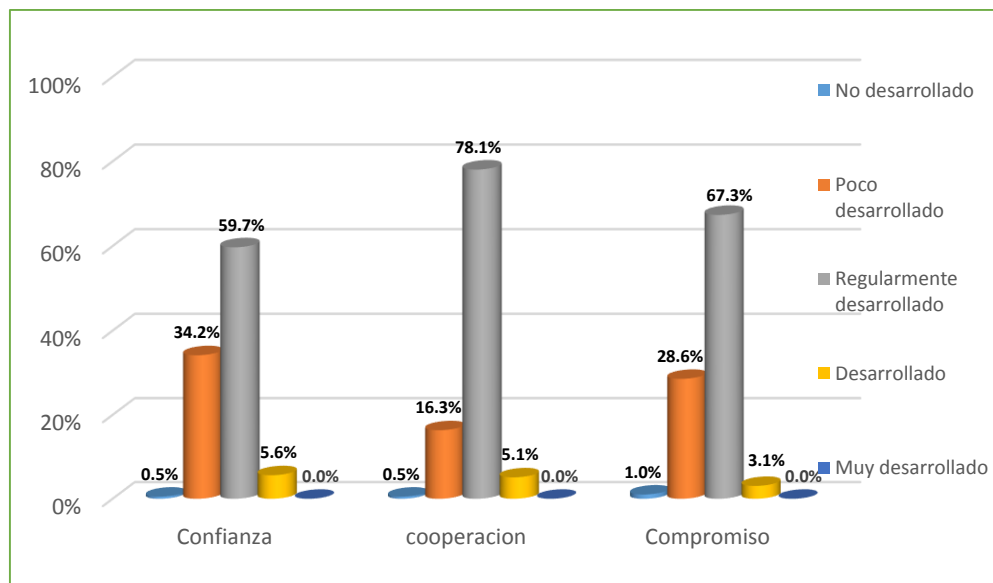


Figura 7: Indicadores de la dimensión confianza y compromiso

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que un 59.7% de los asociados encuestados de la asociación de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate considera que la confianza en la asociación se encuentra regularmente desarrollado, mientras que el 34.2% difieren que esta poco desarrollado, el 5.6% que está desarrollado, mientras que el 0.5% considera que no está desarrollado.

En cuanto a la cooperación un 78.1% de los encuestados afirma que se encuentra regularmente desarrollado, mientras que el 16.3% considera que esta poco desarrollado y el 5.1. % considera que esta desarrollado.

- Respecto al indicador compromiso se observa que el 67.3% de los encuestados afirman que esta regularmente desarrollado, mientras que el 28.6% difiere que esta poco desarrollado, el 3.1% considera que esta desarrollado y el 1.0% que esta no desarrollado.

B) Resultados de la dimensión confianza y compromiso

Tabla 14

confianza y compromiso

	F	%
No desarrollado	0	0.0%
Poco desarrollado	42	21.4%
Regularmente desarrollado	146	74.5%
Desarrollado	8	4.1%
Muy desarrollado	0	0.0%
Total	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

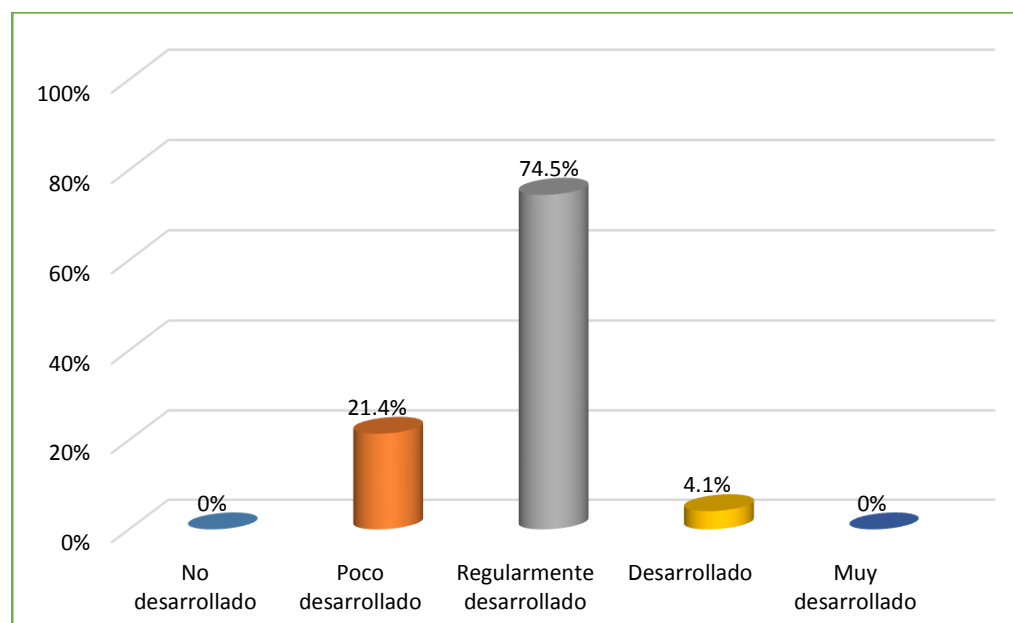


Figura 8: Confianza y compromiso

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que el 74.5% de los asociados encuestados de la asociación de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate, señalan que la confianza y compromiso están regularmente desarrollados, mientras que el 21.4% considera que esta poco desarrollado y el 4.1% restante considera que esta desarrollado; por lo tanto, se puede decir que la confianza y compromiso se encuentra en un nivel regularmente desarrollado, ya que los productores de la asociación en un buen número se involucran para alcanzar metas y objetivos establecidos..

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión confianza y compromiso

Tabla 15

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión confianza y compromiso

	Promedio	Interpretación
Confianza	2.70	Regularmente desarrollado
Cooperación	2.88	Regularmente desarrollado
Compromiso	2.72	Regularmente desarrollado
Confianza y Compromiso	2.77	Regularmente desarrollado

Fuente: Elaboración propia

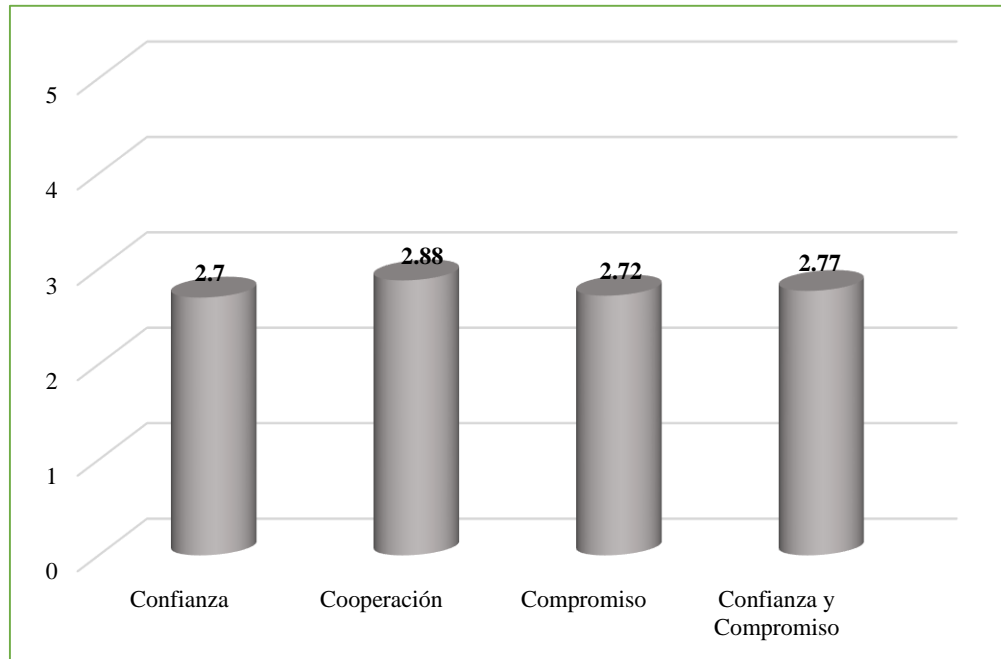


Figura 9: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión confianza y compromiso
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que el indicador de confianza se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.70, mientras que el indicador de cooperación se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.88 y el indicador compromiso está en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.72. es así que el promedio de la dimensión confianza y compromiso se presenta en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.77.

4.2.4. Trabajo en equipo

El objetivo es describir el trabajo en equipo de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión trabajo en equipo

Tabla 16

Indicadores de la dimensión trabajo en equipo

	Comunicación		Relaciones de Trabajo		Liderazgo		Asignación de funciones	
	f	%	f	%	f	%	f	%
No desarrollado	0	0.0%	0	0.0%	4	2.0%	1	0.5%
Poco desarrollado	45	23.0%	52	26.5%	34	17.3%	59	30.1%
Regularmente desarrollado	120	61.2%	117	59.7%	135	68.9%	129	65.8%
Desarrollado	30	15.3%	25	12.8%	21	10.7%	7	3.6%
Muy desarrollado	1	0.5%	2	1.0%	2	1.0%	0	0.0%
	196	100.0%	196	100.0%	196	100.0%	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

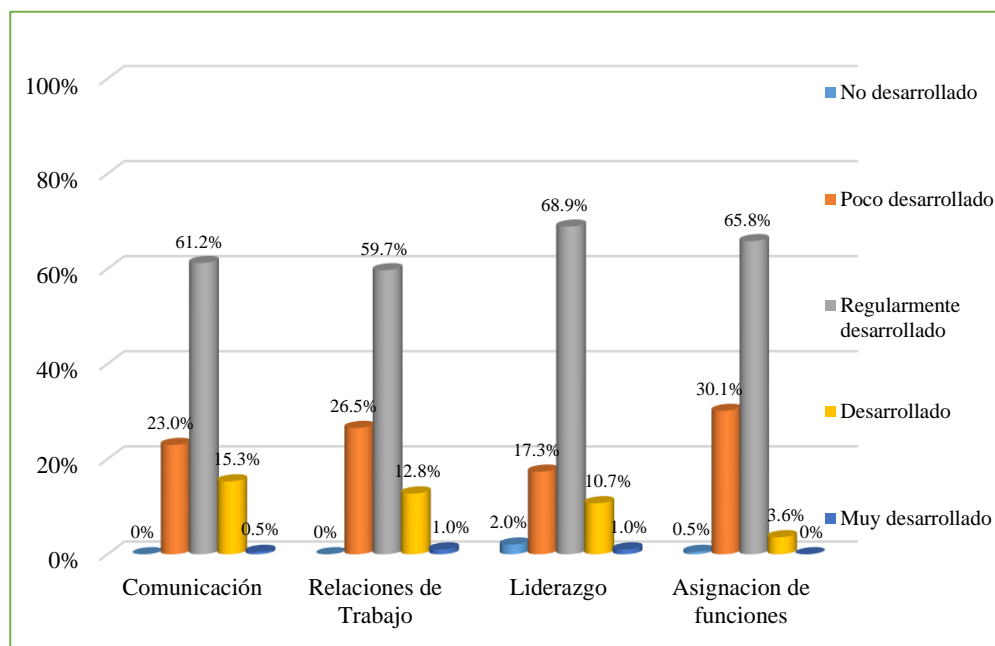


Figura 10: Indicadores de la dimensión trabajo en equipo

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que un 61.2% de los asociados encuestados de la asociación de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate considera que la comunicación en la asociación se encuentra regularmente desarrollado,



mientras que el 23.0% difieren que esta poco desarrollado, y el 15.3% que está desarrollado.

- En cuanto al indicador de relaciones de trabajo se observa que el 59.7% de los encuestados consideran que esta regularmente desarrollado, el 26.5% considera que esta poco desarrollada, mientras el 12.8% considera que esta desarrollado y el 1.0% considera que esta muy desarrollado.
- Respecto al indicador Liderazgo se observa que el 68.9% de los encuestados afirman que esta regularmente desarrollado, mientras que el 17.3% difiere que esta poco desarrollado, el 10.7% considera que esta desarrollado, el 2.0% que esta no desarrollado y el 1.0% considera que esta muy desarrollado.
- Con respecto a la asignación de funciones se observa que un 65.8% de encuestados consideran que esta regularmente desarrollado, y el 30.1% difiere que esta poco desarrollado, el 3.6% que está desarrollado y el 0.5% que esta no desarrollado.

B) Resultados de la dimensión trabajo en equipo

Tabla 17

Trabajo en equipo

	F	%
No desarrollado	0	0.0%
Poco desarrollado	59	30.1%
Regularmente desarrollado	116	59.2%
Desarrollado	20	10.2%
Muy desarrollado	1	0.5%
Total	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

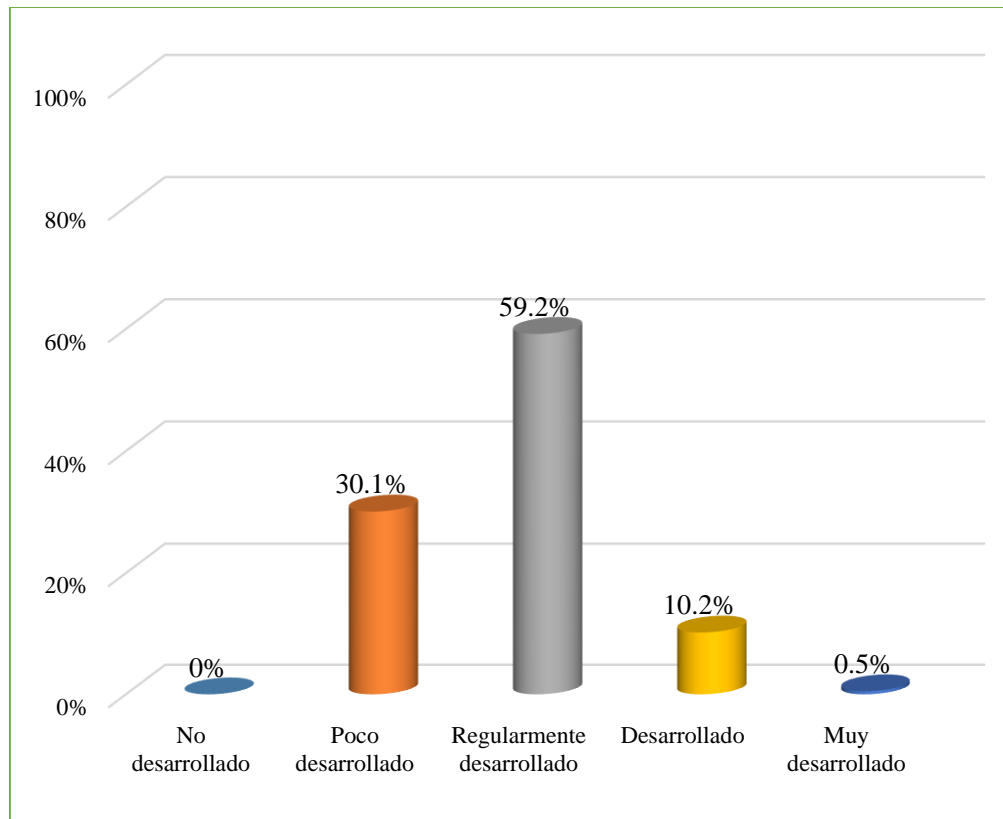


Figura 11: Trabajo en equipo
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los asociados encuestados la dimensión trabajo en equipo de la asociatividad empresarial de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate, se observa que el 59.2 % considera que esta regularmente desarrollado, el 30.1 % indica que poco desarrollado, por otro lado, el 10.2% manifiesta que está desarrollado, de igual forma el 0.5 % sostiene que está muy desarrollado. Por lo que el trabajo en equipo se encuentra en un nivel regularmente desarrollado, lo que indica que los productores en un buen porcentaje trabajan y tienen conexiones entre ellos.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión trabajo en equipo

Tabla 18

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión trabajo en equipo

	Promedio	Interpretación
Comunicación	2.93	Regularmente desarrollado
Relaciones de trabajo	2.88	Regularmente desarrollado
Liderazgo	2.91	Regularmente desarrollado
Asignación de funciones	2.72	Regularmente desarrollado
Trabajo en equipo	2.86	Regularmente desarrollado

Fuente: Elaboración propia

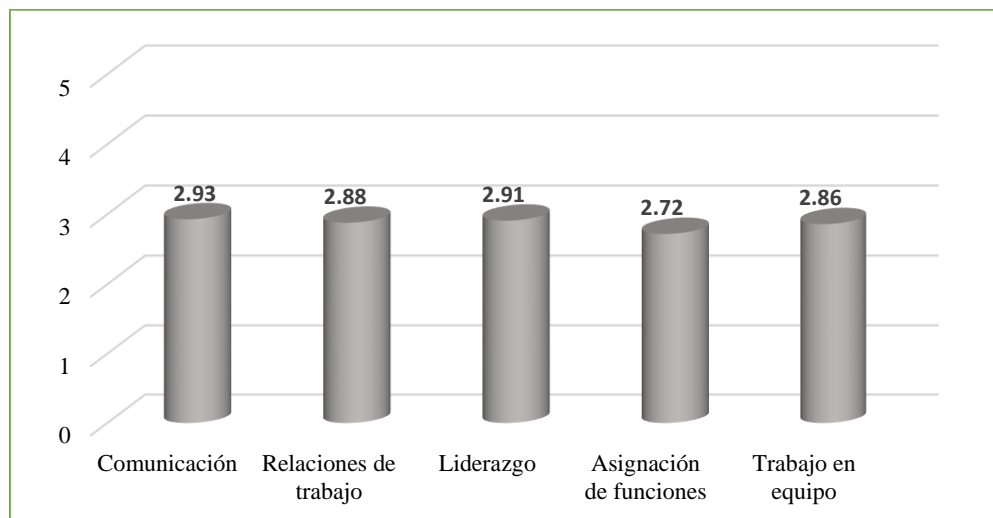


Figura 12: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión trabajo en equipo

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que el indicador de comunicación se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.93, mientras que el indicador de relaciones de trabajo se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.88, el indicador liderazgo está en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.91 y el indicador asignación de funciones se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.72. es así que el promedio de la

dimensión trabajo en equipo se presenta en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.86.

4.2.5. Visión compartida

El objetivo es describir la visión compartida de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

A) Resultados de los indicadores visión compartida

Tabla 19

Indicadores de la dimensión Visión compartida

	Objetivos		Acuerdos		Propósitos	
	f	%	f	%	f	%
No desarrollado	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%
Poco desarrollado	51	26.0%	49	25.0%	42	21.4%
Regularmente desarrollado	94	48.0%	123	62.8%	143	73.0%
Desarrollado	50	25.5%	24	12.2%	11	5.6%
Muy desarrollado	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	196	100.0%	196	100.0%	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

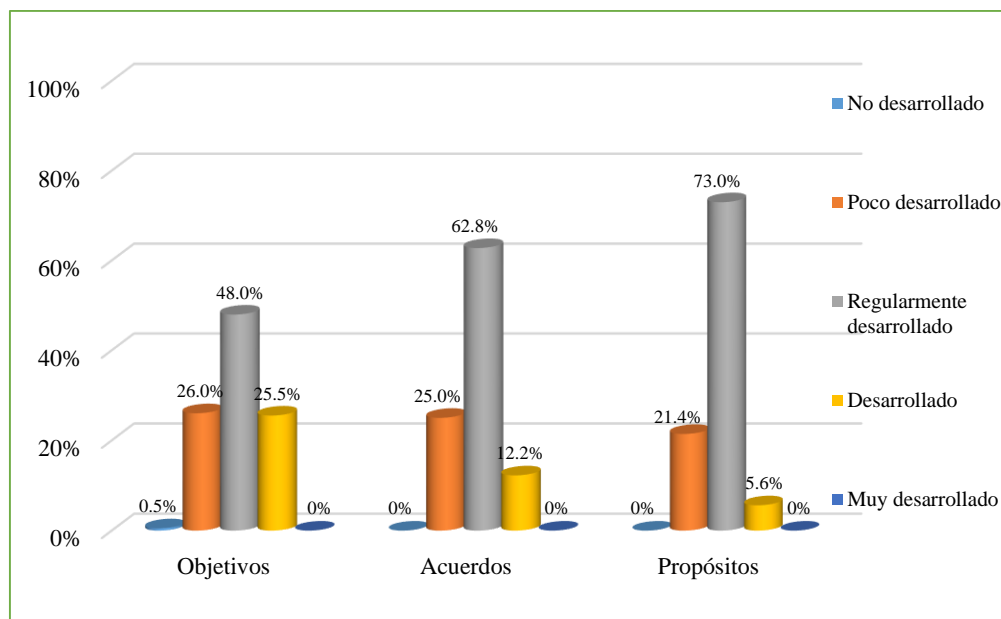


Figura 13: Indicadores de la dimensión visión compartida

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que un 48.0% de los asociados encuestados de la asociación de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate consideran que el objetivo en la asociación se encuentra regularmente desarrollado, mientras que el 26.0% difieren que esta poco desarrollado, el 25.5% que está desarrollado y el 0.5% que no está desarrollado.
- En cuanto al indicador de relaciones de trabajo se observa que el 59.7% de los encuestados consideran que esta regularmente desarrollado, el 26.5% considera que esta poco desarrollada, mientras el 12.8% considera que esta desarrollado y el 1.0% considera que esta muy desarrollado.
- Respecto al indicador Liderazgo se observa que el 68.9% de los encuestados afirman que esta regularmente desarrollado, mientras que el 17.3% difiere que esta poco desarrollado, el 10.7% considera que esta desarrollado, el 2.0% que esta no desarrollado y el 1.0% considera que esta muy desarrollado.

B) Resultados de la dimensión Visión compartida

Tabla 20

Visión Compartida

	F	%
No desarrollado	0	0,0%
Poco desarrollado	42	21,4%
Regularmente desarrollado	137	69,9%
Desarrollado	17	8,7%
Muy desarrollado	0	0,0%
Total	196	100,0%

Fuente: Elaboración propia

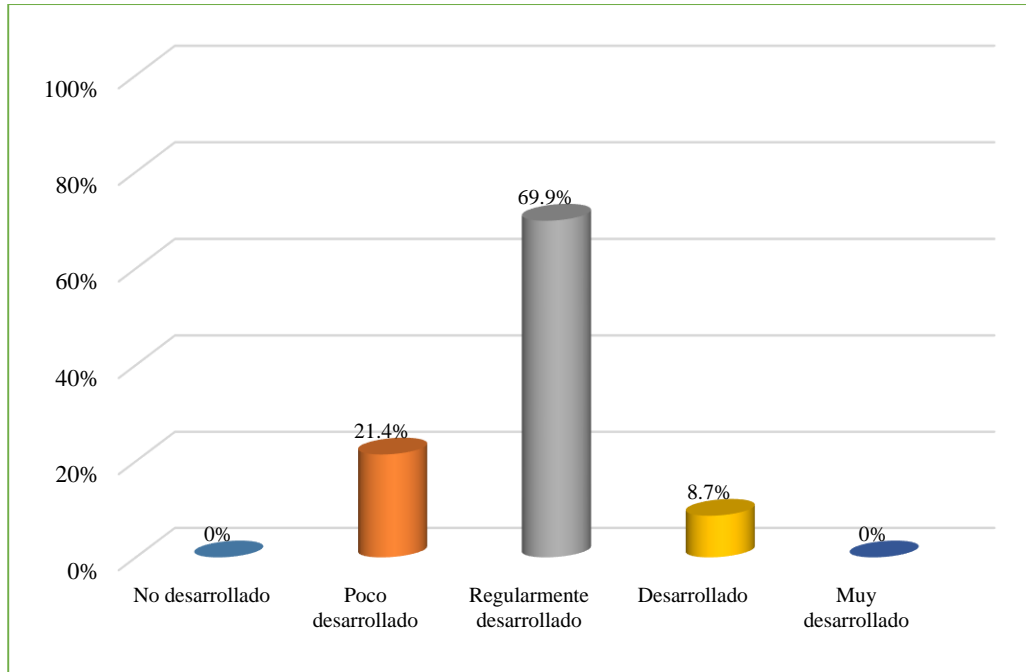


Figura 14: Visión compartida
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los asociados encuestados la dimensión visión compartida de la asociatividad empresarial de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate, se observa que el 69.9 % considera que esta regularmente desarrollado, mientras que el 21.4 % indica que es poco desarrollado y el 8.7% manifiesta que está desarrollado

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión visión compartida

Tabla 21

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión visión compartida

	Promedio	Interpretación
Objetivos	2.96	Regularmente desarrollado
Acuerdos	2.87	Regularmente desarrollado
Propósitos	2.84	Regularmente desarrollado
Visión compartida	2.89	Regularmente desarrollado

Fuente: Elaboración propia

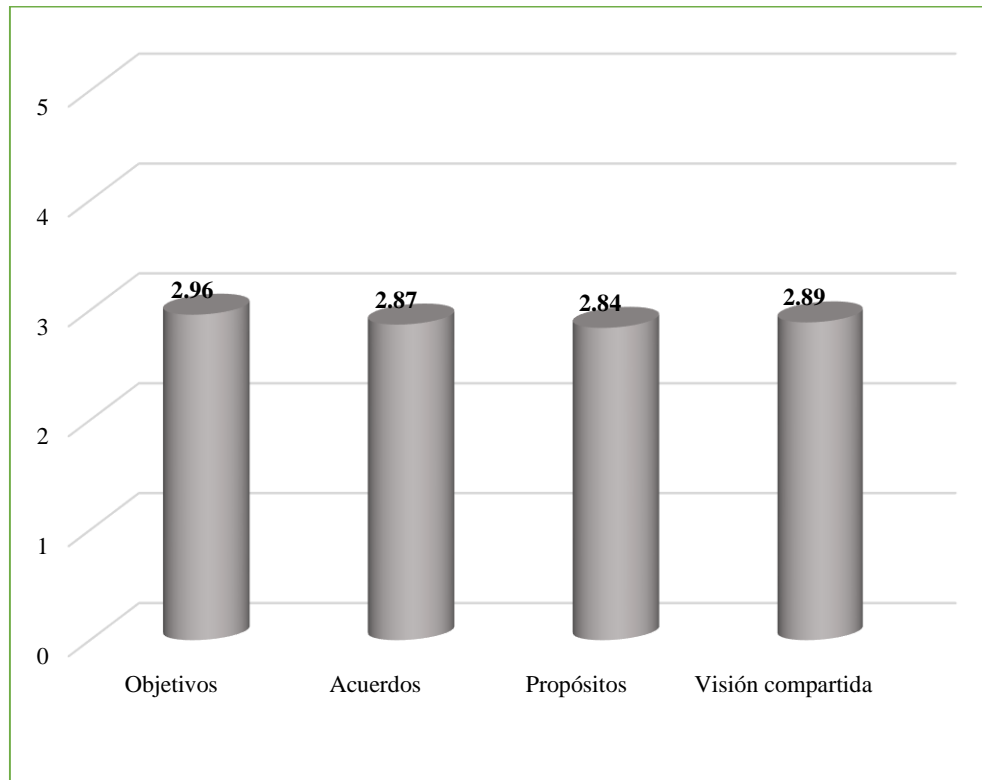


Figura 15: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión visión compartida
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que el indicador objetivo se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.96, el indicador de acuerdos se encuentra en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.87, y el indicador propósitos está en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.84. es así que el promedio de la dimensión visión compartida se presenta en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.89.

4.2.6. Localización-proximidad

El objetivo es describir la localización- proximidad de los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-cusco.

A) Resultados de los indicadores localización-proximidad

Tabla 22

Indicadores de la dimensión Localización-proximidad

	Proximidad de mercados		Acceso a proveedores		Acceso a créditos		Tecnología	
	f	%	f	%	f	%	f	%
No desarrollado	1	0.5%	35	17.9%	7	3.6%	117	59.7%
Poco desarrollado	15	7.7%	85	43.4%	7	3.6%	65	33.2%
Regularmente desarrollado	88	44.9%	45	23.0%	7	3.6%	13	6.6%
Desarrollado	92	46.9%	29	14.8%	92	46.9%	0	0.0%
Muy desarrollado	0	0.0%	2	1.0%	83	42.3%	1	0.5%
	196	100.0%	196	100.0%	196	100.0%	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

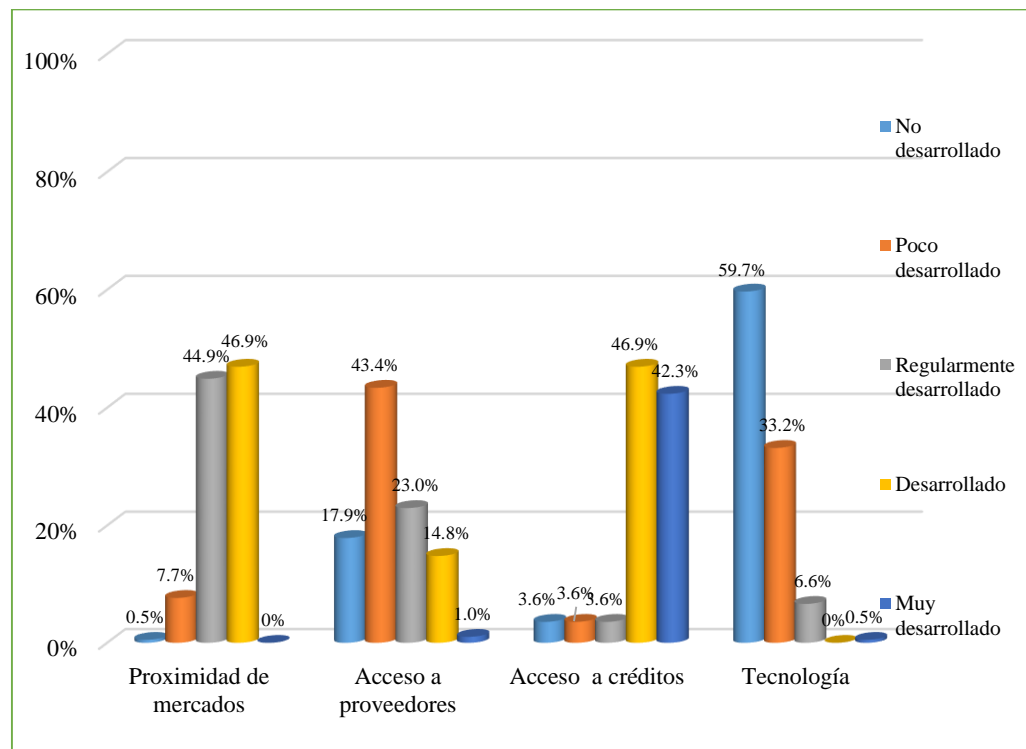


Figura 16: Indicadores de la dimensión localización-proximidad

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que un 46.9% de los asociados encuestados de la asociación de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate considera que la

proximidad de mercados en la asociación se encuentra desarrollado, mientras que el 44.9% difieren que esta regularmente desarrollado, y el 7.7% que está poco desarrollado.

- En cuanto al indicador acceso a proveedores se observa que el 43.4% de los encuestados afirman que esta poco desarrollado, el 23.0% considera que esta regularmente desarrollada, mientras que el 14.8% opta que es regularmente desarrollado y el 17.9% difiere que es poco desarrollado.
- Respecto al indicador acceso a créditos se observa que el 46.9% de los encuestados afirman que está desarrollado, mientras que el 42.3% difiere que está muy desarrollado y el 3.6% considera que esta no desarrollado. Esto dado por que los productores informan que los bancos, cajas, cooperativas los buscan constantemente para ofrecerles un crédito financiero.
- Con respecto al indicador tecnología se observa que un 59.7% de encuestados consideran que no está desarrollado, y el 33.2% difiere que esta poco desarrollado. Esto se da a que la asociación no cuenta con tecnología adecuada para la producción de sus cuyes.

B) Resultados de la dimensión Localización-proximidad

Tabla 23

Localización-proximidad

	F	%
No desarrollado	8	4.1%
Poco desarrollado	80	4.8%
Regularmente desarrollado	95	48.8%
Desarrollado	13	6.6%
Muy desarrollado	0	0.0%
Total	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

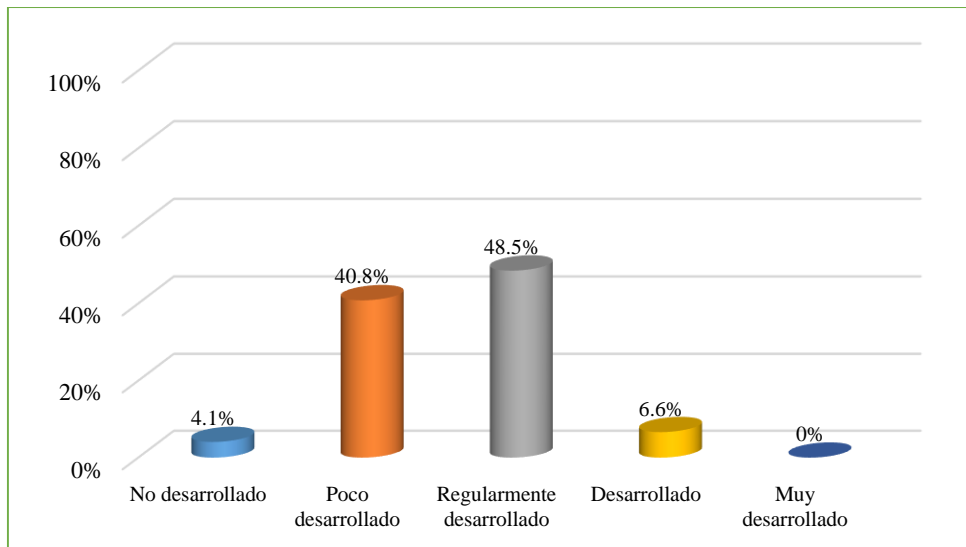


Figura 17: Localización-proximidad
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los asociados encuestados la dimensión Localización - proximidad de la asociatividad empresarial de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate, se observa que el 48.8 % considera que esta regularmente desarrollado, mientras que el 40.8 % difiere que es poco desarrollado y el 4.1% manifiesta que no está desarrollado, debido a que el contexto local no es perjudicial para el estímulo de la organización.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Localización-proximidad

Tabla 24

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Localización-proximidad

	Promedio	Interpretación
Proximidad de mercados	3.38	Desarrollado
Acceso a proveedores	2.42	Poco desarrollado
Acceso a créditos	4.20	Desarrollado
Tecnología	1.48	No desarrollado
Localización-proximidad	2.87	Regularmente desarrollado

Fuente: Elaboración propia

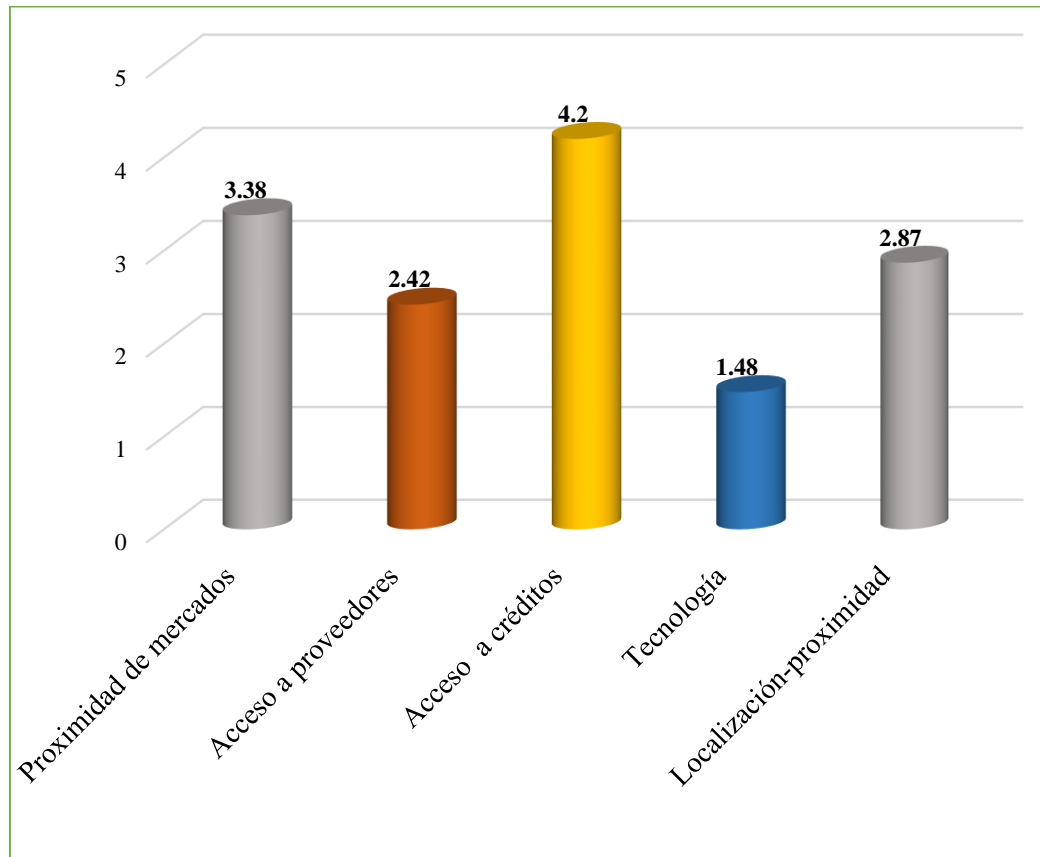


Figura 18: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Localización-proximidad
Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- Se observa que el indicador proximidad de mercados se encuentra en un nivel desarrollado con un promedio de 3.38, el indicador acceso a proveedores se encuentra en un nivel poco desarrollado con un promedio de 2.42, el indicador acceso a créditos está en un nivel desarrollado con un promedio de 4.20, y el indicador tecnología está en un nivel no desarrollado con un promedio de 1.48. Es así que el promedio de la dimensión localización – proximidad se presenta en un nivel regularmente desarrollado con un promedio de 2.87.

4.3. Resultado de la variable asociatividad empresarial

Tabla 25

Asociatividad empresarial

	f	%
No desarrollado	0	0.0%
Poco desarrollado	67	34.2%
Regularmente desarrollado	127	64.8%
Desarrollado	2	1.0%
Muy desarrollado	0	0.0%
Total	196	100.0%

Fuente: Elaboración propia

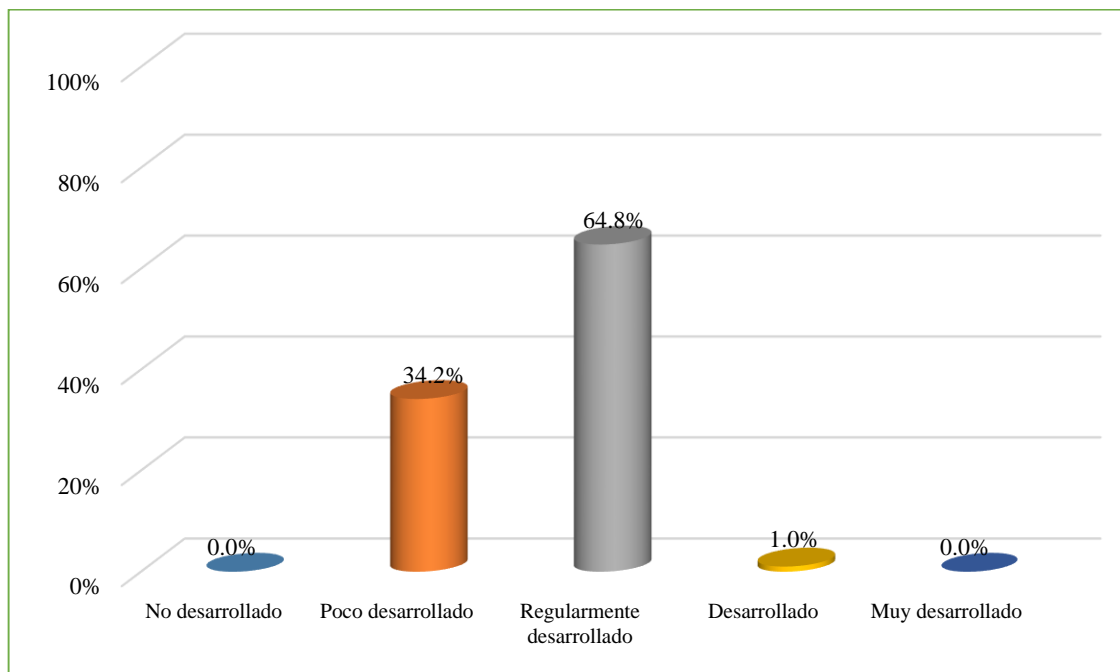


Figura 19: Asociatividad empresarial

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- El 64.8% de los encuestados consideran que la asociatividad empresarial spro-cuy es regularmente desarrollada, y el 34.2% difiere que la asociatividad empresarial es poco desarrollada. Este porcentaje se daría a que los asociados de la asociatividad empresarial Spro-cuy del distrito de Ocongate sería a que no tienen

colaboración, no comparten sus experiencias en producción, y que prefieren trabajar en forma individual y o colaborando con la asociación.

A) Comparación promedio de las dimensiones de la variable Asociatividad empresarial

Tabla 26

Comparación promedio de las dimensiones de la variable asociatividad empresarial

	Promedio	Interpretación
Competencia	1.85	Poco desarrollado
Cultura empresarial de cooperación	2.90	Regularmente desarrollado
Confianza y compromiso	2.77	Regularmente desarrollado
Trabajo en equipo	2.86	Regularmente desarrollado
Visión compartida	2.89	Regularmente desarrollado
Localización-proximidad	2.87	Regularmente desarrollado
Asociatividad empresarial	2.69	Regularmente desarrollado

Fuente: Elaboración propia

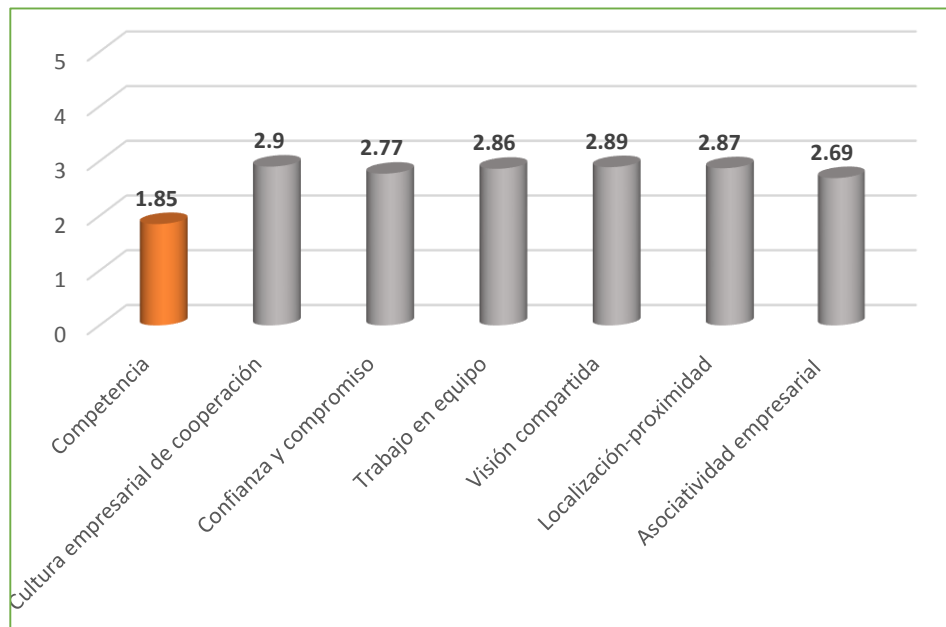


Figura 20: Comparación promedio de las dimensiones de la variable asociatividad empresarial
Fuente: Elaboración propia



Interpretación y análisis:

- En la comparación promedio se puede observar que, la competencia tiene un promedio de 1.85 lo cual indica que es poco desarrollada, la cultura empresarial de cooperación esta con un promedio de 2.9 lo que indica que esta regularmente desarrollada, la confianza y compromiso tiene un promedio de 2.77 indicando que esta regularmente desarrollada, el trabajo en equipo se encuentra con un promedio de 2.86 encontrándose en un nivel regularmente desarrollado, la visión compartida tiene un promedio de 2.89 encontrándose regularmente desarrollada y la localización – proximidad tiene un promedio de 2.87 con un nivel regularmente desarrollado. Por lo tanto, la asociatividad empresarial tiene un promedio de 2.69 lo cual indica que esta regularmente desarrollado.



CAPITULO V

DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo conocer la asociatividad empresarial de los productores SPRO-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco, en la cual se obtuvo la información a partir de la aplicación de la encuesta a los integrantes de dicha asociación.

Conforme al objetivo general de la investigación, los resultados obtenidos indican que la asociatividad empresarial de los productores Spro cuy del distrito del Ocongate provincia de Quispicanchi y departamento del Cusco es considerada como regularmente desarrollado con un promedio de 2.69, por lo que se evidencia una asociatividad empresarial deficiente, probablemente debido a que los integrantes no tienen conocimientos sobre asociatividad empresarial.

En lo referente a los objetivos específicos de la investigación: la dimensión competencia se considera poco desarrollado con un promedio de 1.85, por otro lado las siguiente dimensiones están consideradas regularmente desarrolladas como la cultura empresarial de cooperación con un promedio de 2.90, mientras que la confianza y cooperación esta con un promedio de 2.77, mientras que la dimensión trabajo en equipo esta con un promedio de 2.86, la dimensión visión compartida con un promedio de 2.89 y finalmente la dimensión localización-proximidad esta con un promedio de 2.87. por lo que se puede afirmar que solo una dimensión es poco desarrollada y los cinco restantes están regularmente desarrolladas, lo que quiere decir que la asociación en estudio no tiene conocimientos para sobrellevar una asociatividad empresarial, por lo que se evidencia un desinterés de una parte de los asociados.

Por ello, en la dimensión localización-proximidad se evidencio que los integrantes encuestados consideran que el indicador acceso a créditos es desarrollado, esto referido a que los analistas de crédito están detrás de los asociados pese a su localización geográfica, mientras que ellos no buscan prestamos financieros ya que las tazas de interese para ellos es demasiado y prefieren optar por prestamos familiares lo cual no fue considerado en el presente trabajo de investigación.

Santiago D. , Cruz, Acevedo, Ruiz, & Maldonado (2015) refieren que la Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial, contexto en el que cada empresa participante o integrante mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, deben decidir de manera



voluntaria su integración, contribuir en el esfuerzo conjunto con otros participantes para el logro de objetivos comunes; teniendo como base esta conceptualización se tiene la siguiente investigación de Sisa, Diana (2016) en su trabajo de investigación denominada: Asociatividad empresarial y la comercialización de la quinua la provincia de Andahuaylas 2016, donde los autores concluyen que la asociatividad empresarial, el 32.9% considera que está en desacuerdo, el 30.5% considera que esta medianamente de acuerdo y el 26.8% afirman estar totalmente en desacuerdo, haciendo una comparación con la presente investigación, en donde el 64.8% de los encuestado afirman que la asociatividad empresarial de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate es regularmente desarrollada, el 34.2% de encuestados indican que la asociatividad empresarial está poco desarrollada y solo un 1.0% de encuestados afirman que está desarrollada la asociatividad empresarial; por ende haciendo un análisis comparativo se encuentran solo dos coincidencias con la investigación de Sisa ya que abarca solo dos dimensiones que son confianza y cooperación en donde la primera tiene un 70.7% en desacuerdo mientras que en la presente investigación tiene un 74.5% de encuestados que afirman que esta regularmente desarrollado; la segunda tiene un 42.7% en desacuerdo mientras que la presente tiene un 58.7% que dice que es regularmente desarrollado, por lo que se ve que las investigaciones tienen resultados diferentes.

Por otro lado Vera (2015) en su investigación denominada “Asociatividad empresarial de los productores de Quinua del Valle de Andahuaylillas, Quispicanchi - Cusco-2015” concluye que la asociatividad empresarial de productores de quinua presenta un nivel regular de asociatividad empresarial, corroborando los resultados de la presente investigación, buena cantidad de integrantes encuestados afirman que la asociatividad empresarial está en un nivel regularmente desarrollado; haciendo un análisis comparativo existe algunas coincidencias pese a que la investigación solo abarca algunas dimensiones de la presente investigación, pese a que los contextos de las investigaciones son similares por el segmento de la población ya que abarcan distritos productores de la provincia de Quispicanchi.

En la realización del estudio se presentaron algunas dificultades como las condiciones del área geográfica y el clima, ya que al realizar las encuesta se tenía que ir a cada domicilio de los asociados para hacer el levantamiento de información y ellos viven en distintas comunidades del distrito de Ocongate, por lo que el acceso fue un poco complicado.

Los resultados del presente estudio que pueden ser de utilidad para la asociatividad empresarial de productores Spro cuy, para tomar en cuenta y poder mejorarla en base a esos resultados para verificar que deficiencias y fortalezas tienen; así también, otras asociaciones



para sobrellevar mejor las complicaciones que pueda tener la asociatividad empresarial, con la intención de lograr la mejora continua, y así lograr, que sus objetivos se hagan realidad y que sus asociados estén comprometidos con ello; por lo que se hace necesario realizar más investigaciones sobre el tema.

En base a la presente investigación, surge la necesidad de plantearse otras investigaciones como: roles gerenciales, la cultura organizacional, cadena productiva, compromiso y cambio organizacional, y proceso de ventas.



CONCLUSIONES

Después de haber realizado la presente investigación en la asociatividad empresarial de los productores Spro cuy en el distrito de Ocongate, provincia de Quispicanchi, departamento del cusco-2019, se llegó a las siguientes conclusiones:

Primero: La asociatividad empresarial de los productores se presenta como regularmente desarrollada con un promedio de 2.68, refiriendo que los productores de cuy tienen una participación parcial, deficiencias en temas de asociatividad empresarial, no cuentan con apoyo de instituciones públicas ni privadas, se difunde parcialmente la gestión estratégica de la asociación, falta de apoyo entre los productores, por lo que los productores tienen una regular participación en la asociación.

Segundo: En cuanto a la dimensión competencia, se concluye que es poco desarrollado lo que es manifestado por los productores con un promedio de 1.85, lo que conlleva a que los productores accedan al precio que impone el demandante, hay conformidad en la capacidad de producción mensual, conformismo para cumplir sus demandas mensuales ya que ellos están conformes con la cantidad de cuyes que se vende mensual a la empresa casa del Cuy, no tienen acciones competitivas respecto a otras asociaciones ya que considera no tener competencia, no cuentan con apoyo de instituciones ni públicas ni privadas por lo que no tienen capacitaciones en temas de producción y sostenibilidad.

Tercero: Para la dimensión cultura empresarial de cooperación, se concluye que es regularmente desarrollado con un promedio de 2.90, presentándose una participación parcial por parte de los productores, se priorizan intereses personales lo que hace que trabajen por una rentabilidad económica individual, no todos los productores son solidarios con la organización para cumplir demandas, no comparten sus experiencias productivas con los demás para fortalecer conocimientos productivos.

Cuarto: Para la dimensión confianza y compromiso, se concluye que es regularmente desarrollado con un promedio de 2.77, por lo que se ve que los productores no practican la confianza entre ellos, no se da la ayuda mutua entre los productores en las distintas actividades que se realiza, no tienen sentido de pertenencia con la asociación por falta de identificación, por ende, solo algunos tienen un compromiso efectivo con la asociación.



- Quinto: Para la dimensión trabajo en equipo, se concluye que es regularmente desarrollado con un promedio de 2.86, presentándose una comunicación adecuada parcial ya que solo se comunican los productores que tienen as afinidad familiar o de amistad, la información intercambiada no siempre es comprendida por todos ya que se sus dudas no son absueltas, la directiva solo identifica las necesidades de algunos productores y no de toda la organización esto debido a que no se llega a todos los productores por el área geográfica donde están localizados, no todos los productores cumplen con las funciones delegadas ya que no se identifican con la asociación y priman sus intereses personales.
- Sexto: Para la dimensión visión compartida, se concluye que es regularmente desarrollado con un promedio de 2.89, ya que los productores no contribuyen con el logro de objetivos, ya que los documentos de gestión estratégica no son difundidos para todos los productores, los acuerdos y propósitos tomados son considerados solo por una parte de los productores por falta de interés.
- Séptimo: Para la dimensión localización-proximidad, se concluye que es regularmente desarrollado con un promedio de 2.77, por lo que se afirma que la asociación cuenta con mercados para la venta de sus productos en el ámbito local ya que la empresa casa del cuy compra mensualmente sus cuyes para llevarlos al mercado regional, los proveedores no abastecen adecuadamente los pedidos ni en el tiempo de entrega debido al área geográfica donde se encuentran los galpones e los productores de cuy, los agentes bancarios están dispuestos a dar préstamos financieros pero los productores no acceden a estos préstamos bancarios debido a las tasas de interés elevadas y prefieren optar por prestamos familiares.



RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones de la presente investigación en la asociatividad empresarial de los productores Spro cuy en el distrito de Ocongate, provincia de Quispicanchi, departamento del cusco-2019 se hace las siguientes recomendaciones:

Primero: Para lograr una buena asociatividad empresarial, se recomienda que su junta directiva forme alianzas estratégicas con instituciones como Ccaijo, fundación Suyana y Casa del Cuy, que puedan promover y fortalecer la asociación empresarial con apoyo técnico; así mismo, que esas instituciones se encarguen de capacitaciones constantes respecto al sentido de asociatividad empresarial, que se busque alianzas con escuelas profesionales de administración para que mediante sus alumnos puedan ayudar a mejorar la asociación con los conocimientos que tienen; solicitar apoyo a la gerencia de desarrollo económico y social de la municipalidad distrital de Ocongate para que pueda impartir mediante sus técnicos especialista talleres y capacitaciones que ayuden a mejor la asociatividad empresarial.

Segundo: Para la competencia, se recomienda que, la directiva de la asociación implemente escalas de precio de venta del producto, que se lleve un inventario de producción por cada asociado, que mediante las instituciones de Ccaijo y la municipalidad distrital de Ocongate se de talleres de técnicas de producción para fortalecer la competencia productiva de la asociación.

Tercero: Para la cultura empresarial de cooperación, se recomienda que, a través de su junta directiva se solicite talleres y capacitaciones a instituciones como Ccaijo y la municipalidad distrital de Ocongate para que imparta conocimientos en temas relacionados a colaboración, intercambio y solidaridad, con los siguientes aspectos como conceptos, importancias, relevancia, beneficios y casos prácticos.

Cuarto: Para la confianza y compromiso, se recomienda que a través de su junta directiva promueva con apoyo de instituciones como Ccaijo y la municipalidad distrital de Ocongate talleres que fortalezcan la confianza, cooperación y compromiso, también se recomienda que la directiva organice encuentros recreativos y de compartir con todo os asociados para fortalecer la asociación.

Quinto: Para el trabajo en equipo se recomienda, que la directiva intensifique reuniones para que las relaciones de trabajo y comunicación entre todos sus integrantes sea asertiva,



que la directiva visite a todos los asociados en sus comunidades por lo menos una vez en seis meses para identificar sus necesidades y carencias que tienen, implementar un programa de multas por no cumplir acciones designadas.

Sexto: Para la visión compartida, se recomienda que, mediante su junta directiva se agende reuniones constantes, que se nombre principales representantes de los productores de las diferentes comunidades, que se dé a conocer los objetivos que se tiene y motivarlos a que estos se cumplan dando a conocer los beneficios que obtendrían tanto económicos como técnicos, que tomen acuerdos factibles y que estén a corto mediano y largo plazo, por último, se recomienda que la directiva difunda los propósitos con todos los integrantes de la asociación mediante reuniones informativas.

Séptimo: Para la localización-proximidad se recomienda que, la directiva solicite a la municipalidad distrital de Ocongate específicamente a la gerencia de desarrollo social y económico que promueva ferias locales, para fortalecer la demanda de cuyes de distintas empresas, buscar nuevos proveedores y más cercanos a sus galpones, que los productores y toda la asociación acepte las ofertas de crédito para mejorar su capacidad productiva optando por las mejores tasas de interés.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Abalo, M. (2018). *Geocities*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de http://www.geocities.ws/maria_abalo/e2/Foro4/bmk4_Maria_A.html#targetText=La%20Asociatividad%20se%20puede%20definir,b%3%BA%20queda%20de%20un%20objetivo%20com%3%BA.
- Agrobanco. (2012). Guía técnica. *Asistencia técnica dirigida en crianza tecnificada de cuyes*. Perú, Cajamarca.
- Aguilar, G., Bustamante, J., Bazán, V., & Falcón, N. (2011). Diagnóstico situacional de la crianza de cuyes en una zona de Cajamarca. *SciELO*, 11. Obtenido de <http://www.leisa-al.org/web/index.php/volumen-21-numero-3/2025-crianza-de-cuyes-en-la-finca-agroecologica-hecosan>
- Araque, W. E. (2018). *Asociatividad en la Pyme*. Quito: EC: Universidad Andina Simón Bolívar Corporación Editora Nacional.
- Arriagada, G. (2005). Liderazgo, confianza y compromiso. *revistamarina*, 547-552.
- Bedwell, W., Wildman, J., Diaz, D., Salazar, M., Kramer, W., & Salas, E. (2012). Collaboration at work: collaboration at work. *Resource management review*, 128-145.
- Canahuire, A., Endara, F., & Morante, E. (2015). *¿Cómo hacer la tesis universitaria? "una guía para investigadores"*. Cusco: Colorgraf S.R.L.
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Publicaciones San Marcos.
- Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la teoría de la Administración*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Corrales, M. (2015). *Banca Fácil*.
- Cutipá, V. R., & Humpire, L. M. (2018). Asociatividad empresarial de las Microempresarias de flores tikary de La Comunidad de Pampaqhuehuar, Distrito de Quiquijana, Provincia de Quispicanchi-2017. *Tesis de pre-grado*. Universidad Andina Del Cusco, Cusco.
- De la Cruz, I. (2014). Comunicación efectiva y trabajo en equipo administración y gestión. *Aula mentor*, 1-210.
- De la Peña, E. (21 de noviembre de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 18 de Agosto de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/propositos-de-la-organizacion-y-la-direccion-en-la-administracion/>
- Delgado, C. (2013). Sociedad Red Rural. *Revista académica de la economía, observatorio de la economía latinoamericana*, 1-19.
- Fred, D. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. Mexico: Pearson educación.



- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). Productividad en serie de estudios económicos. *Mexico ¿cómo vamos?*, 1-9.
- García, I. (19 de 09 de 2017). *Economía simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/competencia>
- Gasalla, J. M. (2017). *Confianza y Compromiso*. España: Circulo rojo.
- González, L. (2003). *Cooperación y empresas: retos, presente y futuro*. España: Thomson paraninfo.
- Hernández, B. (2015). Alternativas de modelos de negocios para las mipymes colombianas desde la RSE, comercio justo, negocios inclusivos y el valor compartido. *Cooperativismo y desarrollo*, 23(107).
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigacion*. Mexico: Mc-Grawl-Hill.
- Kay, N. (2014). *Estrategia Competitiva*. Reino Unido: Edinburgh Business School.
- Liendo, M., & Martínez, A. (2015). Asociatividad una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes. *Dialnet*, 212-213.
- Lira, P. (2009). *Finanzas y financiamiento, las herramientas de gestión que toda pequeña empresa*. Perú: USAID.
- López, D. (4 de 11 de 2014). *Economipedia*. Recuperado el 26 de Agosto de 2019, de <https://economipedia.com/author/d-lopez>
- Lopez, P. (22 de Abril de 2015). *Cicerocomunicacion*. Recuperado el 24 de Agosto de 2019, de <https://www.cicerocomunicacion.es/en-que-consiste-el-marketing-de-proximidad/>
- Mathews, J. C. (2014). *Asociatividad empresarial*. Lima: Pacifico
- Melo, P. (2018). *Plan estrategico*. Asociacion empresarial de productores Spro-cuy, Cusco.
- MINCETUR. (2008). *Ministerio de comercio exterior y turismo*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_asociatividad/Curso%20Asociatividad%20I%20-%20Asociatividad%2020080917.pdf
- Ministerio de agricultura y riego. (agosto de 2014). Guia de Promocion de la asociatividad empresarial rural para el acceso al mercado. *Alianza de aprendizaje Perú*, 1-198.
- Ministerio de agricultura y riego. (2014). Guia para la promoción de asociatividad empresarial rural para el acceso a mercado. *Alianza de aprendizaje Perú*. Lima, Peru: Minagri.
- Ministerio del Ambiente. (setiembre de 2016). *Legislacion Ambiental*. Obtenido de <https://sinia.minam.gob.pe/tematica/comunidades-campesinas?page=1>



- Ministerio del Ambiente. (03 de setiembre de 2016). *Minam*. Obtenido de <http://www.minam.gob.pe/disposiciones/convenio-de-cooperacion-interinstitucional-entre-el-minam-y-la-unmsm/>
- Miranda, M. M., Ortiz, R. M., Ordoñez, A. B., & Zarate, W. S. (2016). Estrategias competitivas en las Organizaciones. *Caribeña de ciencias sociales*, 1-23.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. España: membre de l'une.
- Municipalidad distrital de Ocongate. (2011). *plan concentrado 2011-2020*. Cusco: MDO.
- Narváez, M., & Fernandez, G. (2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. *Red de revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 295-308.
- Narváez, M., Fernández, G., & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 74-92.
- Núñez, A. F. (2016). La asociatividad de productores agropecuarios San Roque y su incidencia en la economía familiar de los socios de la comunidad de Huachi, año 2015. *Tesis de maestría*. Universidad Tecnológica INDOAMERICA, Ambato, Ecuador.
- Núñez, E. (2011). Gestión tecnológica en la empresa: definición de sus objetivos fundamentales. *Red de revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 156-166.
- Peréz, J. C. (2013). Liderazgo y trabajo en equipo. *Instituto Politécnico Nacional*, 1-25.
- Pérez, J., & Gardey, A. (Julio de 2008). *Relaciones laborales*. Recuperado el 17 de agosto de 2019, de <https://definicion.de/relaciones-laborales/>
- Peru 21. (22 de Febrero de 2019). Asociatividad empresarial: una gran opción para crecer. *Peru 21*.
- Real Academia de la Lengua Española . (2015). *Proceso*. España.
- Retamozo, A. (2017). Asociatividad y crecimiento empresarial de los productores de maíz en el distrito de Huancaray, Andahuaylas, Apurímac – 2016. *Tesis de Pre-grado*. Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Apurímac.
- Rivera, X. (2011). Asociatividad microempresarial y género: La experiencia de las microempresarias organizadas. *Tesis de pre-grado*. Universidad de Chile, Santiago.
- Roldán, P. (2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/factores-de-produccion.html>
- Sánchez, A. (2012). *Eumed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/asc/1a.htm>



- Sánchez, J. (2017). *Economipedia*. Recuperado el 13 de septiembre de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>
- Santiago, D. P., Cruz, B. C., Ruíz, A., Acevedo, J. A., & Maldonado, J. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca., *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 1167-1177.
- Santiago, D., Cruz, B., Acevedo, J., Ruiz, A., & Maldonado, J. (2015). Asociatividad: estrategia de competitividad en la agroindustria de Oaxaca. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 1167_1177.
- Seto, J. (2016). El cambio recíproco entre los aymaras. *Scielo*, 79-104.
- Sisa, D. (2016). Desarrollo de la asociatividad para la implementación de una empresa de producción y comercialización de aguaymanto deshidratado al mercado de Canadá. *Trabajo de pregrado*. Universidad José María Arguedas, Andahuaylas.
- Thompson, I. (2016). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- Trillo, F., Huamán, D., & Bryce, M. (18 de febrero de 2014). Gobernación de Boyaca. *Revista interamericana de bibliotecología*, 227-230. Obtenido de <https://www.boyaca.gov.co/CasaBoyaca/2012-08-08-17-19-30/herramientas-cooperaci%C3%B3n/48-conceptos-generales-de-cooperaci%C3%B3n-internacional>
- Unknown. (07 de marzo de 2014). *Organización y dirección*. Recuperado el 2019 de agosto de 12, de <http://organizacionydireccion.blogspot.com/2014/03/28-asignacion-de-roles-yo-funciones.html>
- Vázquez, M. V., Silva, M., & Liquidano, M. (2016). Perspectiva de las competencias emprendedoras y la cooperación interempresarial en empresas del sector lácteo. *Revista OIKOS*, 69 - 87.
- Vegas, J. C. (2008). Asociatividad. *Ministerio de comercio exterior y turismo*. Lima: Mincetur.
- Vera, L. (2015). Asociatividad empresarial de los productores de quinua del Valle de Andahuaylillas, Quispicanchi-Cusco-2015. *Tesis de pregrado*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Yacuzzi, E. (2012). Conceptos fundamentales del desarrollo de los proveedores. *Econstor*, 486.
- Ynuoub, J. (2014). *Guía del emprendedor/La empresa familiar*. Argentina.



ANEXOS



ANEXO 1

Matriz de Consistencia

TITULO DE LA INVESTIGACION: "ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS PRODUCTORES SPRO-CUY EN EL DISTRITO DE OCONGATE-QUISPICANCHIS-CUSCO-2019"				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	METODO DE INVESTIGACION
¿Cómo es la asociatividad empresarial de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco-2019?	Describir la asociatividad empresarial de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco-2019	Asociatividad empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Cultura empresarial de cooperación • Confianza y compromiso • Trabajo en equipo • Visión compartida • Localización – proximidad 	TIPO DE INVESTIGACION: <ul style="list-style-type: none"> • Básica
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS			ENFOQUE DE LA INVESTIGACION: <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativo
a ¿Cómo es la competencia en los productores Spro-cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco? b ¿Cómo es la cultura empresarial de cooperación en los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco? c ¿Cómo es la confianza y compromiso en los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco? d ¿Cómo es el trabajo en equipo en los productores Spro -cuy en el distrito de	a. Conocer la competencia de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco. b. Conocer la cultura empresarial de cooperación de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco. c. Conocer la confianza y compromiso de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco. d. Conocer el trabajo en equipo de los productores Spro -cuy			DISEÑO DE LA INVESTIGACION: <ul style="list-style-type: none"> • No Experimental
				ALCANCE DE LA INVESTIGACION: <ul style="list-style-type: none"> • Descriptiva POBLACION Y MUESTRA <ul style="list-style-type: none"> • Población: 400 personas



<p>Ocongate-Quispicanchis-Cusco?</p> <p>e ¿Cómo es la visión compartida en los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco?</p> <p>f ¿Cómo es la localización -proximidad en los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco?</p>	<p>en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco.</p> <p>e. Conocer es la visión compartida de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco.</p> <p>f. Conocer la localización -proximidad de los productores Spro -cuy en el distrito de Ocongate-Quispicanchis-Cusco.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Muestra: 196personas <p>TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnica: Encuesta • Instrumento: Cuestionario de preguntas <p>PROCESAMIENTO DE DATOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • SPSS • Formula probabilística finita
---	--	--	--	--



ANEXO 2

Matriz del instrumento para la recolección de datos

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	N° DE ITEMS	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACION		
Asociatividad empresarial	COMPETENCIA	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias competitivas 	16%	4	1. ¿La asociación tiene actividades para competir con empresas o asociaciones dedicadas al mismo rubro?	Siempre		
		<ul style="list-style-type: none"> Cooperación interinstitucional 			2. ¿Identifica las acciones de competencia que se da con empresas de la zona?			
	CULTURA EMPRESARIAL DE COOPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración 	20%	5	3. ¿La asociación tiene contacto con empresas para el logro de cooperación interinstitucional?		Siempre	
		<ul style="list-style-type: none"> Intercambio 			4. ¿La asociación cuenta con instituciones que colaboran con la asociación?			
		<ul style="list-style-type: none"> Solidaridad 			5. ¿Existe colaboración entre los integrantes de la asociación?			
	CONFIANZA Y COMPROMISO	<ul style="list-style-type: none"> Intercambio 	12%	3	6. ¿Existe reciprocidad de trabajo entre los integrantes de la asociación?		Siempre	
		<ul style="list-style-type: none"> Solidaridad 			7. ¿Existe intercambio de la producción individual de cuyes con la asociación?			
		<ul style="list-style-type: none"> Confianza 			8. ¿Existe intercambio de información con los integrantes de la asociación?			
	TRABAJO EN EQUIPO	<ul style="list-style-type: none"> Confianza 	16 %	4	9. ¿Existe solidaridad en la asociación para cumplir demandas?		Casi siempre	
		<ul style="list-style-type: none"> Cooperación 			10. ¿Existe confianza entre miembros de la asociación?			
		<ul style="list-style-type: none"> Compromiso 			11. ¿Existe cooperación de los integrantes para el logro de objetivos de la asociación?			
		<ul style="list-style-type: none"> Comunicación 			12. ¿Existe compromiso de los integrantes con la asociación?			
	VISIÓN COMPARTIDA	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación 	16%	4	13. ¿Considera que hay una buena comunicación entre los integrantes de la asociación?		a veces	
		<ul style="list-style-type: none"> Objetivos 			14. ¿Considera que la relación entre los integrantes es adecuada?			
							15. ¿La directiva de la asociación identifica las necesidades que hay en la organización?	
					16. ¿Los integrantes de la asociación cumplen con las funciones que se les delega?			
					17. ¿Los integrantes de la asociación contribuyen con el logro de objetivos?			
					18. ¿Se difunden los objetivos?			



		• Acuerdos			19. ¿Los integrantes de la asociación cumplen los acuerdos que tienen en la organización?	Casi nunca
		• Propósito			20. ¿Los integrantes de la asociación contribuye al logro de propósitos que tiene la asociación?	
	LOCALIZACIÓN- PROXIMIDAD	• Proximidad de mercados	20%	5	21. ¿La asociación tiene acceso a mercados para la comercialización de sus cuyes?	Nunca
		• Acceso a proveedores			22. ¿Los proveedores de la asociación abastecen adecuadamente sus pedidos? 23. ¿Los proveedores de la asociación abastecen sus pedidos en el tiempo adecuado?	
		• Acceso a créditos			24. ¿La asociación tiene acceso a créditos para solventar su producción?	
• Tecnología	25. ¿La asociación cuenta con tecnología adecuada para la producción de sus cuyes?					
		TOTAL	100	25		

ANEXO 3

Instrumento de recolección de datos
UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN****Cuestionario aplicado a los asociados de la asociación de productores Spro-cuy del distrito de Ocongate-Quispicanchi- Cusco-2019.**

Señores productores de cuy la presente encuesta es totalmente anónima y tiene por objetivo recoger información para el desarrollo de un trabajo de investigación, por lo que agradeceré tenga a bien de apoyarnos con su información.

A continuación, se presentan una serie de preguntas, lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa con la que usted esté de acuerdo, marcando con una "X".

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL					
Estrategias competitivas	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. ¿La asociación tiene actividades, para competir con empresas o asociaciones dedicadas al mismo rubro?					
2. ¿Identifica las acciones de competencia que se da con empresas de la zona?					
Cooperación interinstitucional	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
3. ¿La asociación tiene contacto con empresas para el logro de cooperación interinstitucional?					
4. ¿La asociación cuenta con instituciones que colaboran con la asociación?					
Colaboración	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
5. ¿Existe colaboración entre los integrantes de la asociación?					
6. ¿Existe reciprocidad de trabajo entre los integrantes de la asociación?					
Intercambio	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
7. ¿Existe intercambio de la producción individual de cuyes con la asociación?					
8. ¿Existe intercambio de información con los integrantes de la asociación?					
Solidaridad	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
9. ¿Existe solidaridad en la asociación para cumplir demandas?					
Confianza	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
10. ¿Existe confianza entre miembros de la asociación?					
Cooperación	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre



11. ¿Existe cooperación de los integrantes para el logro de objetivos de la asociación?					
Compromiso	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
12. ¿Existe compromiso de los integrantes con la asociación?					
Comunicación	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
13. ¿Hay una buena comunicación entre los integrantes de la asociación?					
Relaciones de trabajo	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
14. ¿Considera que las relaciones entre los integrantes es adecuada?					
Liderazgo	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
15. ¿La directiva de la asociación identifica las necesidades que hay en la organización?					
Asignación de funciones	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
16. ¿Los integrantes de la asociación cumplen con las funciones que se les delega?					
Objetivos	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
17. ¿Los integrantes de la asociación contribuyen con el logro de objetivos?.					
18. ¿Se difunden los objetivos en la asociación?					
Acuerdos	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
19. ¿Los integrantes de la asociación cumplen los acuerdos que tienen en la organización?					
Propósitos	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
20. ¿Los integrantes de la asociación contribuyen al logro de propósitos?					
Proximidad de mercados	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
21. ¿La asociación tiene acceso a mercados para la comercialización de sus cuyes?					
Acceso a proveedores	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
22. ¿Los proveedores de la asociación abastecen adecuadamente sus pedidos?					
23. ¿Los proveedores de la asociación abastecen sus pedidos en el tiempo adecuado?					
Acceso a créditos	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
24. ¿La asociación tiene acceso a créditos para solventar su producción?					
Tecnología	Nunca	casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
25. ¿La asociación cuenta con tecnología adecuada para la producción de sus cuyes?					

ANEXO 4

Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
No desarrollado	1
Poco desarrollado	2
Regularmente desarrollado	3
Desarrollado	4
Muy desarrollado	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	No desarrollado
1,81 – 2,60	Poco desarrollado
2,61 – 3,40	Regularmente desarrollado
3,41 – 4,20	Desarrollado
4,21 – 5,00	Muy desarrollado

ANEXO 5

Resultados De Los Items Del Cuestionario

		Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		f	%	F	%	F	%	f	%	f	%
P1	¿La asociación tiene actividades, para competir con empresas o asociaciones dedicadas al mismo rubro?	90	45.9%	59	30.1%	39	19.9%	8	4.1%	0	0.0%
P2	¿Identifica las acciones de competencia que se da con empresas de la zona?	35	17.9%	109	55.6%	46	23.5%	6	3.1%	0	0.0%
P3	¿La asociación tiene contacto con empresas para el logro de cooperación interinstitucional?	78	39.8%	85	43.4%	31	15.8%	2	1.0%	0	0.0%
P4	¿La asociación cuenta con instituciones que colaboran con la asociación?	34	17.3%	123	62.8%	37	18.9%	2	1.0%	0	0.0%
P5	¿Existe colaboración entre los integrantes de la asociación?	5	2.6%	49	25.0%	129	65.8%	13	6.6%	0	0.0%
P6	¿Existe reciprocidad de trabajo entre los integrantes de la asociación?	0	0.0%	54	27.6%	135	68.9%	7	3.6%	0	0.0%
P7	¿Existe intercambio de la producción individual de cuyes con la asociación?	0	0.0%	28	14.3%	125	63.8%	43	21.9%	0	0.0%
P8	¿Existe intercambio de información con los integrantes de la asociación?	5	2.6%	76	38.8%	98	50.0%	17	8.7%	0	0.0%
P9	¿Existe solidaridad en la asociación para cumplir demandas?	0	0.0%	28	14.3%	127	64.8%	41	20.9%	0	0.0%
P10	¿Existe confianza entre miembros de la asociación?	1	0.5%	67	34.2%	117	59.7%	11	5.6%	0	0.0%
P11	¿Existe cooperación de los integrantes para el logro de objetivos de la asociación?	1	0.5%	32	16.3%	153	78.1%	10	5.1%	0	0.0%
P12	¿Existe compromiso de los integrantes con la asociación?	2	1.0%	56	28.6%	132	67.3%	6	3.1%	0	0.0%
P13	¿Hay una buena comunicación entre los integrantes de la asociación?	0	0.0%	45	23.0%	120	61.2%	30	15.3%	1	0.5%
P14	¿Considera que las relaciones entre los integrantes es adecuada?	0	0.0%	52	26.5%	117	59.7%	25	12.8%	2	1.0%
P15	¿La directiva de la asociación identifica las necesidades que hay en la organización?	4	2.0%	34	17.3%	135	68.9%	21	10.7%	2	1.0%
P16	¿Los integrantes de la asociación cumplen con las funciones que se les delega?	1	0.5%	59	30.1%	129	65.8%	7	3.6%	0	0.0%
P17	¿Los integrantes de la asociación contribuyen con el logro de objetivos?	0	0.0%	48	24.5%	138	70.4%	10	5.1%	0	0.0%
P18	¿Se difunden los objetivos en la asociación?	2	1.0%	30	15.3%	115	58.7%	41	20.9%	8	4.1%



P19	¿los integrantes de la asociación cumplen los acuerdos que tienen en la organización?	0	0.0%	49	25.0%	123	62.8%	24	12.2%	0	0.0%
P20	¿Los integrantes de la asociación contribuyen al logro de propósitos?	0	0.0%	42	21.4%	143	73.0%	11	5.6%	0	0.0%
P21	¿La asociación tiene acceso a mercados para la comercialización de sus cuyes?	1	0.5%	15	7.7%	88	44.9%	92	46.9%	0	0.0%
P22	¿Los proveedores de la asociación abastecen adecuadamente sus pedidos?	36	18.4%	68	34.7%	63	32.1%	27	13.8%	2	1.0%
P23	¿Los proveedores de la asociación abastecen sus pedidos en el tiempo adecuado?	37	18.9%	78	39.8%	50	25.5%	29	14.8%	2	1.0%
P24	¿La asociación tiene acceso a créditos para solventar su producción?	7	3.6%	7	3.6%	7	3.6%	92	46.9%	83	42.3%
P25	¿La asociación cuenta con tecnología adecuada para la producción de sus cuyes?	117	59.7%	65	33.2%	13	6.6%	0	0.0%	1	0.5%