

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO  
VALDIZAN**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**“ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA  
COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU  
CAMU EN YARINACocha, UCAYALI 2018”.**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN  
Y NEGOCIOS CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE PROYECTOS**

**TESISTA:**

VITELIO ASENCIOS TARAZONA

**ASESOR:**

Dr. ARNULFO ORTEGA MALLQUI

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

*A mis padres y hermanos por mostrarme el camino a la superación y motivación constante.*

*A mi hijo André Jan Adriano, razón de vivir*

*A mi esposa Zunilda, por su apoyo.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*A la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, mi alma mater, por contribuir en mi formación profesional y de posgrado.*

*Al Dr. Arnulfo Ortega Mallqui por su colaboración como asesor de la presente tesis.*

*Al PhD. Kenneth Reátegui del Águila, por el aporte de sus conocimientos técnicos.*

*A los Ing. Kilman García Saldaña e Ing. Gerónimo Vega Quevare por su apoyo incondicional.*

*A los directivos de la Asociación Distrital de Productores de camu camu de Yarinacocha (ADIPROCA Y) por las facilidades brindadas.*

## RESUMEN

La presente investigación denominada Asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha, Ucayali 2018 tiene por objetivo principal determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018. La importancia del estudio se centra en determinar en qué medida la asociatividad como estrategia se relaciona con la competitividad de la red de productores de camu camu de Yarinacocha- Ucayali, para que una vez arribado los resultados se propongan alternativas prácticas y adecuadas en la solución del problema.

De aquí la importancia de la presente investigación, puesto que, es imprescindible determinar en qué medida se viene presentando el problema de la incidencia de la asociatividad como estrategia en la competitividad de la red de productores de camu camu en Ucayali.

La investigación se fundamenta en la literatura especializada sobre la asociatividad como estrategia y la competitividad reflejada en la red de productores de camu camu en Yarinacocha, Ucayali.

El tipo de investigación es descriptiva correlacional, el diseño de la investigación es no experimental transversal correlacional, con una población de 82 participantes de la red de productores de camu camu. La técnica que se usó es la encuesta y el instrumento el cuestionario. Para la validez del instrumento se utilizó el criterio de juicio de expertos que además está respaldado por el uso del Alfa de Cronbach; la comprobación de las

hipótesis se realizó con la prueba estadística no paramétrica de Rho de Spearman, con el valor de 0.70, que indica que hay una correlación fuerte o alta.

En la presente investigación se llegó a la conclusión que la asociatividad como estrategia si se relaciona con la competitividad de la red de productores de camu camu, Yarinacocha.

**Palabras claves:** asociatividad, competitividad, estrategia.

**ABSTRACT**

*The main objective of the present research called Associativity as a strategy and the competitiveness of camu camu network of producers in Yarinacocha, Ucayali 2018, was to determine the relationship that exists between associativity as a strategy and the competitiveness of the network of camu camu producers in Yarinacocha. - Ucayali, 2018. The study pretends that associativity as a strategy when relating to the competitiveness of camu camu network of producers in Yarinacocha-Ucayali, proposes practical and adequate alternatives in the solution of the problem.*

*The importance of the present investigation lies in determining that extent the problem has been presented, what is the incidence of associativity as a strategy in the competitiveness of camu camu network of producers in Ucayali.*

*The present work is based on specialized literature about associativity as a strategy and the competitiveness reflected in the camu camu network of producers in Yarinacocha, Ucayali.*

*The type of research was correlational descriptive, the research design is non-experimental, quantitative, cross-correlated, with a population of 82 participants from the camu camu network of producers. The technique that was used was the survey and the instrument the questionnaire. For the validity of the instrument, the criterion of expert judgment was taken into account, which in turn made use of Cronbach's Alpha; the verification of the hypotheses was carried out with Spearman's nonparametric statistical test of Rho, with the value of 0.70, which indicates that there is a strong or high moderate correlation.*

*In the present investigation, it was concluded that associativity as a strategy if it is related to the competitiveness of the network of camu camu producers, Yarinacocha.*

**Keywords:** *associativity, competitiveness, strategy.*

## INDICE

<b>DEDICATORIA</b>	II
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	III
<b>RESUMEN</b>	IV
<b>ABSTRACT</b>	VI
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	3
1.1. Fundamentación del problema de investigación	3
1.2. Justificación	7
1.3. Importancia	7
1.4. Limitaciones	8
1.5. Formulación del problema de investigación	9
1.5.1. Problema general	9
1.5.2. Problemas específicos	9
1.6. Formulación de objetivos generales y específicos	10
1.6.1. Objetivo general	10
1.6.2. Objetivos específicos	10
1.7. Formulación de hipótesis generales y específicas	11
1.7.1. Hipótesis general	11
1.7.2. Hipótesis específicas	11
1.8. Variables	12
1.8.1. Variable 1: Asociatividad como estrategia	12
1.8.2. Variable 2: Competitividad	12
1.9. Operacionalización de variables	13
1.9.1. Operacionalización de la variable 1	13
1.9.2. Operacionalización de la variable 2	14
1.10. Definición de términos operacionales	15
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	21
2.1. Antecedentes de investigación	21
2.1.1. Antecedentes internacionales	21
2.1.2. Antecedentes nacionales	24
2.2. Bases Teóricas	29



2.2.1. La asociatividad como estrategia	30
2.2.2. La competitividad	40
2.3. Bases conceptuales	43
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA</b>	45
3.1. Ámbito	45
3.2. Población	45
3.3. Muestra	46
3.4. Nivel y tipo de estudio	48
3.5. Diseño de investigación	50
3.6. Técnicas e instrumentos	51
3.6.1. Cuestionario	51
3.7. Validación y confiabilidad del instrumento	51
3.7.1. Validez por juicio de expertos	51
3.7.2. Confiabilidad del instrumento de recolección de datos	53
3.8. Procedimiento	54
3.9. Tabulación	54
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	55
4.1. Análisis descriptivo	55
4.2. Análisis inferencial y contrastación de hipótesis	82
4.2.1. Pruebas de normalidad	82
4.2.2. Proceso de prueba de hipótesis general	84
4.2.3. Proceso de prueba de hipótesis específicas	86
4.3. Discusión de resultados	93
4.4. Aporte de la investigación	97
<b>CONCLUSIONES</b>	98
<b>RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS</b>	100
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	101
<b>ANEXOS</b>	106
Anexo 01. Matriz de Consistencia	106
Anexo 02. Consentimiento informado	107
Anexo 03: Instrumentos	108
Anexo 04: Validación de instrumento por Juicio de expertos	110

## Índice de tablas

Tabla 1. <i>Matriz de operacionalización de la variable Asociatividad como estrategia</i>	13
Tabla 2. <i>Matriz de operacionalización de la variable Competitividad de la red de productores de camu camu</i>	14
Tabla 3. <i>Población de estudio de los caseríos dedicados a la producción de camu camu perteneciente al sector Yarinacocha - Ucayali, 2018.</i>	46
Tabla 4. <i>Muestra estratificada de los caseríos dedicados a la producción de camu camu perteneciente al sector Yarinacocha - Ucayali, 2018</i>	48
Tabla 5. <i>Validadores por Juicio de Expertos</i>	52
Tabla 6. <i>Porcentaje de validación de instrumento por juicio de expertos</i>	52
Tabla 7. <i>Tabla categórica de prueba Alfa de Cronbach</i>	53
Tabla 8. <i>Resumen de procesamiento de datos</i>	53
Tabla 9. <i>Estadísticos de fiabilidad</i>	54
Tabla 10. <i>¿Considera usted que hay cooperación entre los directivos y los socios de la red de productores?</i>	56
Tabla 11. <i>¿Considera usted que los socios siempre participan en las acciones colectivas que desarrolla la red de productores?</i>	57
Tabla 12. <i>¿Considera usted que existe una adecuada gestión administrativa por parte de los miembros de la red de productores?</i>	58
Tabla 13. <i>¿Considera usted que hay un clima de confianza entre los socios y directivos dentro de la red de productores?</i>	59
Tabla 14. <i>¿Considera usted que los socios al ser parte de la red de productores han mejorado sus ingresos económicos?</i>	60
Tabla 15. <i>¿Considera usted que la asociación ha accedido a préstamos o créditos para mejorar las áreas de cultivo en beneficio de la producción?</i>	61
Tabla 16. <i>¿Considera usted que los productores han recibido capacitación y asistencia técnica en la producción?</i>	62

Tabla 17. <i>¿Considera usted que los socios han recibido asesoría para participar en eventos comerciales tales como ferias y rueda de negocios?</i>	63
Tabla 18. <i>¿Considera usted que la asociación tiene capacidad para negociar la adquisición de bienes y materiales para la organización?</i>	64
Tabla 19. <i>¿Considera usted que la red de productores realiza la promoción y la venta en conjunto en el mercado?</i>	65
Tabla 20. <i>¿Considera usted que la red de productores le ha permitido realizar con eficiencia sus contratos con clientes y proveedores?</i>	66
Tabla 21. <i>¿Considera usted que los socios de la red de productores intercambian información sobre costos y precios para vender los productos a un mejor precio?</i>	67
Tabla 22. <i>¿Considera usted que en la red de productores se llevan a cabo tareas productivas como siembra, cosecha, cultivo, ventas, y actividades para alcanzar los objetivos trazados?</i>	68
Tabla 23. <i>¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?</i>	69
Tabla 24. <i>¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado debido a que se han agrupado entre productores?</i>	70
Tabla 25. <i>¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?</i>	71
Tabla 26. <i>¿Considera usted que la red de productores cuenta con certificados de calidad de los productos ofrecidos al mercado?</i>	72
Tabla 27. <i>¿Considera usted que la red de productores realiza el seguimiento de las actividades agrícolas de sus productos?</i>	73
Tabla 28. <i>¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad en la siembra, el cultivo y la cosecha de sus productos?</i>	74
Tabla 29. <i>¿Considera usted que se han incrementado sus ganancias al formar parte de la red de productores?</i>	75
Tabla 30. <i>¿Considera usted que los gastos por producción y venta de los productos han disminuido al formar parte de la red de productores?</i>	76

Tabla 31. <i>¿Considera usted que la asociatividad le ha permitido manejar adecuadamente sus presupuestos?</i>	77
Tabla 32. <i>¿Considera usted que se han incorporado cambios en la siembra, recolección o comercialización de sus productos por haberse agrupado en la red de productores?</i>	78
Tabla 33. <i>¿Considera usted que formar parte de la red de productores le ha permitido mejorar sus conocimientos en el manejo de los negocios?</i>	79
Tabla 34. <i>¿Considera usted que se han dado cambios en el modo de manejar su negocio al asociarse con otros productores?</i>	80
Tabla 35. <i>¿Considera usted que ser socio de la red de productores le ha permitido utilizar computadoras, internet, correo, chat, celular, etc. para mejorar su negocio?</i>	81
Tabla 36. <i>Pruebas de normalidad de las variables de estudio</i>	83
Tabla 37. <i>Nivel de correlación</i>	85
Tabla 38. <i>Correlación entre las variables Asociatividad como estrategia y Competitividad</i>	86
Tabla 39. <i>Correlación entre la Asociatividad como estrategia y la productividad</i>	87
Tabla 40. <i>Correlación entre la Asociatividad como estrategia y gestión de la calidad</i>	89
Tabla 41. <i>Correlación entre las variables Asociatividad como estrategia y la rentabilidad</i>	91
Tabla 42. <i>Correlación entre las variables Asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica</i>	92

## Índice de figuras

<i>Figura 1:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre cooperación entre directivos y los socios.....	56
<i>Figura 2:</i> Gráfico de barras de participación de los socios en acciones colectivas.....	57
<i>Figura 3:</i> Gráfico de barras de la gestión administrativa de los miembros de la red de productores.....	58
<i>Figura 4:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el clima de confianza entre los socios y directivos.....	59
<i>Figura 5:</i> Gráfico de barras sobre mejora de ingresos económicos de los socios.....	60
<i>Figura 6:</i> Gráfico de barras sobre el acceso a préstamos o créditos para mejora de áreas de cultivo.....	61
<i>Figura 7:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la recepción de capacitación y asistencia en la producción.....	62
<i>Figura 8:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la recepción de asesoría para participar en eventos.....	63
<i>Figura 9:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre capacidad de negociación para la adquisición de bienes y materiales de la organización.....	64
<i>Figura 10:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la realización de la promoción y venta en el mercado.....	65
<i>Figura 11:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la eficiencia de los contratos con clientes y proveedores.....	66
<i>Figura 12:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre intercambio de costos y precios de los productos.....	67
<i>Figura 13:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre las tareas productivas de los productores.....	68
<i>Figura 14:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el aumento de la cantidad de producción.....	69

<i>Figura 15:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la mejora de la producción por la agrupación. ....	70
<i>Figura 16:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la mejora del cultivo por la asociatividad. ....	71
<i>Figura 17:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la certificación de calidad. ....	72
<i>Figura 18:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el seguimiento de las actividades agrícolas. ....	73
<i>Figura 19:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre aplicación de normas de calidad a la siembra, cultivo y cosecha. ....	74
<i>Figura 20:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el incremento de las ganancias. ....	75
<i>Figura 21:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre los gastos por producción y venta de los productos. ....	76
<i>Figura 22:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el manejo adecuado de los presupuestos. ....	77
<i>Figura 23:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre los cambios incorporados en la siembra, recolección o comercialización de sus productos. ....	78
<i>Figura 24:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la mejora de conocimientos en el negocio. ....	79
<i>Figura 25:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre cambios en la manera de manejar el negocio. ....	80
<i>Figura 26:</i> Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el uso de la tecnología. ....	81
<i>Figura 27:</i> Gráfico Q-Q de la variable Asociatividad como estrategia. ....	83
<i>Figura 28:</i> Gráfico Q-Q de la variable Competitividad. ....	84

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación “Asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha, Ucayali 2018”, se realizó según la directiva vigente que establece la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

El propósito de la investigación es determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

La presente investigación está organizada de la siguiente manera:

El capítulo I denominado Introducción aborda sobre la realidad problemática, el planteamiento del problema general y los problemas específicos, la justificación y los objetivos que se pretender alcanzar en la investigación.

El capítulo II de título Marco teórico presenta el desarrollo de las teorías, enfoques y conceptos relacionados con las variables asociatividad como estrategia y competitividad.

El capítulo III titulado Metodología describe el diseño de investigación sobre el cual se orienta la investigación, así como la población y muestra, también las técnicas e instrumentos que se usaron para recoger la información necesaria y el método de análisis y procesamiento de los datos.

El capítulo IV denominado Resultados y discusión muestra los resultados hallados mediante el análisis descriptivo e inferencial de los datos recogidos, las pruebas de hipótesis y la discusión de los resultados.

Luego, se exponen las conclusiones, que se derivaron del capítulo de discusión de resultados, las recomendaciones a futuras investigaciones relacionadas a las variables de estudio de la investigación.

Por último, se presentan las referencias bibliográficas que son el respaldo de la información utilizada en la estructuración del presente estudio, así como los anexos.



## **CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Fundamentación del problema de investigación**

En los países en vías de desarrollo la competitividad de los agronegocios depende del uso adecuado de los recursos productivos, como insumos, mano de obra, maquinaria, edad del cultivo, costos de producción, así como del rendimiento de las tierras de cultivo. Uno de los principales problemas que afrontan los negocios agrícolas, en el país es el desconocimiento de la rentabilidad y competitividad futura. Las inversiones por lo general se realizan siguiendo la intuición del productor o las experiencias exitosas del entorno.

En la actualidad, las unidades productivas de los diversos sectores de la economía del Perú muestran bajos niveles de competitividad con respecto a las de otros países del área, como consecuencia de diversos factores críticos que se anidan desde los aspectos culturales, paradigmas y modelos mentales del empresario peruano. Estos factores impiden entender la competitividad como naturaleza de las empresas que desarrollan ventajas sostenibles en el tiempo.

Por lo tanto la mayor limitante en este tipo de negocios, no es su tamaño, es su capacidad limitada de negociar con clientes y proveedores, en general de enfrentar la competencia; en su día a día, los productores ven que la competencia es más intensa y que los clientes son más exigentes, igualmente, son conscientes que para mejorar sus potencialidades,

sostenerse en el mercado y crecer en él, no basta con su capacidad individual, razón por la cual, muchos de ellos buscan en la asociatividad, la unión de esfuerzos, dirigidos a un objetivo común.

En el Perú, existen experiencias con las llamadas Cadenas Productivas, que se han venido aplicando especialmente en el sector agropecuario; éstas son sistemas que agrupan a los actores económicos interrelacionados por el mercado con participación articulada en actividades que generan valor, alrededor de un bien o servicio. Incluyen las fases de provisión de insumos, producción, conservación, transformación, distribución, comercialización y consumo. Cuando estos agentes económicos están articulados en términos de tecnología, financiamiento y/o capital bajo condiciones de cooperación y equidad, entonces nos encontramos frente a una Cadena Productiva Competitiva capaz de responder rápidamente a los cambios que ocurran en el mercado internacional, transfiriendo información desde el productor último eslabón de la cadena hasta el mismo predio del productor agropecuario.

El cultivo de camu camu, fruto de la amazonia, fuente importante de vitamina C, no es ajeno a esta realidad, tanto es así que, en la última campaña agrícola, las utilidades generadas por esta actividad se han visto afectados, que corren con el riesgo de no recuperar el capital generado por esta actividad, que puede traer dificultades en un futuro muy cercano de no cumplir con los compromisos con entidades crediticias, así como a proveedores.

El escenario de la presente investigación se ubica en el distrito de Yarinacocha, al ser considerada el sector de mayor importancia en el cultivo de camu camu en la región de Ucayali y de una aceptable accesibilidad.

Los productores de camu camu del sector de Yarinacocha, son agricultores que en su mayoría son nativos de la zona y que heredaron las tierras de sus antepasados cultivando de forma tradicional el camu camu, pero que encontraron en el cultivo una alternativa de desarrollo, por la gran expectativa generada en los mercados nacionales e internacionales debido a sus bondades como fuente de vitamina C.

En la actualidad, solo en el distrito de Yarinacocha existe una extensión de 10,000 Ha de este cultivo, que involucra una población de 1587 Agricultores. Los productores adolecen de asistencia técnica permanente, del mismo modo desconocen la estructura de costos y peor aún la rentabilidad en el cultivo de camu camu, siendo los precios de ventas fijados en función a los que establece el comprador intermediario (Precio en chacra y de mercado).

En la actualidad, en la zona, se tienen constituido asociaciones de productores de camu camu conformados por productores de los caseríos de San José, San Juan, San Pablo de Tushmo, Once de Agosto, Nueva Alejandría, Siete de Junio, Esperanza de Panaillo, Santa Rosa, Pueblo Libre, Pueblo Nuevo, estas asociaciones se han constituido para superar algunas limitaciones tributarias y de otra índole que les imponía su condición legal de asociaciones.

Como se ha podido advertir, esta actividad agrícola pasa en la actualidad por una situación baja competitividad, que se expresa en un bajo nivel tecnológico, deficiente organización, bajo nivel educativo y de capacitación de propietarios y/o trabajadores; bajo nivel de producción, además de otros factores colaterales como son el fraccionamiento y atomización en pequeñas parcelas agrícolas, limitando financiamiento por los altos riesgos inherentes.

Además, Flores (2016) recomienda buscar estrategias que conduzcan a los productores de camu camu del sector de Yarinacocha a agruparse en organizaciones fortalecidas y formales, que, en coordinación con organizaciones oficiales del estado, ONGS e instituciones privadas y con un plan de fomento, busquen aumentar la producción por hectárea y un manejo adecuado de los costos de producción.

Por consiguiente, en la presente investigación se ha centrado en determinar el grado de articulación y capacidad sinérgica de la red en estudio, así como de sus niveles de competitividad organizativa y empresarial, con la finalidad de potenciar aquellos factores que favorezcan su competitividad como: mayores beneficios económicos, beneficios sociales, costumbre de trabajo asociativo, reducción de costos, poder de negociación con clientes y proveedores, incorporación de tecnología, optimización de la calidad de productos, captación de recursos financieros, riesgos compartidos, acceso a mercados entre otros.

## **1.2. Justificación**

### **Teórica**

Se justifica la investigación, porque trata de identificar la influencia de la asociatividad en la competitividad de la red de los productores de camu camu en Yarinacocha, cuyos resultados posibilitarán el desarrollo de nuevas investigaciones, con miras a la formulación de un nuevo modelo de desarrollo asociativo, sustentado en la producción agrícola de la zona.

### **Metodológica**

Los resultados de la investigación se toman como referencia para la determinar el grado competitividad de los productores de camu camu en otras zonas productoras. Con tal fin los instrumentos a utilizar fueron validados y sistematizados por las instituciones correspondientes.

### **Práctica**

Se justifica la realización de la investigación porque deseamos mejorar competitividad de los productores de camu camu en la región Ucayali.

Así mismo los resultados sirven de base para la formulación de propuestas de desarrollo, orientado a mejorar las condiciones y calidad de vida de los productores de camu camu de Yarinacocha- Ucayali.

## **1.3. Importancia**

Esta investigación pretende determinar en qué medida la asociatividad como estrategia se relaciona con la competitividad de la red de productores de

camu camu de Yarinacocha- Ucayali, para que una vez conseguido los resultados, estar en las condiciones de proponer alternativas prácticas y adecuadas en la solución del problema.

De aquí la importancia de la presente investigación, puesto que, es imprescindible determinar en qué medida se viene presentando el problema de la incidencia de la asociatividad como estrategia en la competitividad de la red de productores de camu camu en Ucayali.

La significatividad del presente estudio implica que una vez concluida la investigación, se pueda realizar una investigación experimental basada en determinación de indicadores de competitividad relacionado con el grado la asociatividad de la cadena productiva del camu camu en Ucayali, optimizando los parámetros involucrados. Así mismo, desde el punto de vista científico y teórico, sirve para obtener una información válida para todos aquellos actores económicos y sociales interesados en la actividad.

#### **1.4. Limitaciones**

La presente investigación en el tiempo sólo alcanza el periodo de estudio el año 2018.

La investigación realiza análisis de la asociatividad desde el punto de vista de la percepción del productor en aspectos como: confianza, cooperación, acción colectiva, entre otros y no discute los resultados de las estrategias implementadas como: rentabilidad, reducción de costos, mejora de producción.

El área de investigación se limita a la asociación de productores de camu camu del distrito de Yarinacocha-Ucayali.

## **1.5. Formulación del problema de investigación**

### **1.5.1. Problema general**

¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha, Ucayali, 2018?

### **1.5.2. Problemas específicos**

¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018?

¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y la Gestión de Calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018?

¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018?

¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018?

## **1.6. Formulación de objetivos generales y específicos**

### **1.6.1. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y la Gestión de Calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.



## **1.7. Formulación de hipótesis generales y específicas**

### **1.7.1. Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

### **1.7.2. Hipótesis específicas**

Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la gestión de calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

## **1.8. Variables**

### **1.8.1. Variable 1: Asociatividad como estrategia**

#### **Definición conceptual**

Según Rosales (1997) la asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.

### **1.8.2. Variable 2: Competitividad**

#### **Definición conceptual**

La competitividad es el grado en que un país, Estado, región o empresa produce bienes o servicios bajo condiciones de libre mercado, enfrentando la competencia de los mercados nacionales o internacionales, mejorando simultáneamente los ingresos reales de sus empleados y consecuentemente la productividad de sus empresas (Porter, 1993, citado por Cabrera, López y Ramírez, 2011, p. 14).

## 1.9. Operacionalización de variables

### 1.9.1. Operacionalización de la variable 1

Tabla 1. *Matriz de operacionalización de la variable Asociatividad como estrategia*

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>DIMENSION 1:</b> EFICIENCIA COLECTIVA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperación</li> <li>• Permanencia</li> <li>• Transparencia</li> <li>• Confianza</li> </ul>	1. ¿Considera usted que hay cooperación entre los directivos y los socios de la red de productores?	Escala de Likert  0 = Nunca 1 = A veces 2 = Muchas veces 3 = Casi siempre 4 = Siempre
		2. ¿Considera usted que los socios siempre participan en las acciones colectivas que desarrolla la red de productores?	
		3. ¿Considera usted que existe una adecuada gestión administrativa por parte de los miembros de la red de productores?	
		4. ¿Considera usted que hay un clima de confianza entre los socios y directivos dentro de la red de productores?	
<b>DIMENSION 2:</b> EFICACIA COLECTIVA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivo económico</li> <li>• Objetivo productivo</li> <li>• Objetivo comercial</li> <li>• Objetivo organizacional</li> </ul>	5. ¿Considera usted que los socios al ser parte de la red de productores han mejorado sus ingresos económicos?	
		6. ¿Considera usted que la asociación ha accedido a préstamos o créditos para mejorar las áreas de cultivo en beneficio de la producción?	
		7. ¿Considera usted que los productores han recibido capacitación y asistencia técnica en la producción?	
		8. ¿Considera usted que los socios han recibido asesoría para participar en eventos comerciales tales como ferias y rueda de negocios?	
		9. ¿Considera usted que la asociación tiene capacidad para negociar la adquisición de bienes y materiales para la organización?	
		10. ¿Considera usted que la red de productores realiza la promoción y la venta en conjunto en el mercado?	
		11. ¿Considera usted que la red de productores le ha permitido realizar con eficiencia sus contratos con clientes y proveedores?	
		12. ¿Considera usted que los socios de la red de productores intercambian información sobre costos y precios para vender los productos a un mejor precio?	
<b>DIMENSION 3:</b> SINERGIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización</li> <li>• Participación</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Voluntariado</li> </ul>	13. ¿Considera usted que en la red de productores se llevan a cabo tareas productivas como siembra, cosecha, cultivo, ventas, y actividades para alcanzar los objetivos trazados?	
		14. ¿Considera usted que hay una participación permanente por parte de los socios en las actividades y tareas que desarrolla la red de productores?	
		15. ¿Considera usted que los socios toman decisiones para determinar cualquier actividad dentro de la red de productores?	
		16. ¿Considera usted que existe confianza entre los socios y directivos en la red de productores?	

Fuente: Elaboración propia.

## 1.9.2. Operacionalización de la variable 2

Tabla 2. *Matriz de operacionalización de la variable Competitividad de la red de productores de camu camu*

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>DIMENSION 1:</b> PRODUCTIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendimiento</li> <li>• Tasa de producción</li> <li>• Área de cultivo</li> </ul>	1. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?	
		2. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado debido a que se han agrupado entre productores?	
		3. ¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?	
<b>DIMENSION 2:</b> GESTIÓN DE CALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificaciones sanitarias</li> <li>• Trazabilidad</li> <li>• Normas de calidad</li> </ul>	4. ¿Considera usted que la red de productores cuenta con certificados de calidad de los productos ofrecidos al mercado?	Escala de Likert  0 = Nunca 1 = A veces 2 = Muchas veces 3 = Casi siempre 4 = Siempre
		5. ¿Considera usted que la red de productores realiza el seguimiento de las actividades agrícolas de sus productos?	
		6. ¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad en la siembra, el cultivo y la cosecha de sus productos?	
<b>DIMENSION 3:</b> RENTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilidad</li> <li>• Costos</li> <li>• Precios</li> </ul>	7. ¿Considera usted que se han incrementado sus ganancias al formar parte de la red de productores?	
		8. ¿Considera usted que los gastos por producción y venta de los productos han disminuido al formar parte de la red de productores?	
		9. ¿Considera usted que la asociatividad le ha permitido manejar adecuadamente sus presupuestos?	
<b>DIMENSION 4:</b> INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Mejora de procesos</li> <li>• Adopción de nuevas tecnologías</li> </ul>	10. ¿Considera usted que se han incorporado cambios en la siembra, recolección o comercialización de sus productos por haberse agrupado en la red de productores?	
		11. ¿Considera usted que formar parte de la red de productores le ha permitido mejorar sus conocimientos en el manejo del negocio?	
		12. ¿Considera usted que se han dado cambios en el modo de manejar su negocio al asociarse con otros productores?	
		13. ¿Considera usted que ser socio de la red de productores le ha permitido utilizar computadoras, internet, correo, chat, celular, etc. para mejorar su negocio?	

Fuente: Elaboración propia

### 1.10. Definición de términos operacionales

1. **Acceso a financiamiento:** Incentivo financiero que se otorga a productores de camu camu- Yarinacocha para impulsar su actividad agropecuaria, obteniendo un respaldo económico, que les permita contar con los recursos necesarios para ejecutar eficientemente su actividad.
2. **Asociatividad:** Mecanismo de cooperación entre productores de Camu camu, en donde cada uno de ellos participa manteniendo su independencia jurídica y autonomía administrativa, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.
3. **Aumento del poder de negociación:** Es la capacidad relativa de un parte de ejercer una mayor influencia sobre la otra; es directamente proporcional al desarrollo de una buena alternativa, un buen plan de acción a seguir para alcanzar sus intereses si no logra llegar a un acuerdo. Su mejor alternativa es pensar que hará usted si no logra un acuerdo con esa persona.
4. **Capacitación conjunta:** El conjunto de actividades permanentes, organizadas y sistemáticas destinadas a los productores de camu camu- Yarinacocha, para que desarrollen, complementen, perfeccionen o actualicen sus conocimientos y destrezas necesarios para el eficiente desempeño de sus actividades agrícola.
5. **Competencia:** Son las capacidades humanas que constan de diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral en las distintas interacciones que tienen las personas para la vida en los ámbitos personal, social y laboral.

- 6. Competitividad:** Capacidad de la red de productores de camu camu- Yarina-cocha para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así una posición destacada en su entorno.
- 7. Compras conjuntas:** Plan que productores de camu camu- Yarina-cocha, ponen en marcha para realizar compras conjuntas de insumos con el objetivo de obtener precios más bajos, realizar procesos logísticos y administrativos más eficientes, y promover el acceso a más productores.
- 8. Confianza:** Acto que fomenta relaciones, minimizando conflictos y reduce costos de transacción facilitando la formación de trabajo y es vital para conformar grupos cooperativos, fundamental para reducir riesgos inherentes al trabajar con personas y facilita la colaboración y cohesión entre las mismas.
- 9. Cooperación:** Estrategia de trabajo conjunto mediante acciones y esfuerzos conjuntos de la Red de productores de camu camu, que realizan con el objetivo de alcanzar una meta común.
- 10. Costos de producción:** Valor monetario de los consumos de factores productivos (mano de obra, maquinaria, insumos diversos, gastos de comercialización) de la red de productores de camu camu- Yarina-cocha.
- 11. Desarrollo de nuevos productos y procesos:** Consiste en el proceso completo de crear y llevar un nuevo producto al mercado. Existen dos aspectos paralelos que se involucran en este proceso: uno implica ingeniería de producto; el otro, análisis de mercado.

- 12. Incremento de productividad:** Es una medida de la eficiencia con que se han combinado y utilizado los recursos para lograr los resultados específicos deseados dentro de la organización.
- 13. Intercambio de información conjunta:** Es un elemento esencial de la cooperación entre entidades, organizaciones o asociaciones, en que los involucrados comparten o transmiten continuamente datos e información, y darles prioridades que permitan mantenerlos interconectados.
- 14. Inversión conjunta:** Empresa conjunta, alianza estratégica o alianza comercial o consorcio es un tipo de acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más personas (habitualmente personas jurídicas o comerciantes), a quienes se les denomina socios.
- 15. Lealtad:** Frecuencia de compra del producto debido a la confianza que mantienen los clientes a la Red de Productores de camu camu.
- 16. Liderazgo:** Conjunto de habilidades gerenciales o directivas que tiene la Red de Productores de camu camu para influir en la forma de ser o actuar de sus asociados, haciendo que estos desarrollen actividades con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos.
- 17. Logística y distribución conjunta:** Consiste en la operación conjunta que busca estar cada vez más cerca del cliente, para satisfacer las necesidades que demande, es decir la organización se trasladará mediante un sistema de distribución hacia los consumidores.
- 18. Mejora en los procesos productivos:** Los productores de camu camu-Yarinacocha realizan una serie de actividades para mejorar continuamente el funcionamiento de su área productiva, continuar consolidándose como organización en la región.

- 19. Normatividad:** Es el conjunto de reglas o leyes que se encargan de regir el comportamiento adecuado de las personas en una sociedad, dentro de la cual influyen diversos factores en las personas para poderlas acatarlas y respetarlas como son la moral y la ética principalmente.
- 20. Obligaciones sanitarias:** Cumplimiento a la fiscalización y certificación de los productos y subproductos de la Red de productores de camu camu, sus insumos y residuos agroquímicos, así como la prevención, erradicación y control de plagas.
- 21. Obligaciones tributarias:** Pago de tributos por las actividades comerciales que realiza el asociado de la red de productores de camu camu, según las modalidades societarias adoptadas para el sostenimiento de los gastos del estado.
- 22. Organización societaria:** Formas de personería jurídicas ya sea societarias o individuales adoptadas por los integrantes de la red de productores de camu camu con el objeto de realizar actividades comerciales.
- 23. Participación en el mercado:** Porcentaje de ventas de la red de productores de camu camu- Yarinacocha con relación a sus competidores en un mercado de referencia (Unidades Vendidas por la red /Total Unidades Vendidas por el Mercado)
- 24. Participación organizacional:** Actividades colectivas de recogida y tratamiento de información dentro de la Red de Productores de camu camu al objeto de preparar o tomar micro-decisiones.



- 25. Posicionamiento:** Implica que tan conocida es la Red de Productores de camu camu en el mercado de referencia.
- 26. Procesos certificados:** Es una metodología única de auditoría, que se convierte en una potente herramienta de gestión para mejorar sus resultados y reducir sus riesgos, que por supuesto, parte de la conformidad o cumplimiento con las normas.
- 27. Productividad/rendimiento:** Relación entre la cantidad de productos (Kg, Toneladas de Camu camu) obtenidos por red de productores de camu camu- Yarinacocha y los recursos utilizados para obtener dicha producción.
- 28. Programa de manejo de desechos:** Es el proceso que consiste en el aislamiento y confinación de los residuos, en especial los no aprovechables, en forma definitiva, en lugares especialmente seleccionados y diseñados para evitar la contaminación y los daños o riesgos para la salud humana y el medio ambiente.
- 29. Rentabilidad:** Capacidad de la red de productores de camu camu- Yarinacocha para generar beneficio, ganancia o utilidad; está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión de capital en el cultivo y comercialización
- 30. Satisfacción de clientes:** Es una medida de cómo el producto (camu camu) suministrados por la red de productores de camu camu cumplen o superan las expectativas del cliente (calidad, cantidad).
- 31. Trazabilidad:** Conjunto de aquellos procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de

suministros en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas.

**32. Ventas conjuntas:** Una venta conjunta ocurre cuando dos bienes y/o productos se venden en forma separada, pero hay un descuento si se compran juntos.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de investigación**

Después de revisar las diferentes investigaciones realizadas en años anteriores en los diferentes repositorios, buscadores académicos y bases de datos especializadas a nivel internacional y nacional en relación a las variables de estudio, se ha encontrado algunas investigaciones que guardan relación con el objeto de estudio que se propone, las cuales se pasarán a citar a continuación.

#### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

Chávez (2012) en la investigación denominada *Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: El caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca*. Se concluye que los principales problemas que enfrenta la organización de productores de café se presentan en el proceso productivo, sobre todo, en la tecnificación del campo y la ausencia de maquinaria y equipo que suele ser costoso y que imposibilita escalar en la cadena. La mercadotecnia y comercialización siguen siendo puntos críticos que este tipo de empresas deben confrontar y salir al paso. Donde, las ventajas competitivas de empresas rurales caficultoras se centran en el café orgánico que les proporciona mayores ingresos a sus asociados y donde el esquema organizativo puede permitir el financiamiento y la gestión de programas de gobierno; y la variable de competitividad, al ser

una variable de resultado, nos muestra a nivel de indicadores aspectos que se debe mejorar, entre ellos: la rentabilidad (0.40), productividad (0.56), participación en el mercado (0.45), costos (0.36) y calidad del producto (0.54).

Santiago, Cruz y Acevedo (2015) en la investigación denominada *Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México*. Se concluye que la asociatividad es una herramienta para elevar la competitividad, elevar la calidad de los productos, fortalece el poder de negociación, ampliar el acceso a tecnologías y financiamiento, aumentar la rentabilidad y reduce los costos, así como mejorar la calidad de valor, entre otros. Agruparse y trabajar en forma conjunta y solidaria le da un poder de negociación fundamental para ser exitoso, las relaciones de confianza y de compromiso permiten compartir información y disminuir así la incertidumbre acerca de la conducta de los otros, reduce la tentación de actitudes oportunistas mediante la coordinación, gracias al carácter reiterativo de la cooperación, incentivar la prosecución de experiencias exitosas y fomentar una toma de decisiones colectiva y así lograr resultados equitativos para todos los participantes. Uno de los beneficios directos de este tipo de asociaciones es el abaratamiento de costos de todo el proyecto, desde su gestión hasta la puesta en práctica el modelo de asociatividad para la agroindustria.

Méndez y Vinasco (2014) realizó el estudio Análisis de la competitividad de asociaciones de productores que prestan servicios ecoturísticos de los Municipios de San Agustín y Pitalito, Colombia. Tesis para optar el grado de Magister. Universidad Libre, Cali, el objetivo general fue determinar el grado de competitividad de las asociaciones de productores prestadores de servicios ecoturísticos en los Municipios de San Agustín y Pitalito, Colombia, fue de tipo descriptivo, no experimental, con corte transversal, los datos fueron recogidos con la encuesta, los factores de la competitividad que fueron analizados fueron: innovación, oportunidades de negocio y acceso a mercados. La innovación tiene efectos positivos del 48%, las oportunidades de negocio acceso a mercados, las Pymes se adaptan muy rápido a las oportunidades de negocio en un 48% y en la asociatividad y cooperación empresarial, la asociatividad está vinculada a las organizaciones sociales hay alto grado de participación de las organizaciones de productores en un 56%.

Villares, H. (2014) en su trabajo de tesis denominado Asociatividad y productividad de las Pymes del Ecuador para el año 2010. Tesis para obtener el título de Maestría. Universidad Latinoamericana de Ciencias Sociales del Ecuador. El objetivo general fue determinar la relación entre la asociatividad y la productividad de las Pymes, la población fue de 500,217 establecimientos y la muestra fue 5,998, investigación no experimental, diseño correlacional, descriptivo. La recolección de datos se hizo con el cuestionario. Las conclusiones:

existe correlación entre la asociatividad y la productividad, existe una alta significación estadística de 0.838, además existe una relación positiva en la producción por trabajador y las asociatividad entre las Pymes.

Alarcón (2015) en su investigación *La asociatividad como estrategia de desarrollo competitivo para las PYMES*. Se concluye que la asociatividad se ha convertido en una herramienta para el posicionamiento empresarial en los mercados nacionales e internacionales, y analiza la relación que existe entre la asociatividad, la competitividad y la productividad, además, examina los beneficios y la importancia de los procesos asociativos para las PYME de Colombia. Para ello, por medio de la elaboración de fichas RAES se realizó una revisión teórica del concepto de asociatividad y sus implicaciones en el desarrollo empresarial. Del estudio se pudo concluir que para las pymes colombiana la asociatividad tiene la capacidad de generar beneficios lo cual les permite mantenerse en el mercado y competir.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

MINCETUR (2005), en el Plan Estratégico Regional Exportador de la región Ucayali 'PERX', diagnosticó mediante el diamante de la competitividad que es fundamental promover las organizaciones de productores, ya que estas son prácticamente inexistentes. Esto se debe a que muchos productores de camu camu son independientes y en pocos casos están asociados en comités. Esta forma de asociatividad es fundamental para la consolidación del

camu camu, inclusive el de un cluster de productores que contribuya a lograr mayores niveles de rendimiento y calidad.

Maldonado (2012) en su trabajo de investigación denominado: *“Determinantes e impactos de la Asociatividad para el Comercio justo: El caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010”*. El método de investigación realizado es el del Diseño Correlacional y las técnicas e instrumentos son cualitativos y cuantitativos, cuya población fueron 32 asociaciones, y la muestra 3 asociaciones ubicadas en la margen izquierda de la Región Tumbes. Se concluye que las estrategias exitosas que han permitido mejorar las condiciones de acceso al mercado de comercio justo de los pequeños productores de banano orgánico de REPEBAN se evidencian en su proceso asociativo y su modelo organizativo. El proceso asociativo en REPEBAN se consolidó de manera exitosa, en el período 2005 – 2010, gracias a la presencia de capital social (confianza, estructura y métodos de trabajo claros), el liderazgo (trabajo en equipo) y la transparencia y mecanismos de control. REPEBAN explica su auge por su modelo organizativo, en el cual se reconocen como factores de éxito los siguientes: la autonomía de sus bases (flexibilidad y descentralización del poder, recursos y funciones), la democracia en la toma de decisiones, la profesionalización de la gestión (equipo multidisciplinario), la transparencia y el desarrollo de conocimientos.

Vargas y Ticlla (2012) en su estudio titulado *Los Factores que Favorecen o Limitan el Fortalecimiento del Capital Social en los Procesos de Asociatividad. El caso de la Red de Microempresarias de Confecciones de San Juan de Lurigancho*. La estrategia metodológica cualitativa con respecto a la temporalidad de los resultados plantea investigar la información referida a un proceso en una línea de tiempo, indagando sobre las percepciones, opiniones, empoderamiento y capacidades generadas en los factores que en este caso son las Microempresas.

Bonfiglio y Agreda (2014) han desarrollado el trabajo titulado *Lecciones Aprendidas sobre Asociatividad Agraria en el Perú*. Este trabajo hace referencia a la asociatividad agraria en el Perú en las últimas décadas, así como las experiencias posteriores de asociatividad rural y las tendencias que se abrían dado en estos últimos años, analizando las razones del colapso de las numerosas empresas asociativas creadas durante la reforma agraria de 1969, realidades que fueron estudiadas y elaboradas con un amplio trabajo de campo en los años 1977 y 1978, en el marco del proyecto de "Reforma y Reestructuración Agraria". Así también, hace énfasis a las posibles respuestas del porqué del fracaso de la reforma agraria.

Ruiz (2014) en su trabajo de tesis denominado *Sostenibilidad de la oferta exportable del camu camu en la región Amazónica*. Se concluye que las condiciones actuales de producción y



comercialización del camu camu no garantizan la sostenibilidad de la oferta exportable en el mercado internacional durante el periodo 2014-2018, siendo necesario para lograr esto, que se incremente las áreas de cultivo, se implemente los sistemas productivos con tecnología avanzada y se aplique una estrategia de marketing en los mercados internacionales.

Flores (2016) en la investigación denominada *“Factores de Rentabilidad de los Productores de Camu Camu –Yarinacocha - 2016*. Se concluye que la producción promedio de Camu Camu de los agricultores del Sector de Yarinacocha es de 2,470 Kg/ha, muy por debajo del promedio de la región Amazónica que es de 4,000.00 Kg/ha para rodales naturales y de 5,200.00 Kg/ha para plantaciones sembradas, lo que indica que actualmente la producción de camu camu del sector de Yarinacocha es muy baja, posiblemente como consecuencia de la crisis económica del productor que no le posibilitan realizar mayores gastos, realizando elementales y mínimas labores culturales, permitiendo el desarrollo de plagas, bajo nivel de fertilización, los que inciden en la baja producción y productividad.

Huamán (2014) en su investigación *La asociatividad como factor principal en la productividad de las MYPE formales de Huancayo, períodos 2009-2011*. Tesis para optar el título de Economista. Universidad Nacional del Centro del Perú. El objetivo fue conocer la relación existente, así como los factores que influyen

entre la asociatividad y la productividad de las MYPE en Huancayo, investigación nivel descriptiva, aplicada, con diseño correlacional, el instrumento fue el cuestionario, la muestra estuvo conformada por 184 empresas panel, focalizado en 21 actividades económicas. Se concluye que hay poca participación de las micro y pequeñas empresas, nivel bajo, los eventos de gestión empresarial está entre el 20 y 25%, en relación a los eventos de transferencia de tecnología para la gestión empresarial resaltan los cursos de las páginas web teniendo un 50% de participación, en relación a técnicas innovadoras tiene participación entre 8 y 10% y en los eventos sobre microfinanzas la participación promedio fue del 9% y la dimensión que tuvo mayor incidencia en la productividad fue la participación en eventos para mejorar las tecnologías de productos y de servicios.

Quillahuamán y Carasas (2018) realizaron el trabajo la Asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el Distrito de San Jerónimo, Cusco, 2015, tesis para optar el grado de Maestro. Universidad Católica Sedes Sapientiae, cuyo objetivo fue determinar la relación entre la asociatividad de pequeños productores y la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el Distrito de San Jerónimo, Cusco, investigación no experimental, correlacional de corte transversal, enfoque cuantitativo, la población y la muestra fueron 73

pobladores del distrito de San Jerónimo, la muestra fue probabilística, la recolección de los datos fue con fichas bibliográficas, textuales y de resumen, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Se concluye que existe una correlación significativa entre ambas variables de 0,718, por otro lado la capacitación en el uso y aprovechamiento de los recursos contribuye a mejorar la productividad, existe correlación significativa entre las variables de = 0,625, del mismo modo la capacitación se relaciona con la mejora de la calidad de los productos de la cadena productiva.

## **2.2. Bases Teóricas**

Al respecto Kerlinger y Lee (2002) sostienen que: “Es un conjunto de conceptos, definiciones y proposiciones vinculadas entre sí, que presentan un punto de vista sistemático de fenómenos especificando relaciones entre variables, con el objeto de explicar y predecir estos fenómenos”. (p. 51).

Según Arias (2006) “las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado” (p. 107).

Partiendo de aquí, se deduce que las teorías permiten explicar porque, como y cuando ocurre un fenómeno, darle un orden al sistematizar las ideas sobre un fenómeno y realidad, permiten hacer

deducciones a futuro sobre cómo se va a manifestar y generar un fenómeno, dadas ciertas condiciones, basándose en los aspectos teóricos estudiados y analizados.

### **2.2.1. La asociatividad como estrategia**

A continuación, se explicarán las teorías que darán sustento a las variables del presente estudio.

#### **2.2.1.1. Conceptos de asociatividad**

El término asociar viene de la palabra en latín *associare* que tienen que ver con el hecho de que una persona se une a otra para que colabore para la realización de un trabajo para ir hacia un mismo propósito.

De acuerdo con la Real Academia Española (1993) “la asociatividad es reunirse, juntarse con algún objetivo”.

Según Rosales (1997, p.1) la asociatividad es “un componente de cooperación tanto en empresas pequeñas y medianas, en la que cada institución mantiene su independencia jurídica y tiene autonomía gerencial y toman decisiones de participar por un bien común”. El hecho de asociarse produce un gran beneficio, ya que unen fuerzas que van a favor de todos los asociados.

Para Olave (2005, p. 141) considera que “es la forma de interactuar usando la forma cooperativa en empresas tanto grandes como pequeñas para alcanzar un propósito”. Las empresas al actuar

en forma cooperativa buscan alcanzar ciertos fines, que en grupo pueden lograrlo más fácilmente, si lo hicieran de forma individual.

Por su parte Enríquez (2011, p. 57) afirma que la asociatividad “es cuando un empresario conduce a otro u otros en una determinada misión con el fin de tener mejora en su productividad y lograr posicionamiento en el mercado”. El hecho de asociarse implica buscar un beneficio para la empresa, porque un empresario trabajando de forma individual no puede lograr.

#### **2.2.1.2. Concepto de estrategia**

De acuerdo con Porter (2004, p. 76) la estrategia “es la indagación de un posición beneficiosa dentro de una industria, lugar fundamental en la que se lleva a cabo la competencia, con el fin de establecer rentabilidad”

Según Menguzatto y Renau (1995, p. 427) “la estrategia fija los propósitos generales de la empresa y las actividades principales según los medios y potenciales que tiene en el momento la empresa, teniendo como objetivo la introducción en el ambiente socioeconómico”. Para aplicar una estrategia es necesario establecerlos fines de la empresa para ver de qué forma la empresa puede estar en el campo económico.

Por otro lado Koontz (1994) las estrategias “son patrones de fines, los que están de tal forma con el propósito de orientarle a la empresa una dirección unificada.

### **2.2.1.3. Concepto de asociatividad como estrategia**

Este concepto se dio por los años 1890 con Alfred Marshall, se le considera uno de los precursores e introdujo el término al hablar de las economías de aglomeración.

Para Liendo y Martínez (2001) consideran que la asociatividad

Es un modelo que motiva a que las empresas que indagan acerca de la competencia y de la innovación brinden diferentes espacios variadas opciones para que las empresas puedan ser parte de mercados atractivos que puedan darles crecimiento y desarrollo. (p. 14).

Las empresas cuando se asocian tratan de moverse en el mercado con el fin de competir y de innovar, porque se introducen a mercados en los que hay muchas empresas que todas están en función a la competencia, pero al mismo tiempo su propósito es alcanzar cierto desarrollo.

Por otro lado Poliak (2001, p. 75) afirma que la asociatividad “tienen que ver con acuerdos, definiciones, coaliciones estratégicas, articulación entre compañías de diferentes tamaños, asociaciones productivas y redes, es decir los empresarios colaboran entre ellos en algunos negocios”.

Así mismo Bernal (2011) afirma que “la asociatividad consiente que a través de la ejecución de estrategias colectivas y de forma voluntaria logran niveles de competitividad que son parecidas a las empresas de mayor rango”. La estrategia de la asociatividad permite

que las empresas entren en competencia para realizar sus transacciones con muchas exigencias que tiene el mercado global.

#### **2.2.1.4. Objetivos de la Asociatividad**

De acuerdo con Acevedo y Buitrago (2009, p. 46) la asociatividad “indaga socios que con sólidos valores y que tengan habilidades que se complementen entre ellos, de tal forma que den sus aporte y haya opción que lleven al grupo”. En cuanto a los fines que persigue el grupo puede haber asociaciones duraderas. En ciertos casos a largo plazo puede aportar la asociatividad a la formación de microempresas. Dentro de los objetivos principales están: la supervisión y luego el crecimiento sostenible, la expansión de mercados para finiquitar, impedir que ingresen competidores en lugares que están subyugadas por pequeñas empresas, impedir que haya exceso de oferta, teniendo en cuenta la invasión de nuevos mercados y la asociatividad y el capital social.

#### **2.2.1.5. Características de la asociatividad**

De acuerdo con Gonzales (2003) tuvo en cuenta las siguientes características:

No hay subordinación (existe identidad jurídica entre los socios, mantenimiento de la estructura de gestión); coordinación de tareas futuras (dependencia mutua, acuerdos explícitos, transferencia constante de recursos, reducción de autonomía organizativa) y consecución de un fin común (dar beneficios a los que participan, socios que participan de forma activa y muestran sus habilidades. (p. 40).

La asociatividad como características importantes trabajan de forma cooperativa con el fin de llegar a un objetivo común que es del interés de todos los asociados, para lo cual deben trabajar de forma ordenada y sistemática.

Por su parte Magnazo y Orchansky (2007) tiene las siguientes características:

Puede ser una forma de cooperación para competir, necesita de cierto nivel de organización en cuanto a las tareas para llegar a los objetivos; tiene una visión a largo plazo de la asociación en conjunto, existe una decisión voluntaria para asociarse, está dirigida a alcanzar los fines comunes que fijaron los asociados. (p. 72).

Al ser una forma de cooperación permite entrar en competencia para lo cual debe tener cierto nivel, con tareas bien organizadas ya que para asociarse lo hacen de forma totalmente voluntaria, pero teniendo en cuenta que lo planeado cuando se asocian debe llegar a fines comunes que favorezcan a todos.

#### **2.2.1.6. Teorías que sustentan la asociatividad**

##### **Teoría de la competitividad sistémica**

Fue creado por varios estudiosos entre los que están Klaus, Wolfgang, Dirk, Meyer a comienzos de los noventa y luego ha sido extendido por ellos mismos.



De acuerdo a (Aguilar, 2009, p. 31) la teoría sistémica.

Se crea como repuesta a los errores encontrados en la competitividad estructural es de gran precisión y adaptación a los diferentes países en proceso de desarrollo”. Distingue 4 niveles: Nivel micro empresas, nivel macro con aspectos económicos generales, nivel meso entidades y políticas específicas y nivel meta, variables de largo plazo.

### **Teoría del desempeño competitivo**

Según (Laplane, 1996, p. 73) “el desempeño competitivo de una empresa “depende de muchos factores, entre los que pueden estar los que son internos de la empresa, otros de naturaleza estructural y los de origen sistémico”. Los factores internos tienen que ver con los que ayudan a la toma de decisiones que tratan de ser diferentes de sus competidores, en cambio los factores sistémicos determinan la competitividad en sí son los factores externos a la empresa. Estos afectan el ambiente competitivo y pueden influir en la ventaja competitiva.

### **Teoría del desarrollo regional**

Según Aguilar (2009):

Se orienta a la introducción y difusión de innovaciones y conocimientos en la estructura interna de los sistemas productivos locales de forma que creen nuevos productos o se hace diferencia los que existen para asegurar el incremento de la competitividad y productividad a largo plazo. (p 123)

La competencia se da en el ámbito empresarial y los resultados influyen en la población local, nacional así como a la balanza de pagos.

#### **2.2.1.7. Criterios de asociatividad**

De acuerdo con Bustamante (2007, p. 15) en cuanto a los criterios para la asociatividad tenemos: “Que exista homogeneidad geográfica como ambiental, identidad tanto en el aspecto socioeconómico como cultural, que exista una buena comunicación y cercanía entre los asociados, que exista buenas condiciones administrativas”.

Los criterios que se toman en cuenta están en función de disminuir los costos, acceder a nuevos mercados, aplicar a nuevos negocios.

#### **2.2.1.8. Niveles de competitividad**

Según Porter (1998) la competitividad:

Tiene que ver con el crecimiento económico y el cambio de nivel de vida de los individuos haciendo uso eficiente de los recursos y de acuerdo a ello hablas de los niveles de competitividad, por un lado expresa de la competitividad de empresas y por otro lado del de industrias o sectores. (p. 55).

Al hablar de competitividad nos estamos también enfocando a la productividad de una empresa que puede hacer uso de sus recursos humanos, económicos y naturales con el propósito de generar bienes y servicios, de allí que al darse la competitividad se produce utilización

de métodos eficientes, se apunta a la calidad, a la innovación que ayudarán a mejorar la rentabilidad de la empresa

Porter (1998) afirma que:

Existe competitividad de empresas cuando se trabaja de manera rentable en un determinado mercado, en la que se brinda de manera permanente productos o servicios y hay competitividad de industrias cuando varias empresas con una actividad común compiten industrias que fabrican o prestan servicios entre ellos. (p. 55).

A las particularidades que tienen cada empresa es lo que se denomina ventaja competitiva, y algunas empresas a través de esta ventaja competitiva se poseionan en el mercado y tiene preferencia en sus clientes.

En lo relacionado a la competitividad en las industrias, la competitividad se asocia a ventajas comparativas que tienen que ver con la capacidad de innovación.

#### **2.2.1.9. Tipos de Asociatividad**

De acuerdo a Rosales (1997, p. 18) “la asociatividad depende del propósito común que apremia cada grupo que lo integra”.

Según López (2003) en los tipos de asociatividad están: las redes o grupos empresariales, redes verticales, redes horizontales y alianzas en clúster.

López (2003, p. 49) afirma que las “redes o grupos empresariales son uniones estratégicas entre un grupo limitado y

establecido de productores y organizaciones independientes que dan ayuda para lograr propósitos comunes a largo plazo dirigidos a aumentar la productividad y competitividad". Se consideran un grupo de empresas que unen esfuerzos para producir competitividad y eficiencia en la productividad que llevan a cabo.

Por otro lado López (2003, p. 49) expresa acerca de las redes verticales como "los procesos de cadena entre los clientes de las empresas grandes y los proveedores de pequeñas empresas o entre grandes productores y pequeños clientes". Así mismo afirma que existen redes horizontales que son un grupo reducido de empresas más o menos entre 5 y 20 que están en el mismo entorno productivo y que por lo general son de tipo asociativo y que están en una misma área, se unen para lograr economías de escala y que reducen el costo de los insumos e introducen tecnologías de punta.

Finalmente, López (2003, p. 50) habla de las alianzas clúster:

Clúster es una región o sector en la que existe concentración de proveedores, productores, comercializadores de la misma rama que se ubican en un área geográfica cuya conexión es la tarea productiva individual que motiva la competitividad de las firmas de un sector productivo específico (p. 50).

Se concluye que la asociatividad es una estrategia de tipo colectiva que está en contra del enfoque capitalista en el que no se observa hacia afuera y se toma a las empresas de manera de

asociación para producir cambios en la producción, en la empresa y en la comercialización de bienes y servicios.

### **Restricciones de la Asociatividad**

La asociatividad tiene muchos beneficios pero al mismo tiempo tienen algunas restricciones. De acuerdo a Rosales (1997) afirma que:

Carencia de cultura cooperativa entre empresas (conducta interactiva de competitividad y cooperación entre empresarios; poco apoyo de la institución que motive a la existencia de cooperación; errores en las definiciones de competitividad con estrategias individuales y de grupo, poca difusión de experiencias asociativas que sirvan de ejemplo. (p. 48).

Muchos empresarios no tienen en cuenta el conocimiento de una cultura cooperativa al momento de asociarse y por lo tanto no existe cooperación.

Por otro lado las instituciones no estimulan y ni dan el soporte para la cooperación, por lo tanto no usan sus recursos por descoordinación en las iniciativas cooperación interempresarial. Así mismo hay empresarios que no diferencian con quienes se asocian y se juntan por presión ante otras empresas o entidades para posibles soluciones. Finalmente las empresas no hacen la difusión de prácticas colectivas, algunas prácticas deberían ser difundidas para que otras instituciones no cometan los mismos errores. Los modelos asociativos muchas veces fracasan porque no tienen un plan de competitividad, en la cual deben cambiar toda su filosofía, transformación en la conducta histórica

y plasmar nuevas capacidades competitivas y el gran problema es que muchas de las personas de una empresa no están llanas a cooperar, el entorno no motiva, no se difunde las experiencias positivas, no existe un coordinador que mantenga la unión entre los participantes y las reglas no son claras en el grupo, ni la clase de cooperación que requieren y finalmente no todas las personas se identifican con la empresa como para dar un apoyo incondicional.

## **2.2.2. La competitividad**

### **2.2.2.1. Concepciones acerca de la competitividad**

Para Porter (1998, p. 60) La competitividad es “la productividad que una determinada empresa, industria o país donde ponen en uso sus recursos humanos, económicos y naturales para generar bienes o servicios”. La competitividad se encuentra ligada a la metodología que se usa para producciones eficientes, la calidad que deben tener los productos, innovación tecnológica y otros aspectos que harán mejor la rentabilidad.

Por otro lado Dabas (2004 citado por Becerra, 2008, p. 47) la competitividad “son relaciones que favorecen la configuración de redes empresariales de diferente forma que beneficie a sus miembros”. El hecho de que haya competencia implica que se formen nuevos grupos con el fin de que todos sean beneficiados.

Así mismo García (2011, p. 24) expresa que la competitividad se relaciona con la calidad empresarial y trata de ver el actuar de forma

colectiva e individual en el mercado, así como el éxito financiero y productivo.

#### **2.2.2.2. Conceptos de competitividad empresarial**

Para Aeca (1992, p. 46) la competitividad empresarial “tienen que ver con la capacidad que poseen las empresas para producir y guardar las ventajas competitivas que logren alcanzar, así como también mejorar una cierta posición en el ambiente socioeconómico en el que se desarrolla”. La competitividad empresarial tiene que ver con la ventaja competitiva en la que se accede a dar valor a la competencia.

De acuerdo con Porter (1998) la competitividad empresarial manifiesta:

Desde el aspecto interno tiene que ver con la capacidad que tiene la empresa para alcanzar el máximo potencial de los recursos, personal, materiales, ideas y procedimientos de transformación y desde el punto de vista externo está dirigido a los logros de la empresa tomando en cuenta la innovación, dinamismo de la organización y estabilidad económica para competir. (p. 112).

Según Buckley, Pass, Prescott y Deppreu (1990, p. 67) expresaba de la competitividad empresarial “como un modelo que tiene tres variables: Performance (rendimiento pasado y presente de la empresa), potencial (habilidad para producir y desarrollar recursos), procesos de construcción competitiva”.

### **2.2.2.3. Teorías sobre la competitividad**

En la competitividad el precio no es el único que determina entre un agente económico y otro, puede ser la calidad, la diversificación, algunos aspectos de competencia imperfecta, entre otros. Los últimos estudios sobre competitividad se basan en los trabajos realizados por Adam Smith y Ricardo.

#### **Teoría del comercio**

Expresa que los agentes económicos pueden tener ventaja comparativa si se tiene en cuenta las estrategias de las entidades privadas o las políticas de los sectores públicos, de allí nace la ventaja comparativa.

Según (Mahmood, 2000) afirma:

La ventaja comparativa tiene su base en el lugar de dotación de factores de una nación en la que ninguna organización que participa dentro de una industria está en ventaja sobre otra cimentada en la dotación de factores. Por otro lado, habla acerca de la ventaja competitiva surge como una opción de la ventaja comparativa. (p. 241)

Según este autor expresa las dos teorías sirven de complemento en las políticas empresariales y la competitividad ha sido producto de varios estudios.

#### **La teoría de la competitividad**

Porter (1991) enuncia esta teoría y expresa que:



El avance de un país está en función de la competitividad la que está basada en la productividad con la se genera bienes y servicios. Tanto las políticas macroeconómicas, entidades legalmente sólidas y políticas con estabilidad, se requieren para tener una economía próspera. (p. 94).

En las políticas macroeconómicas están las empresas que son parte de una nación y todos los productos que entran en competencia y la forma como se evalúan tiene que ver con la competitividad moderna.

Porter (1995) en un inicio hablaba de las cadenas de producción, de los canales de distribución y de los compradores que necesitan el producto como parte de las propias cadenas para llevar a cabo sus actividades. Luego expresaba acerca de los ámbitos de competencia que se daban en cuatro momentos: ámbito del segmento, ámbito vertical, ámbito geográfico y ámbito sectorial como un grupo de aspectos para que las empresas compitan. Luego optó por la ventaja competitiva de las naciones.

### **2.3. Bases conceptuales**

**Asociatividad Empresarial.** Es un proceso que pretende la cooperación interempresarial (organizaciones - instituciones) con el objetivo de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad en la época de la globalización (Vegas, 2008).

**Calidad.** Esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que

el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas (Juran y Gryna, 1993).

**Comercialización.** La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. (Ledesma, 2005).

**Competitividad.** Señala que la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales (Porter, 1995).

**Estrategia.** Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte (maña) de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica (Halten, 1987).

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Ámbito**

El presente estudio se desarrolló en el distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo, departamento de Ucayali. El ámbito de estudio de la investigación geográficamente está ubicado en la parte central de la zona oriental del Perú (región de selva baja). Sus límites son: Al norte, este y sur con el distrito de Callería. Al oeste, con el distrito de Nueva Requena y Campo Verde. La altitud es de 195 m.s.n.m.

### **3.2. Población**

Según Paitan (2014) “la población es un conjunto de dos o más elementos que tienen por lo menos una característica o propiedad común tenida presente por el investigador para desarrollar el trabajo investigativo”. (p. 246). Para el presente estudio, la población en estudio estará conformada por los productores de los once (11) caseríos dedicados al cultivo de camu camu, pertenecientes al sector de Yarinacocha cuya distribución es de la siguiente manera:

Tabla 3. *Población de estudio de los caseríos dedicados a la producción de camu camu perteneciente al sector Yarinacocha - Ucayali, 2018.*

N°	CASERIO	N° DE AGRICULTORES
01	San José	12
02	San Juan	30
03	San Pablo de Tushmo	15
04	Once de Agosto	19
05	Nueva Alejandría	13
06	Siete de Junio	18
07	Esperanza de Panaillo	40
08	Santa Rosa	20
09	Pueblo Libre	12
10	Pueblo Nuevo	19
TOTAL		<b>198</b>

Fuente: DIRECCION DE PROMOCION AGRARIA - 2017- MINAGRI

### 3.3. Muestra

La muestra se constituye por los sujetos que se analizan y que proceden de un conjunto de casos de una población (Bisquerra, 2004, p. 145). En el presente trabajo estuvo conformada por productores de camu camu de los caseríos del sector de Yarinacocha, ubicados a los márgenes de la laguna del mismo.

Para determinar el tamaño óptimo de muestra, considerando que la población es finita, que se presenta a continuación:

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

Donde:

Z = Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

p = Proporción de productores de camu camu que presentan predisposición a la asociatividad (p = 0,9 = 90%).

q = Proporción de productores de camu camu que presentan predisposición a la asociatividad (q = 0,1 = 10%).

$N$  = Tamaño del universo de la población

$e$  = error muestral 5%

$n$  = Tamaño óptimo de la muestra

0% = Nivel de significancia 0,05

Entonces, con un nivel de confianza del 95% y 5% como margen de error muestral tenemos:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0.9 \times 0.1 \times 198}{(198 - 1) \times 0.05^2 + 1,96^2 \times 0.9 \times 0.1} = 82$$

Para realizar el muestreo probabilístico estratificado, proporcional a su población, se calculó la proporción de la muestra total respecto al tamaño de la población.

Tamaño de la población → 198 --- 100%

Tamaño de la muestra →  $\frac{82}{X}$   
 $X = 41 \%$

Quiere decir que del total de cada sector de productores de camu camu, se obtendrá el 41% de productores hasta completar el tamaño de la muestra. Para ello, se aplica el siguiente procedimiento a fin de determinar el tamaño de la muestra por sector:

$$12 \times \frac{41\%}{100} = 5$$

Así sucesivamente hasta completar la muestra. A continuación, tenemos la tabla que muestra la distribución del muestreo estratificado.

Tabla 4. *Muestra estratificada de los caseríos dedicados a la producción de camu camu perteneciente al sector Yarinacocha - Ucayali, 2018*

N°	CASERIO	PO AGR	M AGR AL 41%
01	San José	12	5
02	San Juan	30	12
03	San Pablo de Tushmo	15	6
04	Once de Agosto	19	8
05	Nueva Alejandría	13	5
06	Siete de Junio	18	7
07	Esperanza de Panaillo	40	18
08	Santa Rosa	20	8
09	Pueblo Libre	12	5
10	Pueblo Nuevo	19	8
TOTAL		198	82

Fuente: Elaboración propia

La selección de la muestra y su tipificación se basó en lo propuesto por Kish (1995), Kalton y Heeringa (2003) quienes afirmaron que “las muestras probabilísticas tienen muchas ventajas, (...) puede medirse el tamaño del error de nuestras predicciones. (...) incluso que el principal objetivo (...) es reducir al máximo este error, al que se le llama error estándar” (Hernández, et al., 2014, p. 177).

### 3.4. Nivel y tipo de estudio

La investigación se fundamenta en el paradigma positivista, atendiendo a lo planteado por Bernal (2010) “consideró que todo conocimiento para ser científico ha de acomodarse a los criterios de la ciencia natural caracterizada por el monismo metodológico (físico - matemático) y homogeneidad doctrinal; la explicación causal expresada por leyes y la predicción de los fenómenos”. (p 45).

El método que se utilizará en la ejecución de la investigación será el hipotético-deductivo. Bernal (2010) señala que “El método hipotético deductivo consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos” (p.60). Lo afirmado se evidenciará en el proceso de recogida de datos y posterior análisis, discusión e interpretación para formular las conclusiones y hallazgos en el presente estudio.

El tipo de investigación es básico de alcance descriptivo correlacional. Se caracteriza como descriptivo como lo señala Hernández, et al., 2014 “[el estudio] pretendió medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren” (p. 92). Asimismo, es una investigación correlacional, porque se pretende conocer la relación existente o no entre dos variables de una determinada muestra. (Hernández, et al., 2014, p. 93).

Por otro lado, se considera como enfoque el cuantitativo porque “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, et al., 2014, p4).

Asimismo, la metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con

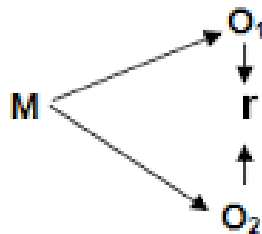
exactitud patrones de comportamiento en una población (Tamayo, 2017, p. 21).

### 3.5. Diseño de investigación

El diseño propuesto para la investigación es no experimental transversal. Para ello, se precisa el término diseño: “(...) se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (Hernández, et al., 2014, p 128).

Así mismo, el diseño de la investigación es no experimental, asumiendo como sustento que las variables se observarán tal como aparecen en el ámbito de aplicación, pero no se realizará ninguna manipulación o experimentación (Hernández, et al., 2014). Y es de tipo transversal porque la información que se recogerá de la muestra de estudio será una vez y en un periodo establecido (Bernal, 2010).

El grafico representativo de este diseño es el siguiente:



Dónde:

M = Muestra de la red de productores de camu camu.

O<sub>1</sub>= Observación de asociatividad como estrategia.

O<sub>2</sub>= Observación de competitividad.

r = Relación entre variables. Coeficiente de correlación.



### **3.6. Técnicas e instrumentos**

Según Hernández et al. (2014) mencionan que el instrumento “es un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p.217).

#### **3.6.1. Cuestionario**

El instrumento que se utilizó para obtener los datos de las variables asociatividad como estrategia y competitividad es el cuestionario. Tafur (2002) señala que “el cuestionario es un instrumento útil en la elaboración de la tesis y en la investigación científica, con el cual se recogen datos que sirven para probar las hipótesis.” (p.226).

En esta investigación, se utilizó el instrumento denominado Cuestionario de Percepciones sobre la asociatividad y la competitividad en productores, diseñado por el propio investigador.

### **3.7. Validación y confiabilidad del instrumento**

Para la validación del instrumento de recolección de datos se consideró dos tipos de validaciones: la validez por juicio de expertos y la confiabilidad a través de la prueba Alfa de Cronbach.

#### **3.7.1. Validez por juicio de expertos**

Latorre (2007) señala que la validez hace referencia al grado de exactitud de la característica, rasgo o dimensión que se pretende medir, la misma que se hace evidente con distinta gradualidad, por ello es relevante caracterizar el tipo de validez de la prueba aplicada.

En el presente estudio, se consideró la validación a través del juicio de expertos, los cuales fueron profesionales de diferentes universidades del país, todos miembros especialistas en el área de estudio y en investigación, quienes aportaron en sus respectivos campos.

Tabla 5. *Validadores por Juicio de Expertos*

Nº	Nombre de experto	Grado académico	Años de experiencia	Cargo actual	Institución
1	Bethy Quintana Tenorio	Doctor	20	Docente	UIGV
2	Lida Fernández Monge	Magister	14	Docente	UTP
3	Keneth Reátegui del Águila	Doctor	25	Docente	UNIA
4	Erick Guitton Lozano	Doctor	10	Docente	UNIA
5	Percy Reyes Javier	Magister	20	Docente	UPEU

Fuente: Elaboración propia

El cuestionario fue validado por cinco expertos (Ver anexo 3), de dicha evaluación se evidencia la siguiente tabla:

Tabla 6. *Porcentaje de validación de instrumento por juicio de expertos*

Nº	Nombre de experto	Porcentaje de validación de instrumento
1	Bethy Quintana Tenorio	91%
2	Lida Fernández Monge	89.7%
3	Keneth Reátegui del Águila	81.68%
4	Erick Guitton Lozano	86.46%
5	Percy Reyes Javier	100%
Promedio		89.76%

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior, se advierte que el cuestionario posee un nivel de confianza al 89.76% y, por lo tanto, puede aplicarse para la recolección de datos necesarios para la presente investigación.

### 3.7.2. Confiabilidad del instrumento de recolección de datos

El nivel de confiabilidad del instrumento de medición se averiguó mediante la prueba de consistencia interna Alfa de Cronbach, con la finalidad de determinar el grado de homogeneidad que tienen los ítems del cuestionario.

En la siguiente tabla, se presentan los valores que se tomaron como referencia para interpretar el coeficiente de confiabilidad.

Tabla 7. *Tabla categórica de prueba Alfa de Cronbach*

Coeficiente	Relación
0,00 +/- 0,20	Despreciable
0,20 a 0,40	Baja o ligera
0,40 a 0,60	Moderada
0,60 a 0,80	Marcada
0,80 a 1,00	Muy alta

Fuente: Valderrama (2013)

En la tabla 9, se observan los resultados obtenidos, a través del SPSS 24, del estadístico de fiabilidad: Alfa de Cronbach, primero el resumen del procesamiento de datos, luego el coeficiente de fiabilidad.

Tabla 8. *Resumen de procesamiento de datos*

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 9. *Estadísticos de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	29

De acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad, que dio como resultado ,849 y según la tabla categórica del coeficiente de confiabilidad, se determina que el instrumento de medición es de consistencia interna “Muy alta”.

### **3.8. Procedimiento**

En el análisis de datos se analizó los procesos y procedimientos; tal como lo señala, Mayan (2001) afirma: “para evaluar adecuadamente la confiabilidad y la validez de los datos, el investigador debe entender cómo fueron analizados los datos y cómo el investigador desarrolló las conclusiones” (p. 36).

### **3.9. Tabulación**

Para el tratamiento de los datos obtenidos se utilizaron los estadísticos del programa SPSS 24 que sirvieron para procesar y analizar los datos recogidos. Así como la elaboración de las tablas que ayuden en la interpretación de los resultados.

Para el presente estudio, se utilizó la estadística descriptiva e inferencial para cada una de las dimensiones de las variables.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En el presente capítulo, se describen las estadísticas de los datos recogidos de cada una de las variables, el proceso estadístico consiste en presentar los resultados e interpretarlos, así mismo se probará las hipótesis que se plantearon en el diseño metodológico. Además, es conveniente señalar que todas las pruebas se aplicaron considerando un nivel de significancia de 5%.

### **4.1. Análisis descriptivo**

Se pasan a presentar los resultados descriptivos que fueron obtenidos a través del cuestionario, el cual consta de 29 preguntas e incluye las dos variables de estudio.

En relación con la variable Asociatividad como estrategia, los datos fueron recogidos de la información proporcionada por los 82 participantes de la red productores de camu de Yarinacocha, los cuales van desde la pregunta 01 hasta la 16.

En relación con la variable Competitividad, los datos fueron recogidos de la información proporcionada por los 82 participantes de la red productores de camu de Yarinacocha, los cuales van desde la pregunta 1 hasta la 13.

En relación con la presentación de resultados de las variables, se ha considerado la tabla de distribución de frecuencias y el gráfico de barras.

A continuación, se presentan las tablas y los gráficos ordenados según el número de preguntas del cuestionario.

Tabla 10. *¿Considera usted que hay cooperación entre los directivos y los socios de la red de productores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	36	43,9	43,9	43,9
	Casi siempre	46	56,1	56,1	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

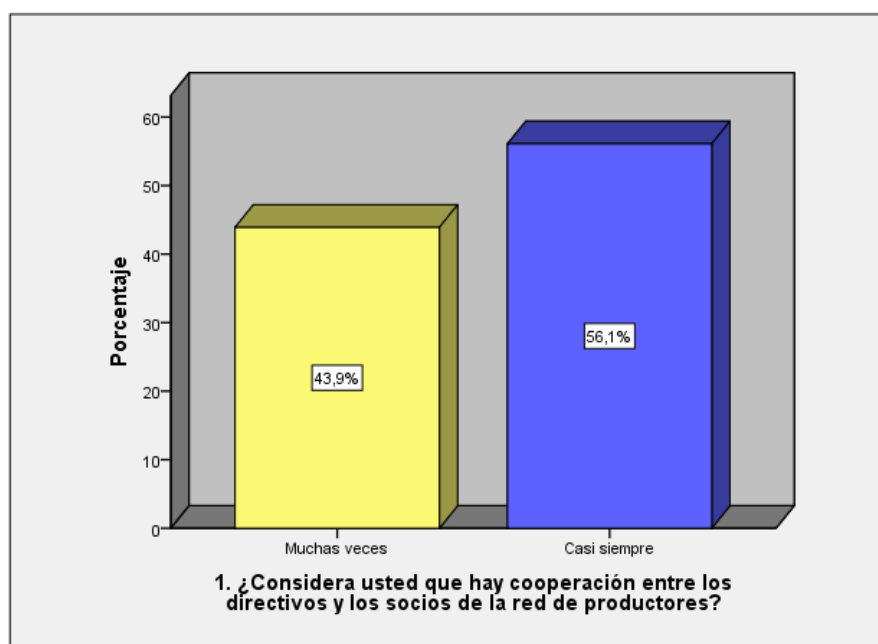


Figura 1: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre cooperación entre directivos y los socios.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría (56.1%) opina que “Casi siempre” hay cooperación entre los directivos y los socios de la red de productores. Mientras que un porcentaje de 43.9% señala que “Muchas veces” se evidencia esta ayuda.

Tabla 11. *¿Considera usted que los socios siempre participan en las acciones colectivas que desarrolla la red de productores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	40	48,8	48,8	48,8
	Casi siempre	38	46,3	46,3	95,1
	Siempre	4	4,9	4,9	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

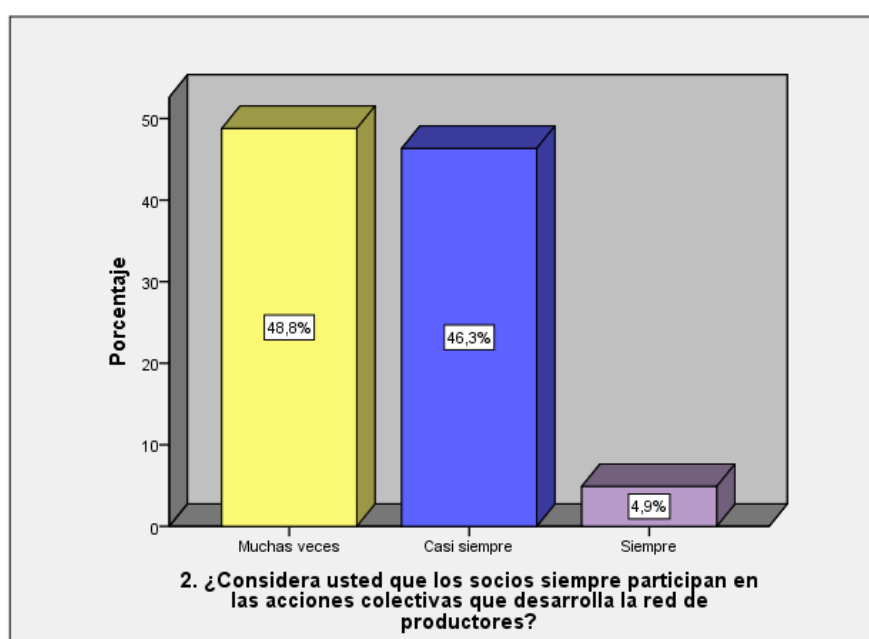


Figura 2: Gráfico de barras de participación de los socios en acciones colectivas

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Muchas veces” (48.8%) los socios participan en las acciones colectivas que se desarrollan en la red de productores, mientras que un 46.3% señala que “casi siempre”. Entonces, una gran mayoría señala que se realiza dicha participación. Asimismo, se registra una minoría de 4.9% que indica “Siempre”.

Tabla 12. ¿Considera usted que existe una adecuada gestión administrativa por parte de los miembros de la red de productores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	32	39,0	39,0	39,0
	Casi siempre	50	61,0	61,0	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

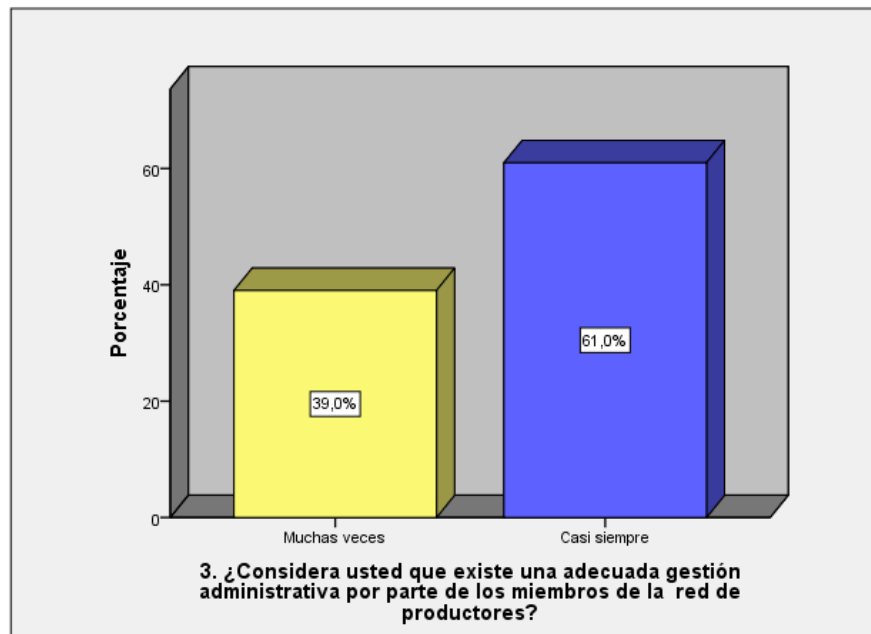


Figura 3: Gráfico de barras de la gestión administrativa de los miembros de la red de productores.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (61.0%) se evidencia una adecuada gestión administrativa por partes de los integrantes de la red de productores. Por otra parte, un 39% señala que “muchas veces” la gestión administrativa es adecuada.



Tabla 13. ¿Considera usted que hay un clima de confianza entre los socios y directivos dentro de la red de productores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	20	24,4	24,4	24,4
	Casi siempre	56	68,3	68,3	92,7
	Siempre	6	7,3	7,3	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

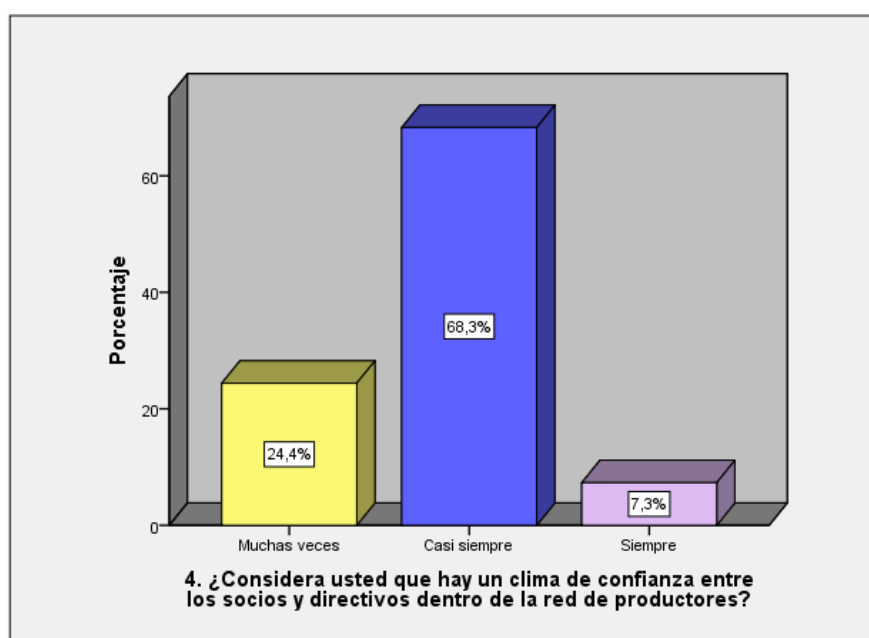


Figura 4: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el clima de confianza entre los socios y directivos.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina “Casi siempre” (68.3%) sobre la existencia de un clima de confianza entre los socios y directivos. Por otra parte, un 24.4% señala que “muchas veces” se advierte un clima de confianza. Asimismo, la minoría (7.3 %) indica que “Siempre” a tal interrogante.

Tabla 14. ¿Considera usted que los socios al ser parte de la red de productores han mejorado sus ingresos económicos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	30	36,6	36,6	36,6
	Casi siempre	50	61,0	61,0	97,6
	Siempre	2	2,4	2,4	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

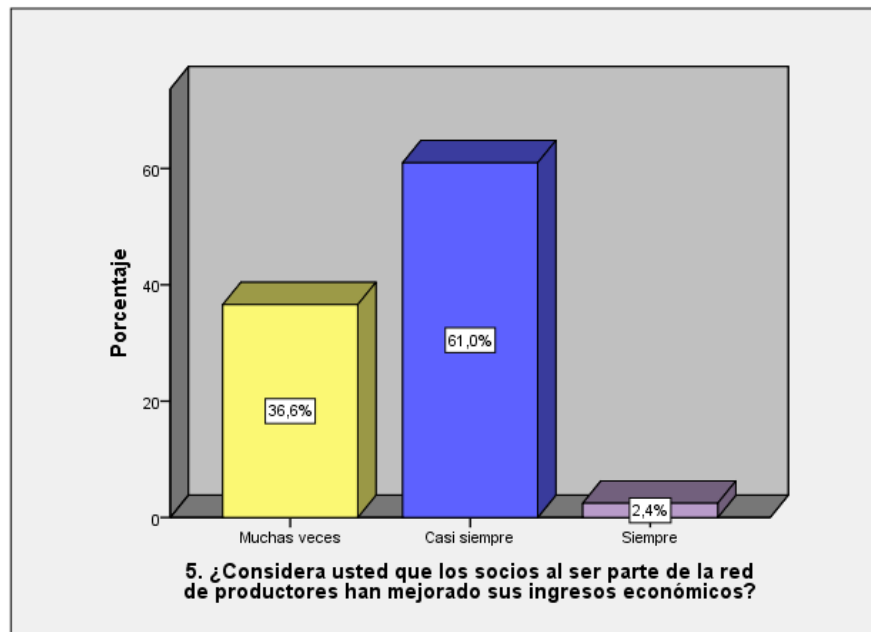


Figura 5: Gráfico de barras sobre mejora de ingresos económicos de los socios.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” los socios de la red de productores han mejorado sus ingresos económicos. Por otra parte, un 36.6% indica que “muchas veces” ha habido mejoras económicas. Asimismo, la minoría indica que “Siempre” (2.4%) han mejorado económicamente los socios.

Tabla 15. ¿Considera usted que la asociación ha accedido a préstamos o créditos para mejorar las áreas de cultivo en beneficio de la producción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	30	36,6	36,6	36,6
	Casi siempre	51	62,2	62,2	98,8
	Siempre	1	1,2	1,2	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

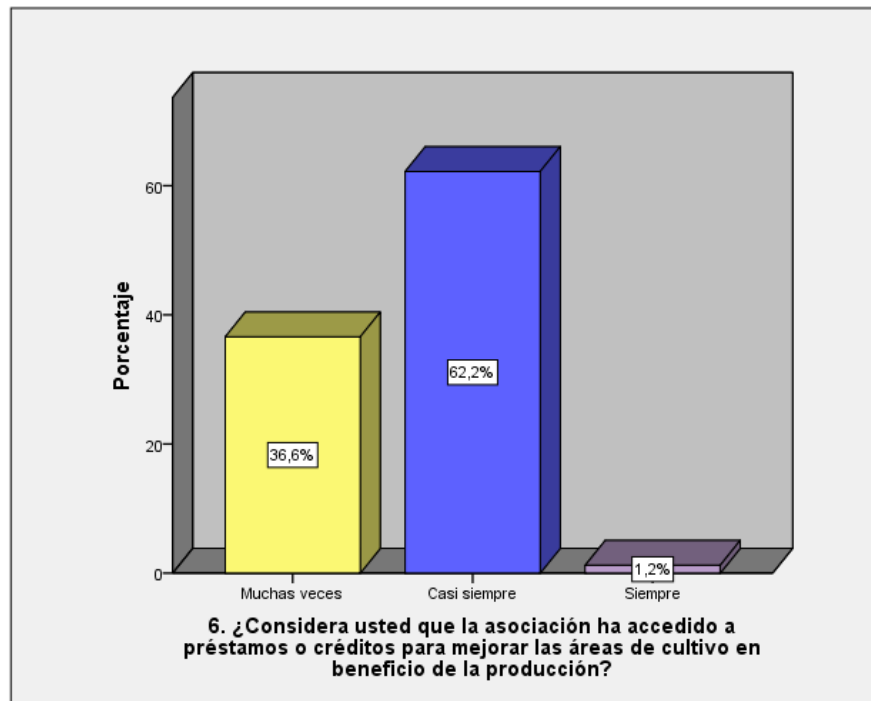


Figura 6: Gráfico de barras sobre el acceso a préstamos o créditos para mejora de áreas de cultivo.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (62.2%) la asociación ha accedido a préstamos para mejorar o prepararse para la producción del camu camu. Por otra parte, el 36.6% señala que “muchas veces”. Asimismo, hay una minoría que señala “Siempre” (1.2%), quiere decir que los asociados acceden a créditos.

Tabla 16. *¿Considera usted que los productores han recibido capacitación y asistencia técnica en la producción?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	27	32,9	32,9	32,9
	Casi siempre	51	62,2	62,2	95,1
	Siempre	4	4,9	4,9	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

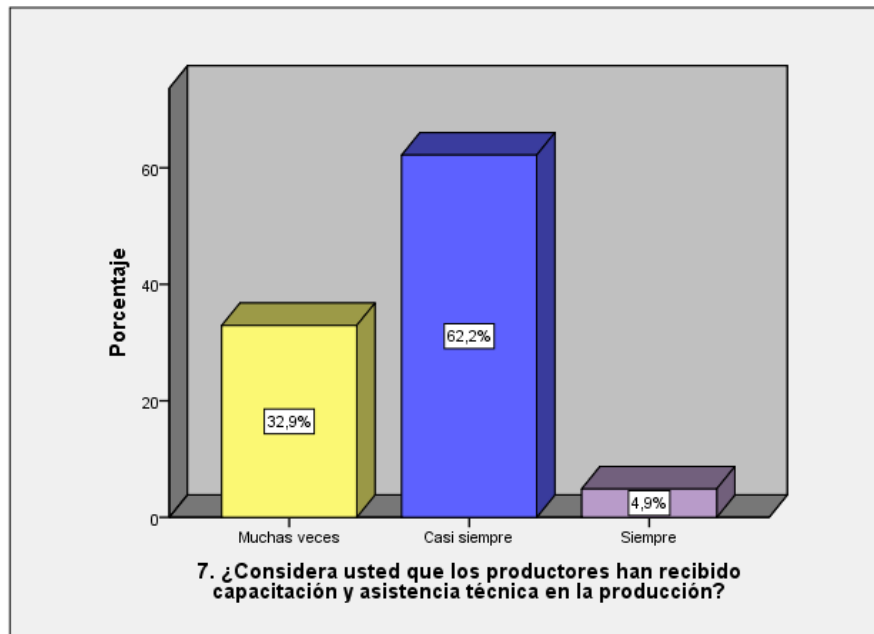


Figura 7: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la recepción de capacitación y asistencia en la producción.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” los productores han sido capacitados y recibido asistencia técnica para la etapa de producción de camu camu. Otro porcentaje de 32.9 % señala que “muchas veces”. Asimismo, la minoría señala que “Siempre” se actúa de tal modo.

Tabla 17. ¿Considera usted que los socios han recibido asesoría para participar en eventos comerciales tales como ferias y rueda de negocios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	31	37,8	37,8	37,8
	Casi siempre	46	56,1	56,1	93,9
	Siempre	5	6,1	6,1	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

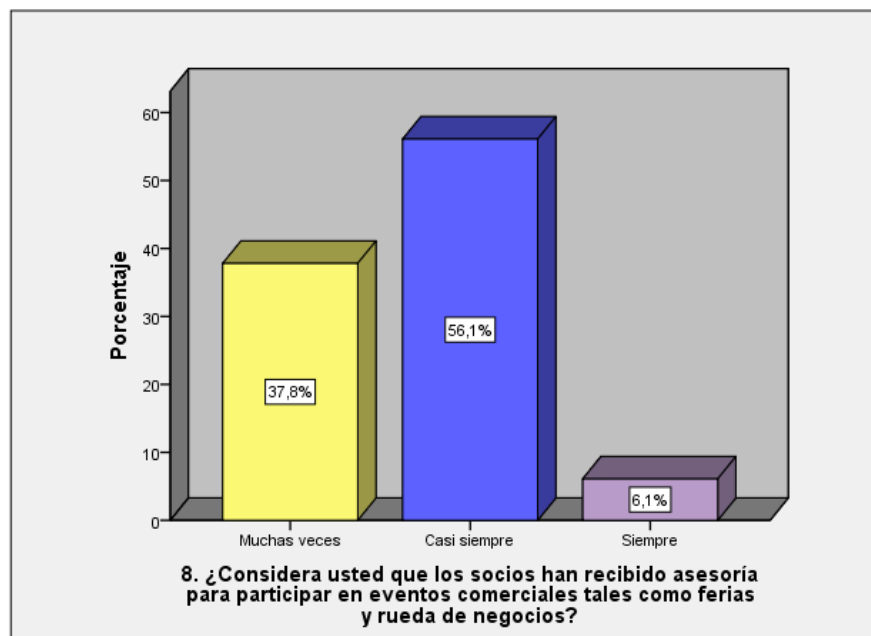


Figura 8: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la recepción de asesoría para participar en eventos.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (56.1%) los socios han sido asesorados para participar en eventos comerciales. Por otra parte, un 37.8 % señala que “muchas veces”. Asimismo, una minoría señala que “Siempre” (6.1%) se cumple con dichas capacitaciones.

Tabla 18. *¿Considera usted que la asociación tiene capacidad para negociar la adquisición de bienes y materiales para la organización?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	44	53,7	53,7	53,7
	Casi siempre	35	42,7	42,7	96,3
	Siempre	3	3,7	3,7	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

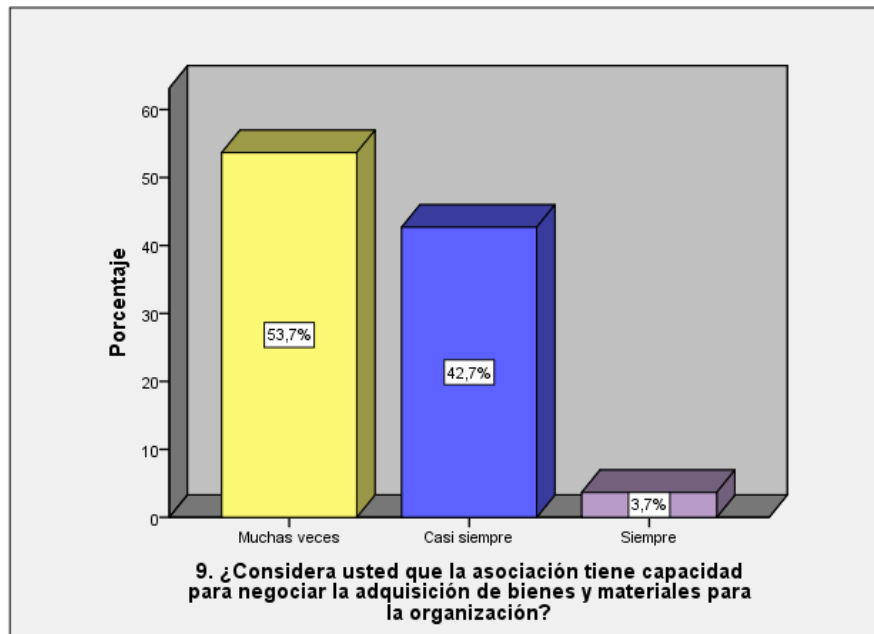


Figura 9: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre capacidad de negociación para la adquisición de bienes y materiales de la organización.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría responde “Muchas veces” la asociación ha mostrado capacidad para negociar la adquisición de bienes y servicios. Por otra parte, un 42.7% señala que “Casi siempre”. Asimismo, la minoría indica que “Siempre” ha mostrado tal capacidad.

Tabla 19. ¿Considera usted que la red de productores realiza la promoción y la venta en conjunto en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	36	43,9	43,9	43,9
	Casi siempre	38	46,3	46,3	90,2
	Siempre	8	9,8	9,8	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

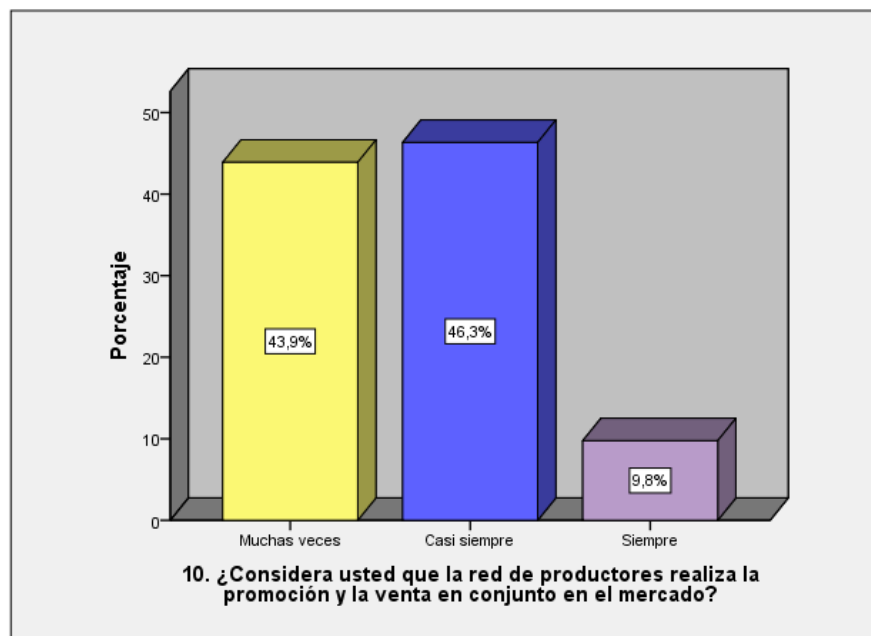


Figura 10: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la realización de la promoción y venta en el mercado.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (46.3%) la red promociona y vende sus productos en el mercado. Por otra parte, un 43.9 % señala que “Muchas veces”. Asimismo, la minoría indica que “Siempre” (9.8%) se realizan tales acciones.

Tabla 20. ¿Considera usted que la red de productores le ha permitido realizar con eficiencia sus contratos con clientes y proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	28	34,1	34,1	34,1
	Casi siempre	49	59,8	59,8	93,9
	Siempre	5	6,1	6,1	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

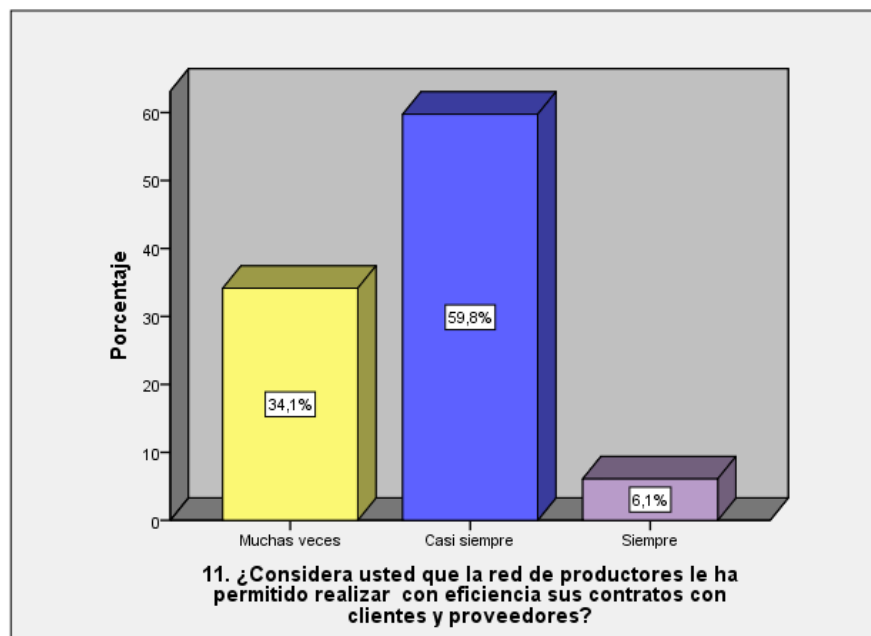


Figura 11: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la eficiencia de los contratos con clientes y proveedores.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (59.8%) la red de productores le permitió realizar sus contratos con los proveedores y los clientes. Por otra parte, un 34.1% indica que “Muchas veces” se ha dado tales situaciones. Asimismo, hay una minoría de 6.1% que señala “Siempre” se evidencia dicha acción por parte de los productores.



Tabla 21. ¿Considera usted que los socios de la red de productores intercambian información sobre costos y precios para vender los productos a un mejor precio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	37	45,1	45,1	45,1
	Casi siempre	37	45,1	45,1	90,2
	Siempre	8	9,8	9,8	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

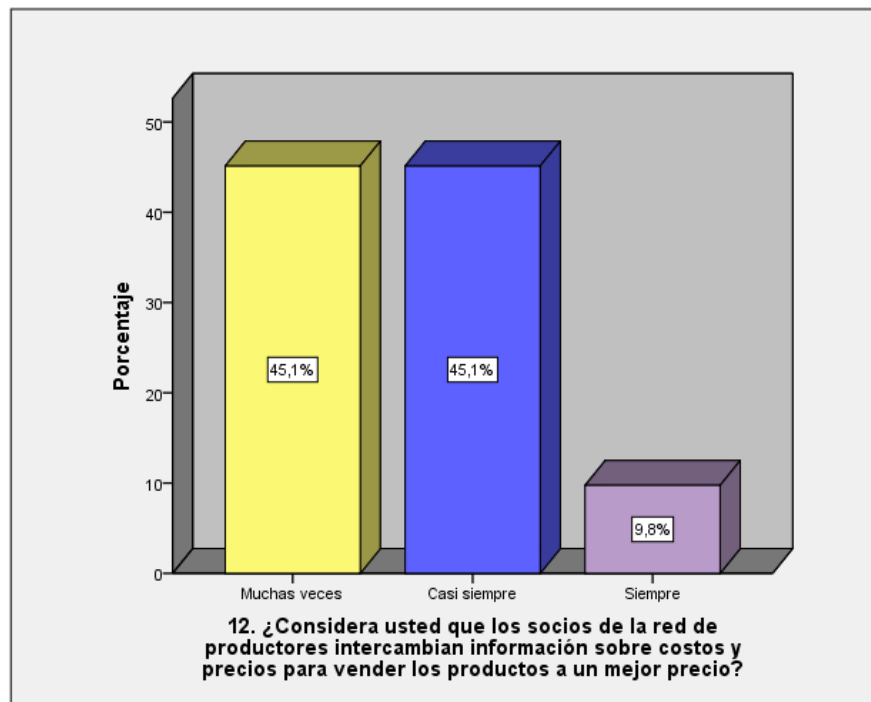


Figura 12: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre intercambio de costos y precios de los productos.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que hay una alta coincidencia entre dos grupos de opiniones “Muchas veces” (45.1%) y “Casi siempre” (45.1%) que señalan el intercambio de información sobre costos y precios entre los socios de la red. Asimismo, una minoría indica que “Siempre” se muestran tales acciones.

Tabla 22. ¿Considera usted que en la red de productores se llevan a cabo tareas productivas como siembra, cosecha, cultivo, ventas, y actividades para alcanzar los objetivos trazados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	37	45,1	45,1	45,1
	Casi siempre	33	40,2	40,2	85,4
	Siempre	12	14,6	14,6	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

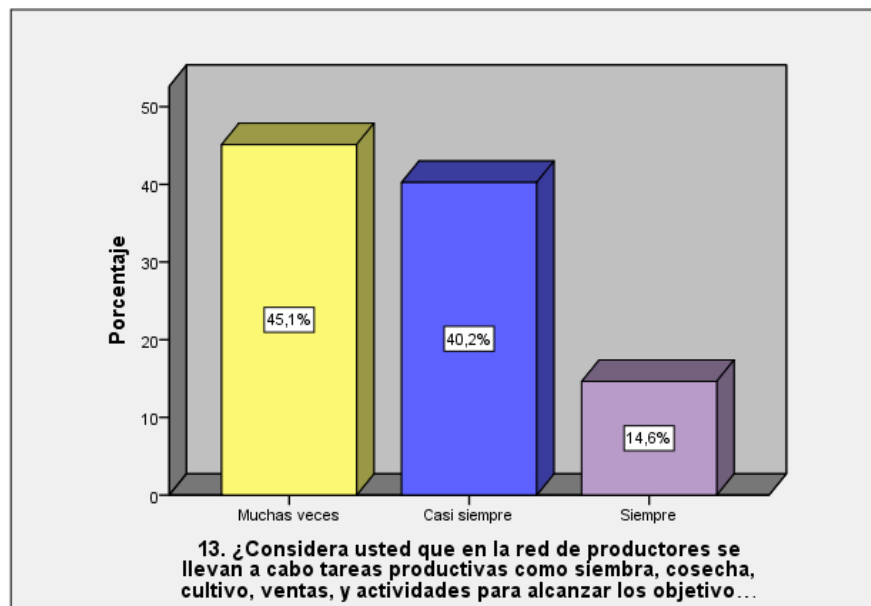


Figura 13: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre las tareas productivas de los productores.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Muchas veces” (45.1%) que en la red de productores se llevan a cabo tareas productivas (siembra, cosecha, cultivo, etc.). Por otra parte, el 40.2% señaló que estas acciones se dan “Casi Siempre”. Asimismo, hay una minoría que indica “Siempre”, por lo cual se cumple con tal aseveración.

A continuación, presentaremos la distribución de frecuencias de la variable Competitividad.

Tabla 23. *¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	25	30,5	30,5	30,5
	Casi siempre	32	39,0	39,0	69,5
	Siempre	25	30,5	30,5	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

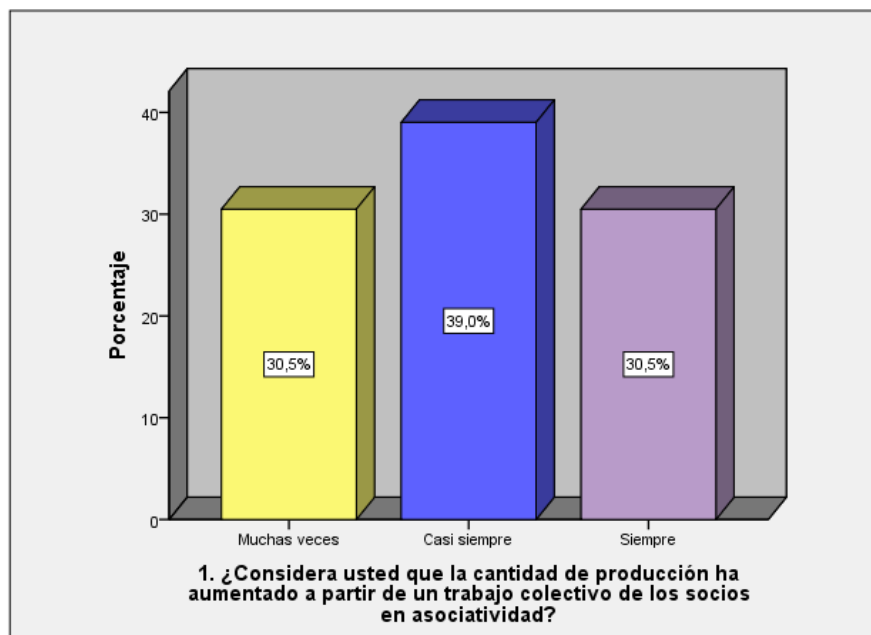


Figura 14: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el aumento de la cantidad de producción.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (39%) se ha dado el aumento de la cantidad de producción, producto del accionar colectivo entre los socios. Por otra parte, hay una alta coincidencia con el porcentaje de 30.5% en relación a la opinión de los participantes como “Muchas veces” y “Siempre” respecto al aumento de la cantidad de producción, ya mencionada.

Tabla 24. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado debido a que se han agrupado entre productores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	9	11,0	11,0	11,0
	Casi siempre	49	59,8	59,8	70,7
	Siempre	24	29,3	29,3	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

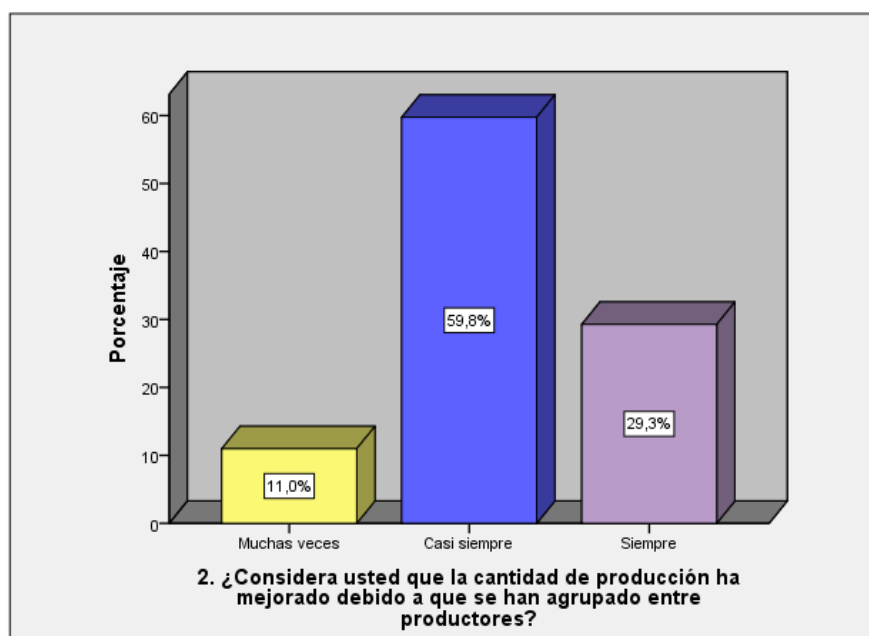


Figura 15: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la mejora de la producción por la agrupación.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (59.8%) sobre la mejora de la producción por la asociación entre los productores. Por otra parte, un 29.3% señala que “Siempre” sobre dicha agrupación. Mientras que una minoría indica que “Muchas veces” (11%) se ha dado esta situación.

Tabla 25. ¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	35	42,7	42,7	42,7
	Casi siempre	39	47,6	47,6	90,2
	Siempre	8	9,8	9,8	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

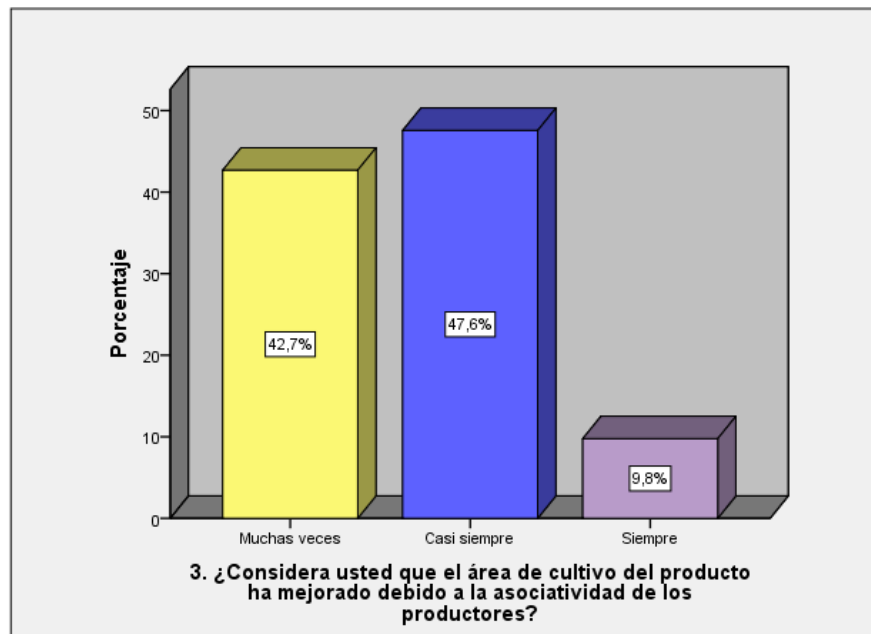


Figura 16: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la mejora del cultivo por la asociatividad.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (47.6%) el área de cultivo ha mejorado por el trabajo colectivo. Así también un 42.7% señala que “Muchas veces”, se cumple esta afirmación. Por otra parte, una minoría señala que “Siempre” se manifiesta tal influencia que mejora el cultivo por la asociatividad.

Tabla 26. ¿Considera usted que la red de productores cuenta con certificados de calidad de los productos ofrecidos al mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	23	28,0	28,0	28,0
	Casi siempre	39	47,6	47,6	75,6
	Siempre	20	24,4	24,4	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

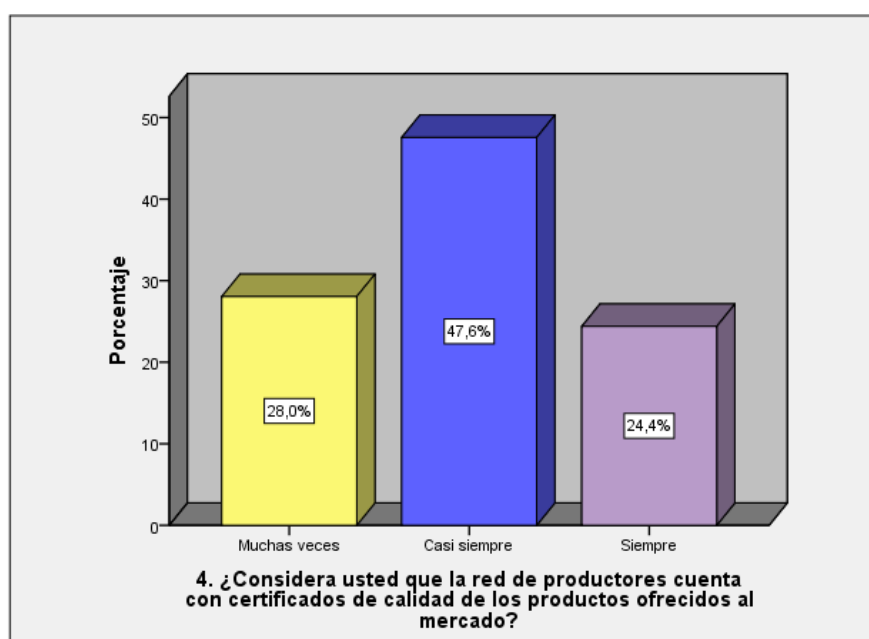


Figura 17: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la certificación de calidad.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina “Casi siempre” (47.6%) sobre la obtención de certificados de calidad de los productos ofrecidos al mercado. Mientras que el 28.0% señala que “Muchas veces” se cuenta con este certificado para los productos. Por último, un porcentaje de 24.4% indica que “Siempre” los productos que se expenden cuentan con certificados de calidad.

Tabla 27. ¿Considera usted que la red de productores realiza el seguimiento de las actividades agrícolas de sus productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	25	30,5	30,5	30,5
	Casi siempre	52	63,4	63,4	93,9
	Siempre	5	6,1	6,1	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

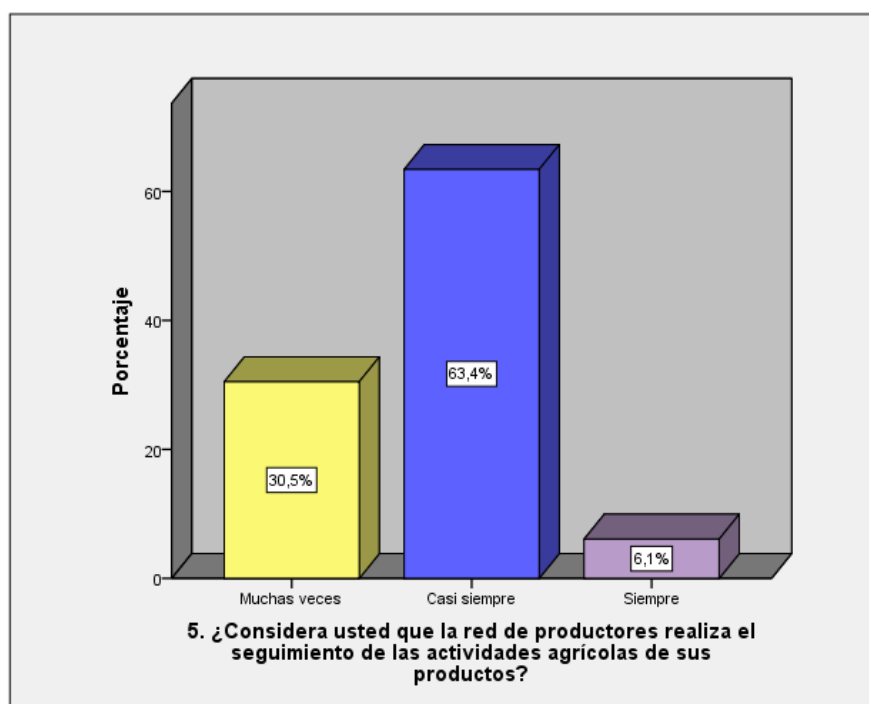


Figura 18: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el seguimiento de las actividades agrícolas.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (63.4%) la red de productores realiza el seguimiento de las actividades agrícolas. Por otra parte, un 30.5% menciona que “Muchas veces”. Asimismo, una minoría indica que “Siempre” (6.1%) se realiza tal accionar.

Tabla 28. ¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad en la siembra, el cultivo y la cosecha de sus productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	35	42,7	42,7	42,7
	Casi siempre	44	53,7	53,7	96,3
	Siempre	3	3,7	3,7	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

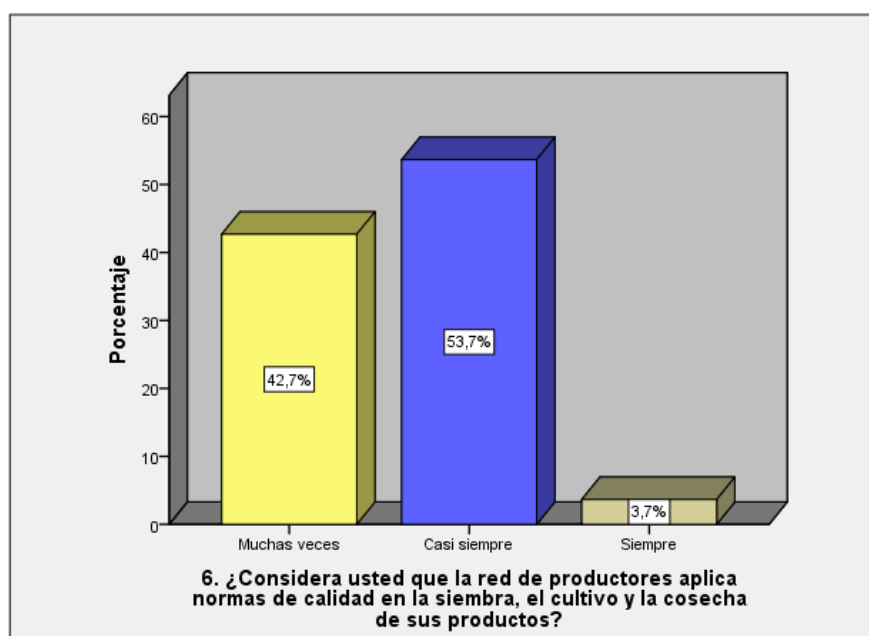


Figura 19: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre aplicación de normas de calidad a la siembra, cultivo y cosecha.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” (53.7%) la red de productores aplica las normas en los procesos de cultivo del camu camu. Por otra parte, el 42.7% indica que “Muchas veces”. Asimismo, una minoría menciona que “Siempre” (3.7%) se ha realizado lo aplicado.



Tabla 29. ¿Considera usted que se han incrementado sus ganancias al formar parte de la red de productores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	26	31,7	31,7	31,7
	Casi siempre	49	59,8	59,8	91,5
	Siempre	7	8,5	8,5	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

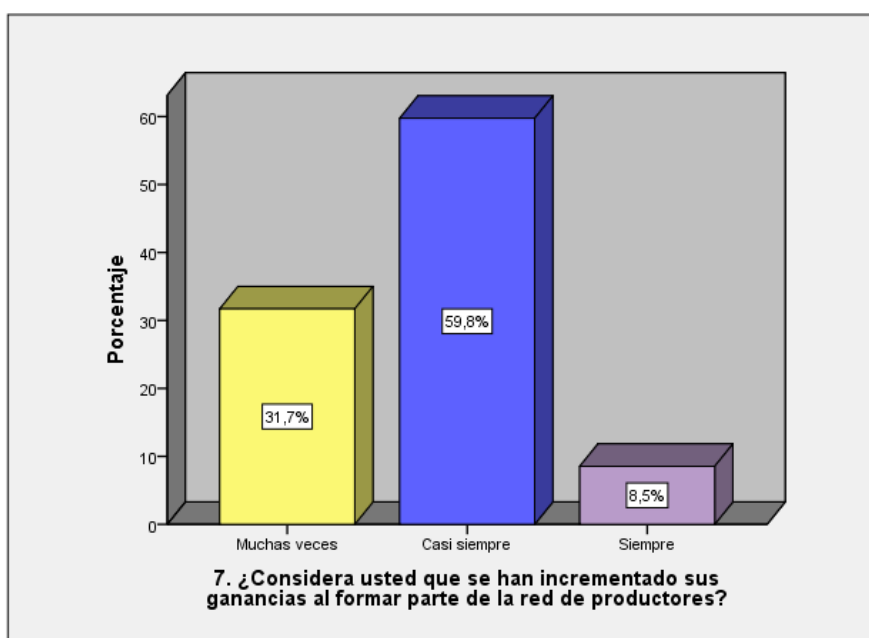


Figura 20: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el incremento de las ganancias.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” se ha dado el incremento de las ganancias en los asociados de la red de productores. Por otra parte, el 31.7% señala que “Muchas veces”. Mientras que una minoría indica que “Siempre” (8.5%) se observa tal influencia en las ganancias.

Tabla 30. ¿Considera usted que los gastos por producción y venta de los productos han disminuido al formar parte de la red de productores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	41	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	38	46,3	46,3	96,3
	Siempre	3	3,7	3,7	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

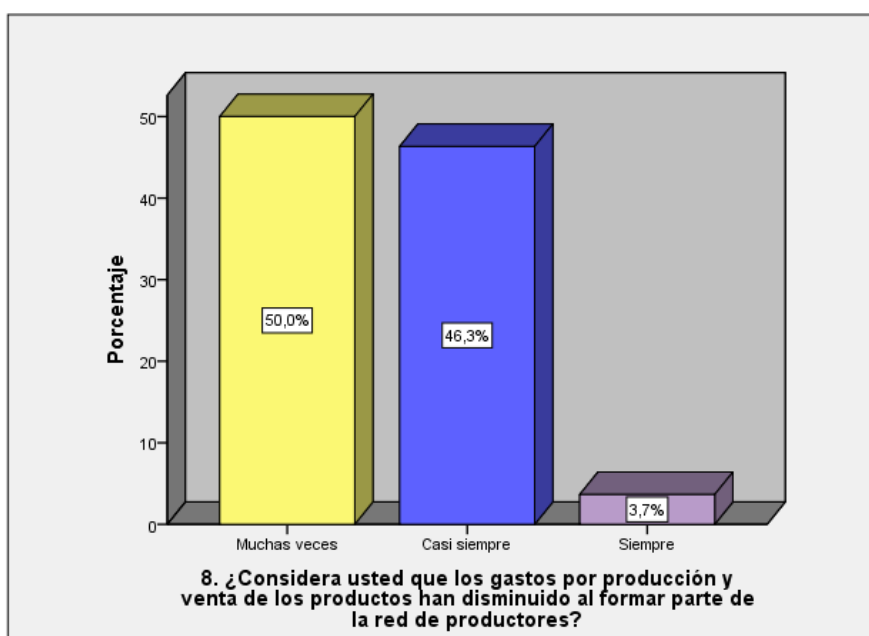


Figura 21: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre los gastos por producción y venta de los productos.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Muchas veces” (50%) han disminuido los gastos por producción y venta de productos al ser asociado. Por otra parte, el 46.3% señala que “Casi siempre” se ha evidenciado tal disminución. Asimismo, una minoría indica que “Siempre” (3.7%).

Tabla 31. *¿Considera usted que la asociatividad le ha permitido manejar adecuadamente sus presupuestos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	38	46,3	46,3	46,3
	Casi siempre	38	46,3	46,3	92,7
	Siempre	6	7,3	7,3	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

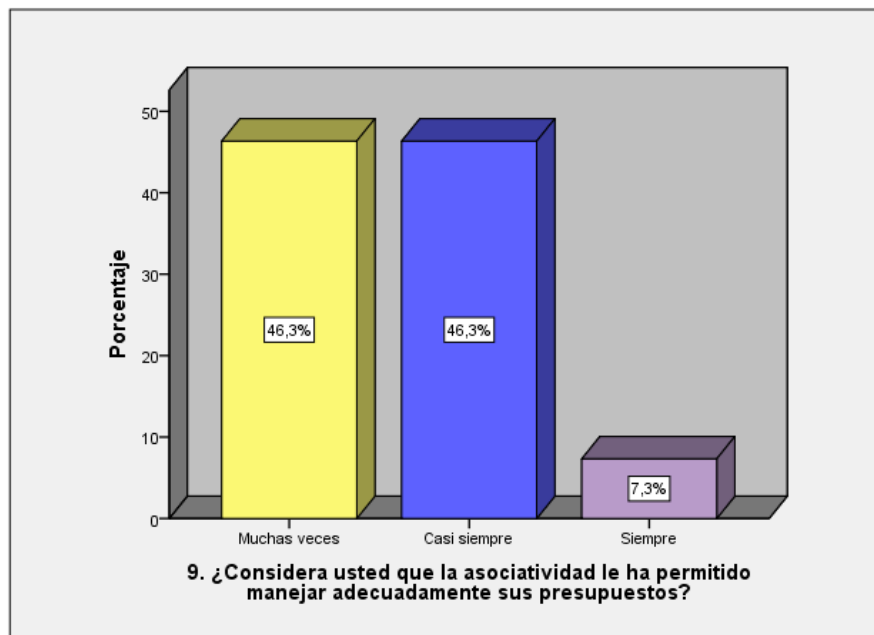


Figura 22: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el manejo adecuado de los presupuestos.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que hay una alta coincidencia entre los participantes con un 46.3% para la opción “Muchas veces” y “Casi siempre”, de lo que se desprende que al ser asociado le permite maneja mejor su presupuesto de la empresa. Mientras que una minoría indica que “Siempre” (7.3%) ocurre este hecho.

Tabla 32. *¿Considera usted que se han incorporado cambios en la siembra, recolección o comercialización de sus productos por haberse agrupado en la red de productores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	41	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	37	45,1	45,1	95,1
	Siempre	4	4,9	4,9	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

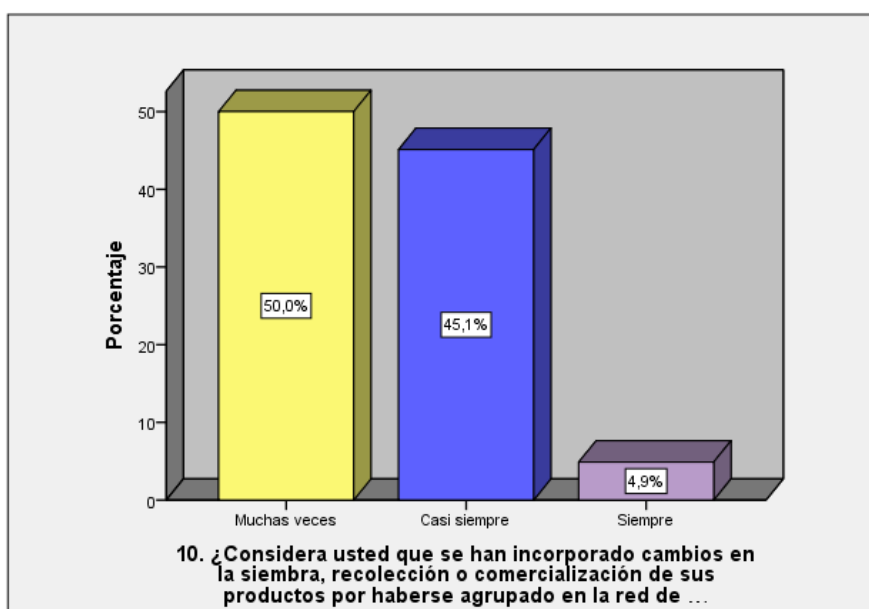


Figura 23: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre los cambios incorporados en la siembra, recolección o comercialización de sus productos.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Muchas veces” (50%) se han incorporado cambios en la siembra, recolección y comercialización de sus productos. Por otra parte, el 45.1% manifiesta que “Casi siempre”. Mientras que una minoría indica que “Siempre” (4.9%).

Tabla 33. *¿Considera usted que formar parte de la red de productores le ha permitido mejorar sus conocimientos en el manejo de los negocios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	40	48,8	48,8	48,8
	Casi siempre	33	40,2	40,2	89,0
	Siempre	9	11,0	11,0	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

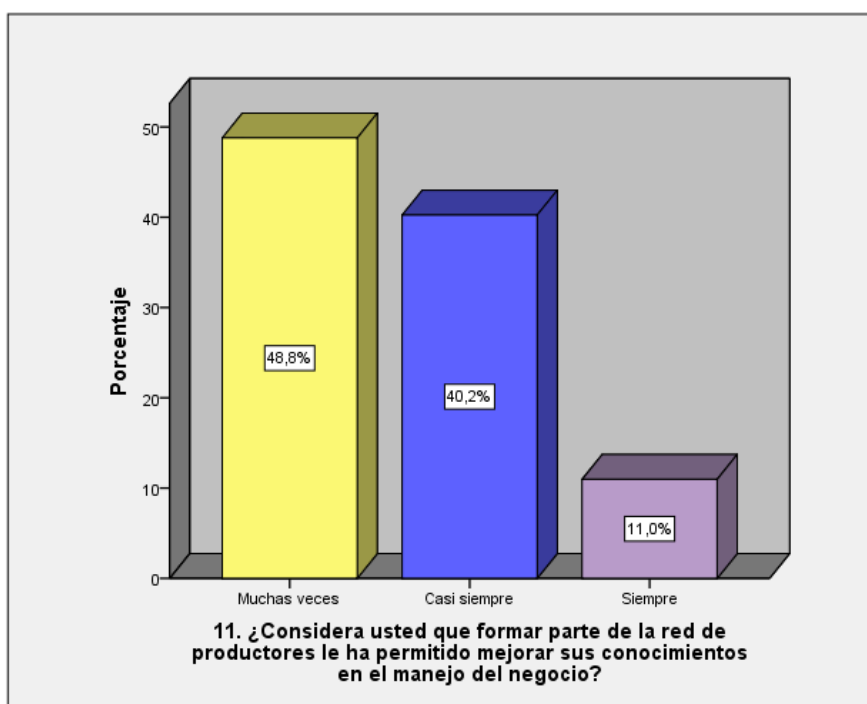


Figura 24: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre la mejora de conocimientos en el negocio.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Muchas veces” (48.8%) la incorporación a la red de productores le ha ayudado a tener mayor conocimiento de la gestión de su negocio. Por otra parte, el 40.2% señala que “Casi siempre”. Mientras que una minoría indica que “Siempre” (11.0%) ocurre este hecho.

Tabla 34. ¿Considera usted que se han dado cambios en el modo de manejar su negocio al asociarse con otros productores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	36	43,9	43,9	43,9
	Casi siempre	39	47,6	47,6	91,5
	Siempre	7	8,5	8,5	100,0
Total		82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

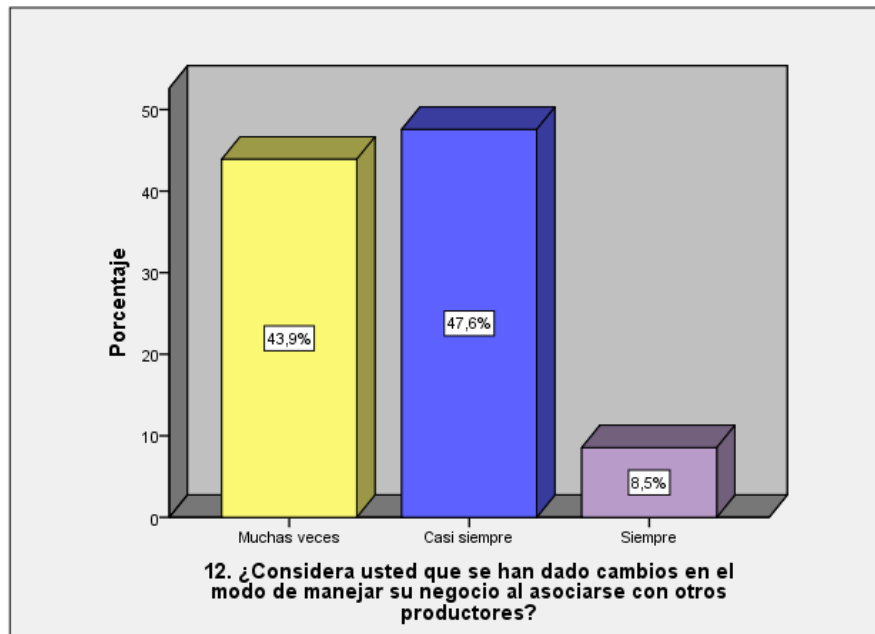


Figura 25: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre cambios en la manera de manejar el negocio.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” respecto a los cambios en el modo de gestionar el negocio, producto de la asociación con otros productores. Por otra parte, un 43.9% señala “Muchas veces”. Mientras que una minoría indica que “Siempre” (8.5.%) se ha manifestado este hecho.

Tabla 35. *¿Considera usted que ser socio de la red de productores le ha permitido utilizar computadoras, internet, correo, chat, celular, etc. para mejorar su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muchas veces	13	15,9	15,9	15,9
	Casi siempre	50	61,0	61,0	76,8
	Siempre	19	23,2	23,2	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

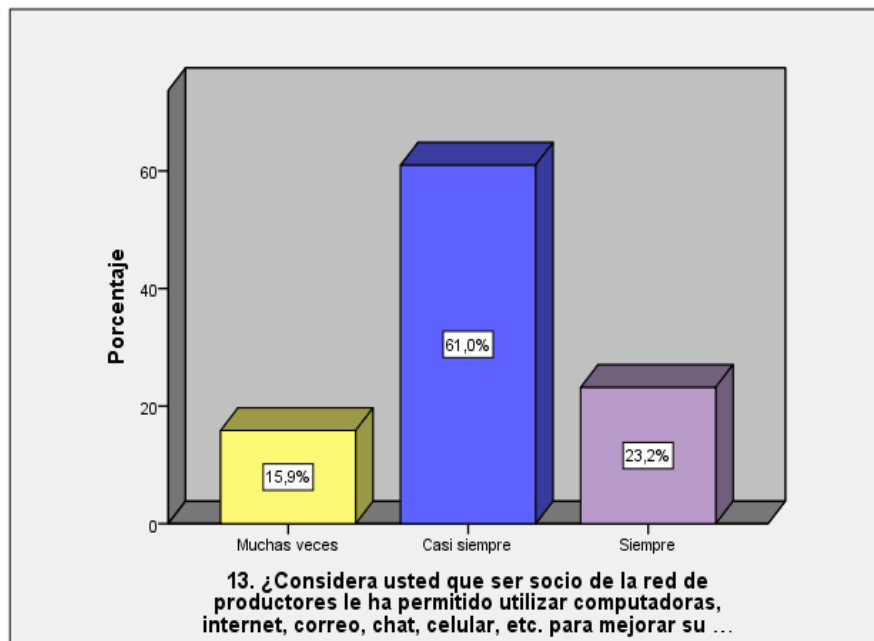


Figura 26: Gráfico de barras de la distribución de frecuencias sobre el uso de la tecnología.

**Interpretación:** Del cuestionario realizado a los 82 participantes de la red productores de camu camu de Yarinacocha, se obtuvo como resultado que la mayoría opina que “Casi siempre” la asociación entre productores le ha permitido acceder y manejar la tecnología de la comunicación como el uso de internet, de las computadoras, del chat, etc. Por otra parte, el 23.2.9% señala que “Siempre”. Mientras que una minoría indica que “Muchas veces” se ha dado tal situación.

## **4.2. Análisis inferencial y contrastación de hipótesis**

El análisis estadístico se realiza en base a dos variables, como se señaló anteriormente, como variable 1 se tiene a Asociatividad como estrategia y como variable 2 la Competitividad.

Antes de realizar el análisis estadístico, se realizó la prueba de distribución normal de los datos para tomar decisiones sobre los estadísticos a considerar para el análisis de correlación, tal como se muestra a continuación.

### **4.2.1. Pruebas de normalidad**

La prueba de normalidad para 82 datos de las variables Asociatividad como estrategia (variable 1) y Competitividad (variable 2) se realizó utilizando el software estadístico SPSS versión 24. Se consideró el estadístico de Kolmogorov - Smirnov.

La toma de decisiones se basó en el valor de significancia detallado de la siguiente manera:

- Si p valor (significancia) es  $> 0,05$ , la distribución de datos es normal.
- Si p valor (significancia) es  $< 0,05$ , la distribución de datos no es normal.

A continuación, se presentan los resultados de las pruebas de normalidad de las variables Asociatividad como estrategia y Competitividad.



Tabla 36. Pruebas de normalidad de las variables de estudio

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	Gl	Sig.
Asociatividad como estrategia	,142	82	,000
Competitividad	,066	82	,200 <sup>a</sup>

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

De la tabla anterior, se observa que la variable Asociatividad como estrategia obtiene un nivel de significancia 0.00, el cual es menor que p-valor (0.05), de ello se infiere que los datos analizados presentan una distribución anormal.

Asimismo, se observa que la variable Competitividad obtiene un nivel de significancia 0.20, el cual es mayor que p-valor (0.05), de ello se infiere que los datos analizados presentan una distribución normal.

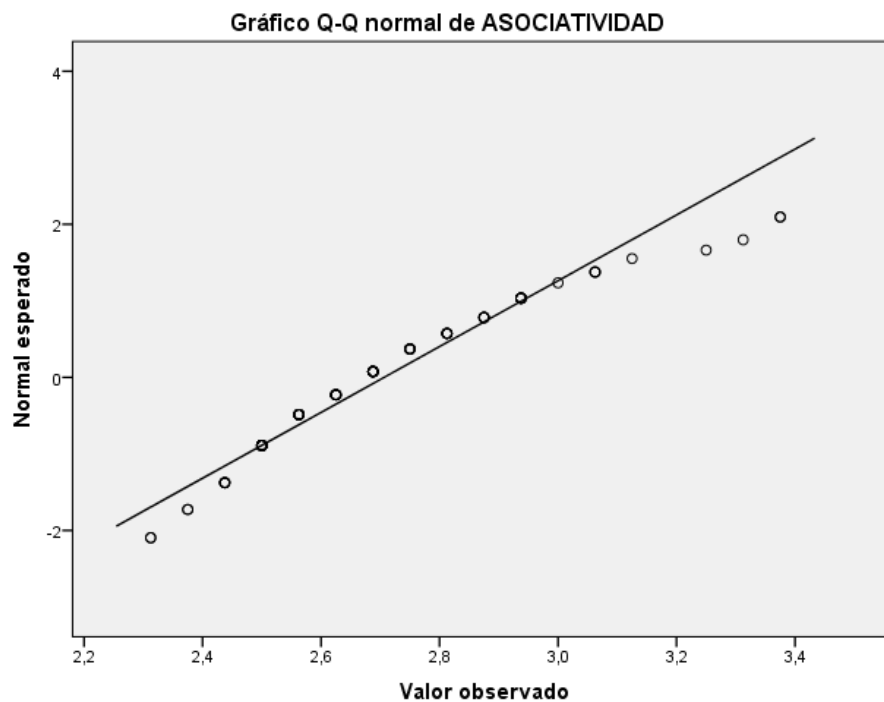


Figura 27: Gráfico Q-Q de la variable Asociatividad como estrategia.

En la figura 27, que representa la normalidad de la variable Asociatividad como estrategia, se puede determinar que los proceden de una distribución anormal, por lo que se utilizará una prueba no paramétrica, en este caso será el estadístico de correlación Rho de Spearman.

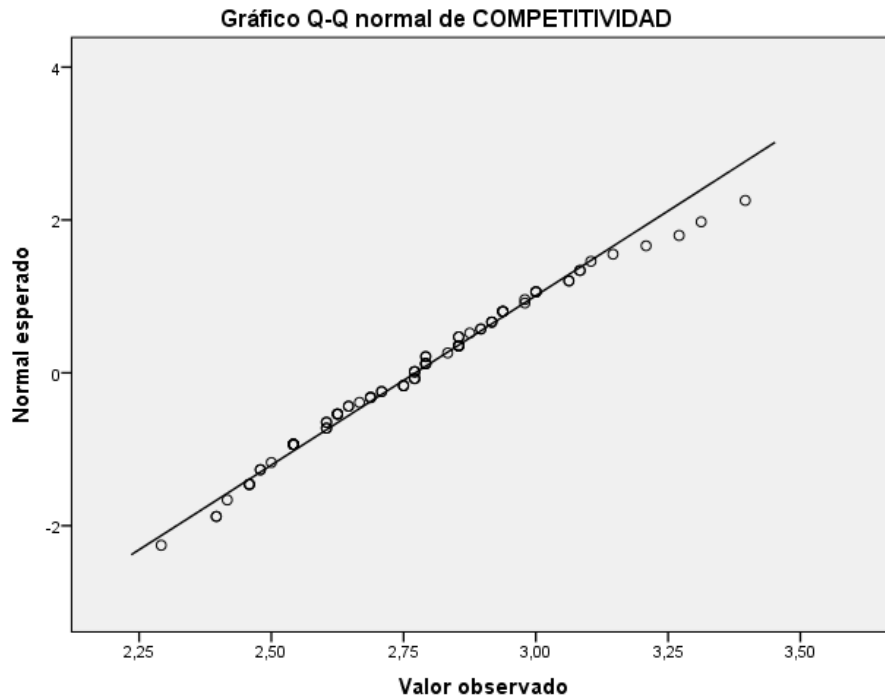


Figura 28: Gráfico Q-Q de la variable Competitividad.

En la figura 28, que representa la normalidad de la variable Competitividad, se puede determinar que los datos proceden de una distribución normal, por lo que se utilizará una prueba paramétrica. Aunque se busca determinar el grado de correlación en ese sentido es conveniente el uso de una prueba no paramétrica.

#### 4.2.2. Proceso de prueba de hipótesis general

Como se ha podido apreciar en la prueba de normalidad, aplicada a cada una de las variables de estudio, los datos por un lado, no siguen una

distribución normal y por otro, si siguen una distribución normal, frente a dichos resultados se aplicará la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman. Esta es una prueba no paramétrica que permite verificar el grado de relación que tienen las variables de estudio (ordinales) y sus respectivas dimensiones, en relación con la hipótesis general y las hipótesis específicas planteados en la presente investigación.

**Hipótesis alterna (Ha):** Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

**Hipótesis nula (Ho):** No existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

El nivel de asociación o correlación entre las variables se determinará de acuerdo con los datos de la tabla.

Tabla 37. Nivel de correlación

Grado	Interpretación
(+/-) 1.00	Correlación perfecta
(+/-) 0.9 - (+/-) 0.99	Correlación muy fuerte o muy alta
(+/-) 0.7 - (+/-) 0.89	Correlación fuerte o alta
(+/-) 0.4 - (+/-) 0.69	Correlación moderada o regular
(+/-) 0.2 - (+/-) 0.39	Correlación débil o baja
(+/-) 0.1 - (+/-) 0.20	Correlación muy débil o muy baja
0	Correlación nula

Además, la toma de decisiones de aceptación o rechazo de la hipótesis será conforme a lo siguiente:

Se acepta la hipótesis nula (Ho) si la significancia es  $p > 0.05$

Se acepta la hipótesis alterna (Ha) si la significancia es  $p < 0.05$

Tabla 38. *Correlación entre las variables Asociatividad como estrategia y Competitividad*

			Asociatividad	Competitividad
Rho de Spearman	Asociatividad	Coefficiente de correlación	1,000	,700**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,700**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS V.24

### **Interpretación:**

A partir de la tabla 38, se puede apreciar que el valor de significancia es de 0.00 y que el coeficiente de correlación mide el nivel o grado de influencia, según el resultado se obtiene 0,700, el cual indica que hay correlación fuerte o alta.

Del análisis anterior, se desprende que como el valor p es menor que 0.05 ( $0.00 < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que se concluye que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

### **4.2.3. Proceso de prueba de hipótesis específicas**

#### **4.2.3.1. Prueba de hipótesis específica 1**

**Hipótesis alterna 1 (Ha):** Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

**Hipótesis nula 1 (Ho):** No existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Como se ha podido apreciar en la prueba de normalidad, aplicada a cada una de las variables de estudio, los datos no siguen una distribución normal por lo cual se aplicará la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman. Esta es una prueba no paramétrica que permite verificar el grado de influencia que tienen las variables de estudio (ordinales) y sus respectivas dimensiones, en este caso se verificará en función a las hipótesis específicas planteadas en la presente investigación.

Además, la toma de decisiones de aceptación o rechazo de la hipótesis será conforme a lo siguiente:

Se acepta la hipótesis nula (Ho) si la significancia es  $p > 0.05$

Se acepta la hipótesis alterna (Ha) si la significancia es  $p < 0.05$

Tabla 39. *Correlación entre la Asociatividad como estrategia y la productividad*

		Asociatividad como estrategia		Productividad
Rho de Spearman	Asociatividad como estrategia	Coeficiente de correlación	1,000	,333**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	82	82
	Productividad	Coeficiente de correlación	,333**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	82	82

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS V.24

**Interpretación:**

A partir de la tabla 39, se puede apreciar que el valor de significancia es de 0.002 y que el coeficiente de correlación mide el nivel o grado de influencia, según el resultado se obtiene 0.333, el cual indica que hay influencia débil o baja.

Del análisis anterior, se desprende que como el valor p es menor que 0.05 ( $0.002 < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que se concluye que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali.

**4.2.3.2. Prueba de hipótesis específica 2**

**Hipótesis alterna 2 (Ha):** Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la gestión de calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

**Hipótesis nula 2 (Ho):** No existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la gestión de calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Como se ha podido apreciar en la prueba de normalidad, aplicada a cada una de las variables de estudio, los datos no siguen una distribución normal por lo cual se aplicará la prueba estadística de influencia de Rho de Spearman. Esta es una prueba no paramétrica que permite verificar el grado de influencia que tienen las variables de estudio (ordinales) y sus respectivas

dimensiones, en este caso se verificará en función a las hipótesis específicas planteadas en la presente investigación.

Además, la toma de decisiones de aceptación o rechazo de la hipótesis será conforme a lo siguiente:

Se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) si la significancia es  $p > 0.05$

Se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ) si la significancia es  $p < 0.05$

Tabla 40. *Correlación entre la Asociatividad como estrategia y gestión de la calidad*

			Asociatividad como estrategia	Gestión de la calidad
Rho de Spearman	Asociatividad como estrategia	Coeficiente de correlación	1,000	,472**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	Gestión de la calidad	Coeficiente de correlación	,472**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS V.24

### **Interpretación:**

A partir de la tabla 40, se puede apreciar que el valor de significancia es de 0.000 y que el coeficiente de correlación mide el nivel o grado de influencia, según el resultado se obtiene 0.472, el cual indica que hay influencia moderada o regular.

Del análisis anterior, se desprende que como el valor  $p$  es menor que 0.05 ( $0.00 < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que se concluye que existe relación significativa entre la asociatividad

como estrategia y la gestión de calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali.

#### **4.2.3.3. Prueba de hipótesis específica 3**

**Hipótesis alterna 3 (Ha):** Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

**Hipótesis nula 3 (Ho):** No existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Como se ha podido apreciar en la prueba de normalidad, aplicada a cada una de las variables de estudio, los datos no siguen una distribución normal por lo cual se aplicará la prueba estadística de influencia de Rho de Spearman. Esta es una prueba no paramétrica que permite verificar el grado de influencia que tienen las variables de estudio (ordinales) y sus respectivas dimensiones, en este caso se verificará en función a las hipótesis específicas planteadas en la presente investigación.

Además, la toma de decisiones de aceptación o rechazo de la hipótesis será conforme a lo siguiente:

Se acepta la hipótesis nula (Ho) si la significancia es  $p > 0.05$

Se acepta la hipótesis alterna (Ha) si la significancia es  $p < 0.05$



Tabla 41. *Correlación entre las variables Asociatividad como estrategia y la rentabilidad*

			Asociatividad como estrategia	Rentabilidad
Rho de Spearman	Asociatividad como estrategia	Coefficiente de correlación	1,000	,419**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,419**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS V.24

### **Interpretación:**

A partir de la tabla 41, se puede apreciar que el valor de significancia es de 0.00 y que el coeficiente de correlación mide el nivel o grado de influencia, según el resultado se obtiene 0,419, el cual indica que hay influencia moderada o regular.

Del análisis anterior, se desprende que como el valor p es menor que 0.05 ( $0.00 > 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que se concluye que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali.

#### **4.2.3.4. Prueba de hipótesis específica 4**

**Hipótesis alterna 4 (Ha):** Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

**Hipótesis nula 4 (Ho):** No existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

Como se ha podido apreciar en la prueba de normalidad, aplicada a cada una de las variables de estudio, los datos no siguen una distribución normal por lo cual se aplicará la prueba estadística de influencia de Rho de Spearman. Esta es una prueba no paramétrica que permite verificar el grado de influencia que tienen las variables de estudio (ordinales) y sus respectivas dimensiones, en este caso se verificará en función a las hipótesis específicas planteadas en la presente investigación.

Además, la toma de decisiones de aceptación o rechazo de la hipótesis será conforme a lo siguiente:

Se acepta la hipótesis nula (Ho) si la significancia es  $p > 0.05$

Se acepta la hipótesis alterna (Ha) si la significancia es  $p < 0.05$

Tabla 42. *Correlación entre las variables Asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica*

			Asociatividad como estrategia	Innovación tecnológica
Rho de Spearman	Asociatividad como estrategia	Coeficiente de correlación	1,000	,481**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	Innovación tecnológica	Coeficiente de correlación	,481**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS V.24

**Interpretación:**

A partir de la tabla 42, se puede apreciar que el valor de significancia es de 0.00 y que el coeficiente de correlación mide el nivel o grado de influencia, según el resultado se obtiene 0.481, el cual indica que hay influencia moderada o regular.

Del análisis anterior, se desprende que como el valor p es menor que 0.05 ( $0.00 > 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que se concluye que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali.

**4.3. Discusión de resultados**

De los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, se puede establecer la siguiente discusión e interpretación.

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.

1. En la prueba de validez de los instrumentos se procedió a utilizar el Alpha de Cronbach y se obtuvo como resultado 0,849 de confiabilidad para el instrumento de recolección de datos denominado cuestionario. Dicho instrumento incluye 29 ítems sobre las variables Asociatividad como estrategia y competitividad, considerando 16 preguntas para la primera variable y 13, para la segunda, teniendo un nivel de confiabilidad del 95%

siendo un valor óptimo del Alfa de Cronbach aquel valor que se aproxime más a 1 y que sus valores sean superiores a 0.7, los cuales garantizan la fiabilidad por consistencia interna, en el caso de la investigación el valor obtenido es 0,849 por lo que nos permite decir que el instrumento es fiable y consistente de acuerdo con la tabla de valores de Alfa de Cronbach con una categorización de “Muy alta”.

2. Según los resultados estadísticos obtenidos de la hipótesis general, se aplicó la prueba estadística Rho de Spearman, donde el valor de significancia estadística (Bilateral) es de 0.00 menor a 0.05, lo cual indica que existe una influencia significativa. Así mismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman que mide el nivel o grado de influencia, según el resultado es de 0.700, que indica que el grado de influencia es fuerte o alta, de ello se desprende que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Entonces, el resultado de esta prueba permite afirmar que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018. En ese sentido, la asociatividad garantiza la competitividad por lo cual es pertinente su aplicación para el logro de los objetivos propuestos por los productores de camu camu. Asimismo, estos resultados afirman lo alcanzado en la investigación realizada por Montes (2016) que sostiene que la conformación de una asociación permite lograr mejoras en los procesos productivos, alcanzar mayores ingresos, acceder a mayores mercados nacionales, ser partícipes de talleres, charlas y conferencias a su vez ofrece productos de acuerdo a los estándares establecidos en el mercado.

3. En caso de los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 1, se aplicó la prueba estadística Rho de Spearman, donde el valor de significancia estadística (Bilateral) es de 0.002 menor a 0.05, lo cual indica que existe una influencia significativa. Así mismo, el coeficiente de influencia Rho de Spearman que mide el nivel o grado de influencia, según el resultado es de 0.333, que indica que el grado de influencia es débil o baja, de ello se desprende que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Entonces, el resultado de esta prueba permite afirmar que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali. A diferencia de estos resultados, se ha encontrado un estudio realizado por Quillahuaman y Carasas (2018) quienes señalan que existe correlación significativa entre las variables asociatividad como estrategia y competitividad (Coef. de correlación 0.718). Por otra parte, señalan respecto a la productividad, que la capacitación en relación al uso y aprovechamiento de los recursos contribuyen en la mejora de la productividad, así también está relacionada con la mejora de la calidad del producto ofrecido.
4. En caso de los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 2, se aplicó la prueba estadística Rho de Spearman, donde el valor de significancia estadística (Bilateral) es de 0.00 menor a 0.05, lo cual indica que existe una influencia significativa. Así mismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman que mide el nivel o grado de influencia, según el resultado es de 0.472, que indica que el grado de influencia es

moderada o regular, de ello se desprende que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Entonces, el resultado de esta prueba permite afirmar que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la gestión de calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali.

5. En caso de los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 3, se aplicó la prueba estadística Rho de Spearman, donde el valor de significancia estadística (Bilateral) es de 0.00 menor a 0.05, lo cual indica que existe una influencia significativa. Así mismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman que mide el nivel o grado de influencia, según el resultado es de 0.419, que indica que el grado de influencia es moderada o regular, de ello se desprende que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Entonces, el resultado de esta prueba permite afirmar que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali. En efecto, la formación de una red de asociados permitirá a los productores mejorar la rentabilidad en sus negocios, como bien señala la literatura sobre la asociatividad.
6. En caso de los resultados obtenidos de la hipótesis específica N° 4, se aplicó la prueba estadística Rho de Spearman, donde el valor de significancia estadística (Bilateral) es de 0.00 menor a 0.05, lo cual indica que existe una influencia significativa. Así mismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman que mide el nivel o grado de influencia, según el resultado es de 0.481, que indica que el grado de influencia es

moderada o regular, de ello se desprende que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Entonces, el resultado de esta prueba permite afirmar que existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali.

#### **4.4. Aporte de la investigación**

Los resultados logrados en esta investigación fueron a través de una investigación minuciosa de recojo de información real a través de las encuestas aplicados a la red de productores de camu camu en Yarinacocha, por lo que las conclusiones obtenidas son verídicas, objetivas y fidedignas; por lo que se puede indicar con certeza científica que la asociatividad como estrategia se relaciona significativamente con la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018, esta incidencia es fuerte o alta, según los resultados estadísticos obtenidos.

## CONCLUSIONES

Después de analizar los datos de la investigación, se llegó a las siguientes conclusiones:

La asociatividad como estrategia se relaciona significativamente con la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali, 2018, tal como lo demuestran los resultados estadísticos obtenidos mediante la prueba estadística Rho de Spearman se evidencia que el grado de influencia es fuerte o alta (Coef. de Correl. 0.700) y la significancia estadística indica que existe una influencia significativa ( $p=0.00$ ).

La asociatividad como estrategia se relaciona significativamente con la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali, 2018, tal como lo demuestran los resultados estadísticos obtenidos mediante la prueba estadística Rho de Spearman se evidencia que el grado de influencia es débil o baja (Coef. de Correl. 0.333) y la significancia estadística indica que existe una influencia significativa ( $p=0.002$ ).

La asociatividad como estrategia se relaciona significativamente con la gestión de calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018, tal como lo demuestran los resultados estadísticos obtenidos mediante la prueba estadística Rho de Spearman se evidencia que el grado de influencia es moderada o regular (Coef. de



Correl. 0.472) y la significancia estadística indica que existe una influencia significativa ( $p= 0.00$ ).

La asociatividad como estrategia se relaciona significativamente con la rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali, 2018, tal como lo demuestran los resultados estadísticos obtenidos mediante la prueba estadística Rho de Spearman se evidencia que el grado de influencia es moderada o regular (Coef. de Correl. 0.419) y la significancia estadística indica que existe una influencia significativa ( $p= 0.00$ ).

La asociatividad como estrategia se relaciona significativamente con la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018, tal como lo demuestran los resultados estadísticos obtenidos mediante la prueba estadística Rho de Spearman se evidencia que el grado de influencia es moderada o regular (Coef. de Correl. 0.481) y la significancia estadística indica que existe una influencia significativa ( $p= 0.00$ ).

## **RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS**

Se recomienda que se asocien más productores de camu camu para superar las barreras de comunicación y de acceso a los mercados, ello les permitirá competir con los demás productores de la región.

La red de productores debe implementar programas de capacitación a sus asociados en relación a asistencia técnica para elevar la productividad, la competitividad así la venta y negociación del camu camu.

El Estado debe brindar apoyo a los productores facilitándoles el financiamiento o el creditaje para que fortalezcan su cadena de producción y así hacer posible la exportación del producto, tal que les permita tener competitividad en los mercados.

Promover el fortalecimiento de la competitividad a través de las cadenas de producción de camu camu en el distrito de Yarinacocha.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, M. y Buitrago, M. (2009). Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación, el caso de las pymes del sector textiles y confecciones en Bogotá. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Aeca, (1992). *Ventaja competitiva*. Indicadores de crecimiento.
- Aguilar, M. A. (2009). *La competitividad de la industria textil en México en un contexto de globalización 1985-2003*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/546/546.zip>.
- Alarcon, V. N. O. (2015). La asociatividad como estrategia de desarrollo competitivo para las pymes. 13-31.
- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica. (6ta. Ed.). Caracas, Venezuela. Episteme C.A.
- Becerra, F. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: aproximación técnica. *Innovar*
- Bernal, H. (2011). *Crecimiento micro Empresarial*. Colombia: Libertad.
- Bernal, T. C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (O. Fernández Palma, Ed.) (3ra. Ed.). Bogotá, Colombia. Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Bisquerra, A. R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid, España. La Muralla, S.A.
- Bonfiglio, G. y Agreda, V. (2014). *Lecciones Aprendidas sobre Asociatividad Agraria en el Perú*. Recuperado de <https://usmp.edu.pe/idp/wp-content/uploads/2017/05/Lecciones-aprendidas-sobre-asociatividad-4-4-14.pdf>.
- Buckley, Pass, Prescott y Deppreu (1990). *Triángulo de la competitividad*. Perfil de competitividad.

- Bustamante, S. (2007). *Asociaciones de municipios en Colombia. Su importancia, aproximaciones a un diagnóstico, propuestas para su fortalecimiento, casos seleccionados*. Federación Colombiana de Municipios. Bogotá.
- Cabrera, M. A. M., López, L. P. A., y Ramírez, M. C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Bogotá, Colombia. Universidad Central.
- Chávez, M. J. C. (2012). *Cadenas de valor, estrategias genéricas y competitividad: El caso de los productores de café orgánico del municipio de tanetze de zaragoza, Oaxaca* (tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Oaxaca. Oaxaca de Juárez, Oaxaca.
- Enriquez, A. (2011). *Estrategias de asociatividad*. Lima: Perú. PanchGarcía.
- Flores, F. J. (2016). *Factores que influyen en la rentabilidad económica de la producción del cultivo de camu camu en Yarinacocha – Ucayali, Campaña 2014 – 2015* (tesis de maestría). Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Perú.
- García, E. (2011). *Competitividad en el Perú. Diagnóstico, sectores a priorizar y lineamientos a seguir para el período 2011-2016. Globalización Competitividad y Gobernabilidad*.
- Gonzales, L. (2003). *Cooperación y empresa: Retos, presente y futuro: Proyectos de Cooperación UE-Perú*, Lima.
- Halten (1987). *Estrategia* [En línea] Recuperado de [http://vmleon.tripod.com/Planestrategica/ESTRATEGIA\\_concp.pdf](http://vmleon.tripod.com/Planestrategica/ESTRATEGIA_concp.pdf)
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., y Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a. Ed. --.). México D.F. McGraw-Hill.
- Huamán, P. (2014). *La asociatividad como factor principal en la productividad de las Mype formales de Huancayo, períodos 2009-2011* (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú.

- Juran, J. M. y Gryna, F. M. (1993). *Manual de Control de Calidad*. (4ta. Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana, 1993.
- Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. (4ta. Ed.). México: McGraw-Hill. P. 54.
- Koontz, H. (1994). *Estrategia, planificación y control*. (5ta. Ed.). Prentice-Hall Hispanoamérica.
- Laplane, M. (1996). *Estudio sobre competitividad. Productividad, Competitividad e Internacionalización de la Economía*. Colombia: Dane.
- Latorre, A. (2007). *La investigación-acción: conocer y cambiar la práctica educativa*. Barcelona, España. *Grao*.
- Ledesma, M. (2005). *Marketing agroindustrial: la cadena de valor en los agronegocios*. Buenos Aires, Argentina. *Ariel*.
- Liendo, M. y Martínez, A. (2001). *Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes*. Universidad Nacional de Rosario, Instituto de Investigaciones económicas. Recuperado de <http://www.fcecon.unr.edu.ar/investigación/jornadas/archivos/liendo asociativ01.pdf>
- López, C. (2003). *Redes empresariales. Experiencia en la región andina*. Perú. Minka.
- Magnazo, C. y Orchansky, C. (2007). *Estrategias asociativas para Micro y Pequeñas empresas*. Buenos Aires, Argentina. *Comunicación visual*.
- Mahmood, A. (2000). *Comparative versus competitive advantage and competitiveness in developing countries*. Calcuta: International Institute for Development Studies.
- Maldonado, R. G. M. (2012). *Determinantes e impactos de la asociatividad para el comercio justo: el caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010* (tesis de pregrado). Facultad de Gestión y Alta Dirección, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

- Mayan, J. M. (2001). *Essentials of Qualitative Inquiry*, Second Edition. Walnut Creek, Estados Unidos. *Left Coast Press Inc.*
- Méndez, N. y Vinasco, M. (2014). *Análisis de la competitividad de asociaciones de productores que prestan servicios ecoturísticos de los Municipios de San Agustín y Pitalito, Colombia* (tesis para optar el grado de Magister). Universidad Libre, Cali.
- Menguzatto y Renau (1995). *La dirección estratégica de la empresa, un enfoque innovador del Management*. S.P.I.
- Mincetur (2005). *Plan Estratégico Regional Exportador de Ucayali*. Mincetur.Perú.
- Olave, J. (2005). *Propuesta de un modelo asociativo de gestión exportadora a partir del análisis del sector de confecciones del departamento del Atlántico*. Colombia. Pensamiento y Gestión.
- Paitan, H. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. (4ta. Ed.). Bogotá, Colombia. Ediciones de la U.
- Poliak, R. (2001). *Asociatividad como grado de autonomía gerencial*. IDEA.
- Porter, M. (1985). *Competition in Global Industries*. Cambridge, Massachussets, Estados Unidos: Harvard University Press.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las Naciones*. Madrid, España. Plaza & Janés.
- Porter, M. (1995). ¿Qué es la competitividad?. *Revista de antiguos alumnos del IEEM*.
- Porter, M. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition: Harvard Business Review*. November, December.
- Porter, M. (2004). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México. *Compañía continental*.
- Quillahuamán, D. y Carasas, M. (2018). *La Asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las*

*cadena de producción de hortalizas en el Distrito de San Jerónimo, Cusco, 2015* (tesis para optar el grado de Maestro). Universidad Católica Sedes Sapientiae.

Real Academia Española (1993). *Diccionario en Español*. (6ta. Ed.)

Rosales, R. (1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes. SELA. Sexta jornada de Investigaciones en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística.

Ruiz, S. M. L. (2014). *Sostenibilidad de la oferta exportable del camu camu en la región Amazónica* (tesis de maestría). Facultad de Ciencias Contables. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.

Santiago, I. D. P., Cruz, C. B. C., Acevedo, M. J. A., Ruiz, M. A., y Maldonado, J. R. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 36(1), 1167-77.

Tafur, P. R. (2002). La Tesis Universitaria. Lima, Perú. *Mantaro*.

Tamayo, T. M. (2017). El proceso de la investigación Científica. (5ta. Ed.). México. *Limusa*.

Vargas, T. J. E, & Ticlla, O. E. (2012). *Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de san juan de lurigancho* (tesis de maestría). Escuela de Posgrado. Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.


Vegas, P. (2008). *Asociatividad Empresarial*. [En línea]. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/artesania/promoartesania/docs/Raul\\_Vela\\_Torres.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/artesania/promoartesania/docs/Raul_Vela_Torres.pdf).

Villares, H. (2014). *Asociatividad y productividad de las Pymes del Ecuador para el año 2010* (tesis para obtener el título de Maestría). Universidad Latinoamericana de Ciencias Sociales del Ecuador.

## ANEXOS

## Anexo 01. Matriz de Consistencia

## ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU CAMU- YARINACocha-UCAYALI 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>GENERAL</b> ¿De qué manera se relaciona la asociatividad como estrategia con la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha, Ucayali, 2018?</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali?</li> <li>¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y la Gestión de Calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali?</li> <li>¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali?</li> <li>¿Cuál es el nivel de relación entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali?</li> </ul>	<p><b>GENERAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018.</li> </ul> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali</li> <li>Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y la Gestión de Calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali</li> <li>Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali</li> <li>Determinar la relación entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali</li> </ul>	<p><b>GENERAL</b> Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali, 2018</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la productividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali</li> <li>Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la gestión de calidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali</li> <li>Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la rentabilidad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali</li> <li>Existe relación significativa entre la asociatividad como estrategia y la innovación tecnológica de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali.</li> </ul>	<p><b>VARIABLE 1</b></p> <p>Asociatividad como estrategia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cooperación</li> <li>Permanencia</li> <li>Transparencia</li> <li>Confianza</li> <li>Objetivo productivo</li> <li>Objetivo económico</li> <li>Objetivo comercial</li> <li>Objetivo organizacional</li> <li>Organización</li> <li>Participación</li> <li>Toma de decisiones</li> <li>Voluntariado</li> </ul>	<p><b>Paradigma:</b> Positivista <b>Método:</b> Hipotético - deductivo <b>Tipo:</b> Básico <b>Enfoque:</b> cuantitativo <b>Alcance:</b> Descriptivo correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental transversal</p> <p>El grafico representativo de este diseño es el siguiente:</p>  <p><b>Donde:</b></p> <p><b>M:</b> Muestra <b>r:</b> Correlación entre variables <b>O1:</b> Observación de la variable asociatividad <b>O2:</b> Observación de la variable competitividad</p> <p><b>Población:</b> 198 productores de camu camu.</p> <p><b>Muestra:</b> 82 productores de camu camu.</p>	<p><b>Técnicas de recolección</b></p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Técnica:</b> Análisis documental <b>Instrumento:</b> Fichas bibliográficas, hemerográficas y de contenido.</p> <p><b>b. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de Datos:</b></p> <p><b>Recogida de datos</b> Recojo de datos para la prueba piloto Recojo de datos en campo</p> <p><b>Procedimiento de análisis de datos</b> El tratamiento de los datos se realizará utilizando el programa SPSS y la hoja de cálculo Excel.</p> <p><b>Pruebas estadísticas</b> Se aplicarán las pruebas estadísticas seleccionadas, de acuerdo con la prueba de normalidad, para verificar el cumplimiento de las hipótesis.</p>
			<p><b>VARIABLE 2</b></p> <p>La Competitividad de los Productores de camu camu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rendimiento</li> <li>Tasa de producción</li> <li>Área de cultivo</li> <li>Certificaciones sanitarias</li> <li>Trazabilidad</li> <li>Normas de calidad</li> <li>Rentabilidad</li> <li>Costos</li> <li>Precios</li> <li>Innovación</li> <li>Capacitación</li> <li>Mejora de procesos</li> <li>Adopción de tecnología</li> </ul>		



## Anexo 02. Consentimiento informado

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimados señores miembros de la **Asociación de Productores de Camu Camu del distrito de Yarinacocha- Ucayali**, el propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación de una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **VITELIO ASENCIOS TARAZONA**, de la **Universidad Nacional Hermilio Valdizan- Huánuco**. El objetivo de este estudio es **determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali**.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en un cuestionario que se le entregará en físico. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Si alguna de las preguntas, durante el desarrollo del cuestionario, le parece incómoda, tiene usted el derecho de comunicárselo al investigador para su aclaración.

*Desde ya le agradecemos su participación.*

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **VITELIO ASENCIOS TARAZONA**. He sido informado (a) de que el objetivo de este estudio es **determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali**.

Me han indicado también, que debo responder unas preguntas y que puedo retirarme de la investigación o negarme a responder cuando yo lo considere necesario. He sido informado además del tiempo de mi participación en la entrevista.

Reconozco que la información que yo provea es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito diferente al de esta investigación. He sido informado que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento, sin que esto acarree perjuicio alguno para mí.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido.

---



<b>Escala Likert</b>		
0 = Nunca	1 = A veces	2 = Muchas veces
3 = Casi siempre		4 = Siempre

<b>N°</b>	<b>ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
9	¿Considera usted que la asociación tiene capacidad para negociar la adquisición de bienes y materiales para la organización?					
10	¿Considera usted que la red de productores realiza la promoción y la venta en conjunto en el mercado?					
11	¿Considera usted que la red de productores le ha permitido realizar con eficiencia sus contratos con clientes y proveedores?					
12	¿Considera usted que los socios de la red de productores intercambian información sobre costos y precios para vender los productos a un mejor precio?					
13	¿Considera usted que en la red de productores se llevan a cabo tareas productivas como siembra, cosecha, cultivo, ventas, y actividades para alcanzar los objetivos trazados?					
14	¿Considera usted que hay una participación permanente por parte de los socios en las actividades y tareas que desarrolla la red de productores?					
15	¿Considera usted que los socios toman decisiones para determinar cualquier actividad dentro de la red de productores?					
16	¿Considera usted que existe confianza entre los socios y directivos en la red de productores?					

<b>N°</b>	<b>COMPETITIVIDAD</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?					
2	¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado debido a que se han agrupado entre productores?					
3	¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?					
4	¿Considera usted que la red de productores cuenta con certificados de calidad de los productos ofrecidos al mercado?					
5	¿Considera usted que la red de productores realiza el seguimiento de las actividades agrícolas de sus productos?					
6	¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad en la siembra, el cultivo y la cosecha de sus productos?					
7	¿Considera usted que se han incrementado sus ganancias al formar parte de la red de productores?					
8	¿Considera usted que los gastos por producción y venta de los productos han disminuido al formar parte de la red de productores?					
9	¿Considera usted que la asociatividad le ha permitido manejar adecuadamente sus presupuestos?					
10	¿Considera usted que se han incorporado cambios en la siembra, recolección o comercialización de sus productos por haberse agrupado en la red de productores?					
11	¿Considera usted que formar parte de la red de productores le ha permitido mejorar sus conocimientos en el manejo del negocio?					
12	¿Considera usted que se han dado cambios en el modo de manejar su negocio al asociarse con otros productores?					
13	¿Considera usted que ser socio de la red de productores le ha permitido utilizar computadoras, internet, correo, chat, celular, etc. para mejorar su negocio?					

**Anexo 04: Validación de instrumento por Juicio de expertos**  
**Carta de presentación - 1**



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**HUÁNUCO - PERÚ**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



Lima, 22 de enero de 2019.

Magister/Doctor

*Bethy Quintana Tenorio*

Especialista en el área de investigación.

Presente.

ASUNTO: Validación de instrumento de investigación.

**Vitelio Asencios Tarazona**, identificado con DNI N° 22501043; en mi condición de estudiante de posgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, sección **Maestría en Gestión y Negocios**; **Solicito a usted su opinión profesional** para validar el instrumento del proyecto de investigación titulado:

**“ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU CAMU EN YARINACOCHA, UCAYALI 2018”**

Para tal efecto, acompaño los siguientes documentos:

1. *Instrumento de medición: Cuestionario*
2. *Matriz de consistencia.*
3. *Matriz de operacionalización de las variables*
4. *Criterios para la validación de los expertos*
5. *Ficha de validación de instrumento*

Agradecemos por anticipado su atención a la presente y aprovechamos la oportunidad para reiterarle nuestra consideración y estima personales.

Vitelio Asencios Tarazona

DNI N° 22501043

Ficha de validación de instrumento - 1



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
 HUÁNUCO - PERÚ  
 ESCUELA DE POSGRADO



**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Denominación del instrumento: Cuestionario de percepciones sobre la asociatividad y la competitividad en productores  
 Nombre del experto: ...Beñay... Quintana... Tenorio... Especialidad: ...Ks. To. d. g. ...  
 Grado: ..... Doctora ..... N° de celular: ..... 9999.5.7.4.5.3 ..... DNI: ..... 0.7.7.8.4.3.9.....

“Calificar con 1, 2, 3 o 4 cada ítem según criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
VI - DIMENSION 1: EFICIENCIA COLECTIVA	1. ¿Considera usted que hay un ambiente de cooperación entre los directivos y los socios dentro de la asociación?	4	4	4	4
	2. ¿Considera usted que los socios siempre participan en las acciones colectivas que desarrolla la asociación?	3	4	4	4
	3. ¿Considera usted que existe un manejo transparente de la gestión administrativa por parte de los miembros de la asociación?	4	3	4	3
	4. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación?	4	3	4	3
	5. ¿Considera usted que los socios al ser parte de la asociación de productores han mejorado su ingreso económico?	4	4	3	4
VI - DIMENSION 2: EFICACIA COLECTIVA	6. ¿Considera usted que la asociación ha logrado fuentes de financiamiento para mejorar la infraestructura en beneficio de la producción?	4	3	4	3
	7. ¿Considera usted que los productores han recibido capacitación y asistencia técnica en la producción?	4	4	3	3
	8. ¿Considera usted que los socios han recibido asesoría para participar en eventos comerciales tales como feria y rueda de negocios?	4	4	4	4
	9. ¿Considera usted que la asociación tiene la capacidad negociadora en la adquisición de bienes y materiales para la organización?	3	3	4	4



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO**



	10. ¿Considera usted que la asociación de productores realiza la promoción y la venta conjunta hacia el mercado?	4	4	4	3
	11. ¿Considera usted que la asociación de productores ha permitido desarrollar de manera eficiente sus contratos con clientes y proveedores?	3	4	4	3
	12. ¿Considera usted que los socios de la asociación de productores intercambian información comercial para vender los productos a un mejor precio?	4	4	4	4
	13. ¿Considera usted que dentro de la asociación se organiza y se coordinan las tareas y actividades para lograr los objetivos?	3	4	4	4
<b>V1 - DIMENSION 3: SINERGIA</b>	14. ¿Considera usted que hay una participación permanente por parte de los socios en las actividades y tareas que desarrolla la asociación de productores?	3	4	4	4
	15. ¿Considera usted que los socios toman decisiones para determinar cualquier actividad dentro de la asociación de productores?	4	4	4	3
	16. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación de productores?	3	4	3	4
	1. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?	4		3	3
<b>V2 - DIMENSION 1: PRODUCTIVIDAD</b>	2. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado producto de la asociatividad entre los productores?	3	4	4	3
	3. ¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?	4	3	4	4
	4. ¿Considera usted que la red de productores dispone de certificados de calidad de sus productos ofrecidos?	3	3	3	3
<b>V2 - DIMENSION 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>	5. ¿Considera usted que la red de productores realiza la trazabilidad de sus productos?	3	4	4	4
	6. ¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad a sus productos?	3	4	4	4
<b>V2 - DIMENSION 3:</b>	7. ¿Considera usted que ha mejorado la rentabilidad y la ganancia al formar parte de la asociación de productores?	4	4	4	4



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO**



RENTABILIDAD	8. ¿Considera usted que los costos de producción y comercialización ha mejorado al formar parte de la asociación de productores?	4	4	4	4
	9. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido manejar mejor sus presupuestos?	4	3	4	4
	10. comercialización de productos por la incorporación a la red de productores?	3	4	4	4
	11. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido incorporar conocimientos empresariales en la producción a través de la capacitación?	3	4	3	3
	12. ¿Considera usted que han variado las formas de gestionar su negocio por la acción asociativa entre los productores?	4	3	4	4
V2 - DIMENSION 4: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	13. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido usar tecnologías de información (computadoras, internet, correo, chat, celular, etc.) para gestionar su negocio?	4	4	4	4
	<b>PUNTAJE PARCIAL</b>	104	107	106	105
		105.5 = 91%			

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO (X) En caso de SI, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ( )

  
 -----  
 BETHY QUINTANA TENORIO  
 Doctora en Educación

\_\_\_\_\_  
Firma y Sello del experto

## Carta de presentación - 2



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



Lima, 22 de enero de 2019.

Magister/Doctor

*Lida. Marlene Fernández Monge*

Especialista en el área de investigación.

Presente.

ASUNTO: Validación de instrumento de investigación.

**Vitelio Asencios Tarazona**, identificado con DNI N° 22501043; en mi condición de estudiante de posgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, sección **Maestría en Gestión y Negocios**; **Solicito a usted su opinión profesional** para validar el instrumento del proyecto de investigación titulado:

**“ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU CAMU EN YARINACOCHA, UCAYALI 2018”**

Para tal efecto, acompaño los siguientes documentos:

1. *Instrumento de medición: Cuestionario*
2. *Matriz de consistencia.*
3. *Matriz de operacionalización de las variables*
4. *Criterios para la validación de los expertos*
5. *Ficha de validación de instrumento*

Agradecemos por anticipado su atención a la presente y aprovechamos la oportunidad para reiterarle nuestra consideración y estima personales.

Vitelio Asencios Tarazona

DNI N° 22501043



Ficha de validación de instrumento – 2



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN  
HUÁNUCO – PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación del instrumento: Cuestionario de percepciones sobre la asociatividad y la competitividad en productores  
 Nombre del experto: LIDA MARLENE FERNÁNDEZ MONGE Especialidad: METODOLOGÍA  
 Grado: M.A.G.I.S.T.E.R. N° de celular: 990149835 DNI: 10167870

“Calificar con 1, 2, 3 o 4 cada ítem según criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
V1 - DIMENSION 1: EFICIENCIA COLECTIVA	1. ¿Considera usted que hay un ambiente de cooperación entre los directivos y los socios dentro de la asociación?	4	4	4	4
	2. ¿Considera usted que los socios siempre participan en las acciones colectivas que desarrolla la asociación?	3	4	4	3
	3. ¿Considera usted que existe un manejo transparente de la gestión administrativa por parte de los miembros de la asociación?	4	3	4	3
	4. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación?	3	3	3	3
	5. ¿Considera usted que los socios al ser parte de la asociación de productores han mejorado su ingreso económico?	3	4	4	4
V1 - DIMENSION 2: EFICACIA COLECTIVA	6. ¿Considera usted que la asociación ha logrado fuentes de financiamiento para mejorar la infraestructura en beneficio de la producción?	4	4	3	3
	7. ¿Considera usted que los productores han recibido capacitación y asistencia técnica en la producción?	4	3	4	4
	8. ¿Considera usted que los socios han recibido asesoría para participar en eventos comerciales tales como feria y rueda de negocios?	3	3	4	4
	9. ¿Considera usted que la asociación tiene la capacidad negociadora en la adquisición de bienes y materiales para la organización?	3	4	3	3



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN**  
**HUÁNUCO - PERÚ**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



	10. ¿Considera usted que la asociación de productores realiza la promoción y la venta conjunta hacia el mercado?	4	4	4	4
	11. ¿Considera usted que la asociación de productores ha permitido desarrollar de manera eficiente sus contratos con clientes y proveedores?	4	3	4	3
	12. ¿Considera usted que los socios de la asociación de productores intercambian información comercial para vender los productos a un mejor precio?	4	3	3	4
	13. ¿Considera usted que dentro de la asociación se organiza y se coordinan las tareas y actividades para lograr los objetivos?	4	4	3	4
	14. ¿Considera usted que hay una participación permanente por parte de los socios en las actividades y tareas que desarrolla la asociación de productores?	4	3	4	3
	15. ¿Considera usted que los socios toman decisiones para determinar cualquier actividad dentro de la asociación de productores?	4	3	4	4
	16. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación de productores?	3	3	4	3
	1. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?	4	4	3	3
	2. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado producto de la asociatividad entre los productores?	3	4	3	3
	3. ¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?	4	3	4	3
	4. ¿Considera usted que la red de productores dispone de certificados de calidad de sus productos ofrecidos?	4	4	3	4
	5. ¿Considera usted que la red de productores realiza la trazabilidad de sus productos?	4	4	4	3
	6. ¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad a sus productos?	4	4	4	3
	7. ¿Considera usted que ha mejorado la rentabilidad y la ganancia al formar parte de la asociación de productores?	4	3	3	4
<b>V1 - DIMENSION 3: SINERGIA</b>					
<b>V2 - DIMENSION 1: PRODUCTIVIDAD</b>					
<b>V2 - DIMENSION 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>					
<b>V2 - DIMENSION 3:</b>					



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO**



RENTABILIDAD	8. ¿Considera usted que los costos de producción y comercialización ha mejorado al formar parte de la asociación de productores?	4	4	4	4
	9. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido manejar mejor sus presupuestos?	4	4	3	3
	10. comercialización de productos por la incorporación a la red de productores?	4	4	4	4
	11. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido incorporar conocimientos empresariales en la producción a través de la capacitación?	4	3	4	4
	12. ¿Considera usted que han variado las formas de gestionar su negocio por la acción asociativa entre los productores?	3	3	3	4
V2 - DIMENSION 4: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	13. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido usar tecnologías de información (computadoras, internet, correo, chat, celular, etc.) para gestionar su negocio?	3	4	4	3
	<b>PUNTAJE PARCIAL</b>	107	103	105	101
		$104 = 89,7\%$			

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO ( ) En caso de SI, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_  
 El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ( )

**DECISIÓN DEL EXPERTO:**

*[Firma]*  
 Mgtr. Lidia Mollina-Fernández Monge  
 Esp. en Educación e Investigación

**Firma y Sello del experto**

## Carta de presentación - 3



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



Doctor

Erick Guittou Lozano

ESPECIALISTA EN EL ÁREA DE INVESTIGACIÓN.

Presente.

**ASUNTO:** Validación de instrumento de investigación.

**Vitelio Asencios Tarazona**, identificado con DNI N° 22501043; en mi condición de Egresado de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, **Maestría en GESTIÓN Y NEGOCIOS**; **Solicito a usted su opinión profesional** para validar el instrumento del proyecto de investigación titulado:

**“ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU CAMU EN YARINACOCHA, UCAYALI 2018”**

Para tal efecto, acompaño los siguientes documentos:

1. *Instrumento de medición: Cuestionario*
2. *Matriz de consistencia.*
3. *Matriz de operacionalización de las variables*
4. *Criterios para la validación de los expertos*
5. *Ficha de validación de instrumento*

Agradecemos por anticipado su atención a la presente y aprovechamos la oportunidad para reiterarle nuestra consideración y estima personales.

**Vitelio Asencios Tarazona**

DNI N° 22501043

### Ficha de validación de instrumento - 3



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



#### FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación del instrumento: Cuestionario de percepciones sobre la asociatividad y la competitividad en productores  
Nombre del experto: ERICK GUTTON LOZANO ..... Especialidad: ING. EN INFO. DE SISTEMAS .....  
Grado: DOCTOR EN GESTION EMPRESARIAL ..... N° de celular: 965826292 ..... DNI: 30423981 .....

"Calificar con 1, 2, 3 o 4 cada ítem según criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad"

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
V1 - DIMENSION 1: EFICACIA COLECTIVA	1. ¿Considera usted que hay un ambiente de cooperación entre los directivos y los socios dentro de la asociación?	4	4	3	3
	2. ¿Considera usted que los socios siempre participan en las acciones colectivas que desarrolla la asociación?	3	4	4	3
	3. ¿Considera usted que existe un manejo transparente de la gestión administrativa por parte de los miembros de la asociación?	4	3	4	3
	4. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación?	3	4	4	3
	5. ¿Considera usted que los socios al ser parte de la asociación de productores han mejorado su ingreso económico?	3	3	4	3
V1 - DIMENSION 2: EFICACIA COLECTIVA	6. ¿Considera usted que la asociación ha logrado fuentes de financiamiento para mejorar la infraestructura en beneficio de la producción?	4	3	4	4
	7. ¿Considera usted que los productores han recibido capacitación y asistencia técnica en la producción?	3	4	4	3
	8. ¿Considera usted que los socios han recibido asesoría para participar en eventos comerciales tales como feria y rueda de negocios?	3	4	3	4
	9. ¿Considera usted que la asociación tiene la capacidad negociadora en la adquisición de bienes y materiales para la organización?	3	4	3	3



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**HUÁNUCO - PERÚ**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



	10. ¿Considera usted que la asociación de productores realiza la promoción y la venta conjunta hacia el mercado?	3	4	3	3
	11. ¿Considera usted que la asociación de productores ha permitido desarrollar de manera eficiente sus contratos con clientes y proveedores?	3	3	3	4
	12. ¿Considera usted que los socios de la asociación de productores intercambian información comercial para vender los productos a un mejor precio?	4	3	3	4
	13. ¿Considera usted que dentro de la asociación se organiza y se coordinan las tareas y actividades para lograr los objetivos?	4	3	3	3
	14. ¿Considera usted que hay una participación permanente por parte de los socios en las actividades y tareas que desarrolla la asociación de productores?	3	3	4	3
	15. ¿Considera usted que los socios toman decisiones para determinar cualquier actividad dentro de la asociación de productores?	3	3	4	3
	16. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación de productores?	4	3	3	4
	1. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?	3	4	3	4
<b>V2 - DIMENSION 1: PRODUCTIVIDAD</b>	2. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado producto de la asociatividad entre los productores?	4	4	3	4
	3. ¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?	4	3	4	3
	4. ¿Considera usted que la red de productores dispone de certificados de calidad de sus productos ofrecidos?	3	4	3	4
<b>V2 - DIMENSION 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>	5. ¿Considera usted que la red de productores realiza la trazabilidad de sus productos?	4	3	4	3
	6. ¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad a sus productos?	3	4	3	3
<b>V2 - DIMENSION 3:</b>	7. ¿Considera usted que ha mejorado la rentabilidad y la ganancia al formar parte de la asociación de productores?	3	4	3	4



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO**



RENTABILIDAD	8. ¿Considera usted que los costos de producción y comercialización ha mejorado al formar parte de la asociación de productores?	4	3	3	3
	9. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido manejar mejor sus presupuestos?	3	4	4	3
	10. comercialización de productos por la incorporación a la red de productores?	4	3	3	4
	11. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido incorporar conocimientos empresariales en la producción a través de la capacitación?	4	3	4	4
	12. ¿Considera usted que han variado las formas de gestionar su negocio por la acción asociativa entre los productores?	3	4	3	4
	13. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido usar tecnologías de información (computadoras, internet, correo, chat, celular, etc.) para gestionar su negocio?	3	4	4	4
	<b>PUNTAJE PARCIAL</b>	<b>99</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
				<b>100.25 = 86.46%</b>	

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO  En caso de Si, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** El instrumento debe ser aplicado: SI  NO ( )

**Dr. ERICK GUITTON LOZANO**  
Doctor en Gestión Empresarial

Firma y Sello del experto

## Carta de presentación - 4



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



Doctor:

Keneth Reátegui del Águila

ESPECIALISTA EN EL ÁREA DE INVESTIGACIÓN.

Presente.

**ASUNTO:** Validación de instrumento de investigación.

**Vitelio Asencios Tarazona**, identificado con DNI N° 22501043; en mi condición de Egresado de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, **Maestría en GESTIÓN Y NEGOCIOS**; **Solicito a usted su opinión profesional** para validar el instrumento del proyecto de investigación titulado:

**"ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU CAMU EN YARINACOCHA, UCAYALI 2018"**

Para tal efecto, acompaño los siguientes documentos:

1. *Instrumento de medición: Cuestionario*
2. *Matriz de consistencia.*
3. *Matriz de operacionalización de las variables*
4. *Criterios para la validación de los expertos*
5. *Ficha de validación de instrumento*

Agradecemos por anticipado su atención a la presente y aprovechamos la oportunidad para reiterarle nuestra consideración y estima personales.

**Vitelio Asencios Tarazona**

DNI N° 22501043



Ficha de validación de instrumento – 4



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN  
HUÁNUCO – PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación del instrumento: Cuestionario de percepciones sobre la asociatividad y la competitividad en productores  
Nombre del experto: KENETH RENTEGUI DEL AGUILA Especialidad: INGENIERO AGRÓNOMO  
Grado: P.D. AGRICULTURA SUSTENTABLE N° de celular: 952909128 DNI: 00120053

"Calificar con 1, 2, 3 o 4 cada ítem según criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad"

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
V1 - DIMENSION 1: EFICACIA COLECTIVA	1. ¿Considera usted que hay un ambiente de cooperación entre los directivos y los socios dentro de la asociación?	3	3	4	3
	2. ¿Considera usted que los socios siempre participan en las acciones colectivas que desarrolla la asociación?	3	3	2	3
	3. ¿Considera usted que existe un manejo transparente de la gestión administrativa por parte de los miembros de la asociación?	4	3	3	3
	4. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación?	2	3	4	4
	5. ¿Considera usted que los socios al ser parte de la asociación de productores han mejorado su ingreso económico?	4	3	3	4
V1 - DIMENSION 2: EFICACIA COLECTIVA	6. ¿Considera usted que la asociación ha logrado fuentes de financiamiento para mejorar la infraestructura en beneficio de la producción?	3	3	2	3
	7. ¿Considera usted que los productores han recibido capacitación y asistencia técnica en la producción?	3	4	4	3
	8. ¿Considera usted que los socios han recibido asesoría para participar en eventos comerciales tales como feria y rueda de negocios?	4	4	3	4
	9. ¿Considera usted que la asociación tiene la capacidad negociadora en la adquisición de bienes y materiales para la organización?	3	3	3	3



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



	10. ¿Considera usted que la asociación de productores realiza la promoción y la venta conjunta hacia el mercado?	4	3	4	3
	11. ¿Considera usted que la asociación de productores ha permitido desarrollar de manera eficiente sus contratos con clientes y proveedores?	4	3	3	4
	12. ¿Considera usted que los socios de la asociación de productores intercambian información comercial para vender los productos a un mejor precio?	2	3	3	4
	13. ¿Considera usted que dentro de la asociación se organiza y se coordinan las tareas y actividades para lograr los objetivos?	3	2	3	4
	14. ¿Considera usted que hay una participación permanente por parte de los socios en las actividades y tareas que desarrolla la asociación de productores?	3	3	4	3
	15. ¿Considera usted que los socios toman decisiones para determinar cualquier actividad dentro de la asociación de productores?	3	3	3	3
	16. ¿Considera usted que hay un ambiente de confianza entre los socios y directivos dentro de la asociación de productores?	3	3	4	4
	1. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?	4	3	3	4
	2. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado producto de la asociatividad entre los productores?	4	3	3	4
	3. ¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?	3	3	3	3
	4. ¿Considera usted que la red de productores dispone de certificados de calidad de sus productos ofrecidos?	3	4	4	3
	5. ¿Considera usted que la red de productores realiza la trazabilidad de sus productos?	4	4	3	3
	6. ¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad a sus productos?	3	4	3	3
	7. ¿Considera usted que ha mejorado la rentabilidad y la ganancia al formar parte de la asociación de productores?	3	3	4	4
<b>V1 - DIMENSION 3: SINERGIA</b>					
<b>V2 - DIMENSION 1: PRODUCTIVIDAD</b>					
<b>V2 - DIMENSION 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>					
<b>V2 - DIMENSION 3:</b>					



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**HUÁNUCO - PERÚ**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



RENTABILIDAD	8. ¿Considera usted que los costos de producción y comercialización ha mejorado al formar parte de la asociación de productores?	4	4	3	3
	9. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido manejar mejor sus presupuestos?	3	3	3	2
	10. comercialización de productos por la incorporación a la red de productores?	3	3	3	3
V2 - DIMENSION 4: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	11. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido incorporar conocimientos empresariales en la producción a través de la capacitación?	3	2	4	3
	12. ¿Considera usted que han variado las formas de gestionar su negocio por la acción asociativa entre los productores?	4	3	3	3
	13. ¿Considera usted que la asociatividad ha permitido usar tecnologías de información (computadoras, internet, correo, chat, celular, etc.) para gestionar su negocio?	4	4	3	4
	<b>PUNTAJE PARCIAL</b>	<b>96</b>	<b>92</b>	<b>94</b>	<b>97</b>
		<b>94.75 =</b>	<b>81.68%</b>		

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO (X) En caso de SI, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ( )

  
**PH.D. KENETH REATEGUI DEL AGUILA**  
 Doctor en Agricultura Sustentable

Firma y Sello del experto





**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**HUÁNUCO - PERÚ**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



	11. ¿Considera usted que la red de productores le ha permitido realizar con eficiencia sus contratos con clientes y proveedores?	4	4	4	4
	12. ¿Considera usted que los socios de la red de productores intercambian información sobre costos y precios para vender los productos a un mejor precio?	4	4	4	4
<b>V1 - DIMENSION 3: SINERGIA</b>	13. ¿Considera usted que en la red de productores se llevan a cabo tareas productivas como siembra, cosecha, cultivo, ventas, y actividades para alcanzar los objetivos trazados?	4	4	4	4
	14. ¿Considera usted que hay una participación permanente por parte de los socios en las actividades y tareas que desarrolla la red de productores?	4	4	4	4
	15. ¿Considera usted que los socios toman decisiones para determinar cualquier actividad dentro de la red de productores?	4	4	4	4
	16. ¿Considera usted que existe confianza entre los socios y directivos en la red de productores?	4	4	4	4
<b>V2 - DIMENSION 1: PRODUCTIVIDAD</b>	1. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha aumentado a partir de un trabajo colectivo de los socios en asociatividad?	4	4	4	4
	2. ¿Considera usted que la cantidad de producción ha mejorado debido a que se han agrupado entre productores?	4	4	4	4
	3. ¿Considera usted que el área de cultivo del producto ha mejorado debido a la asociatividad de los productores?	4	4	4	4
	4. ¿Considera usted que la red de productores cuenta con certificados de calidad de los productos ofrecidos al mercado?	4	4	4	4
<b>V2 - DIMENSION 2: GESTIÓN DE CALIDAD</b>	5. ¿Considera usted que la red de productores realiza el seguimiento de las actividades agrícolas de sus productos?	4	4	4	4
	6. ¿Considera usted que la red de productores aplica normas de calidad en la siembra, el cultivo y la cosecha de sus productos?	4	4	4	4
<b>V2 - DIMENSION 3: RENTABILIDAD</b>	7. ¿Considera usted que se han incrementado sus ganancias al formar parte de la red de productores?	4	4	4	4
	8. ¿Considera usted que los gastos por producción y venta de los productos han disminuido al formar parte de la red de productores?	4	4	4	4



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO - PERÚ  
ESCUELA DE POSGRADO



V2 - DIMENSION 4: INNOVACION TECNOLOGICA	9. ¿Considera usted que la asociatividad le ha permitido manejar adecuadamente sus presupuestos?	4	4	4
	10. ¿Considera usted que se han incorporado cambios en la siembra, recolección o comercialización de sus productos por haberse agrupado en la red de productores?	4	4	4
	11. ¿Considera usted que formar parte de la red de productores le ha permitido mejorar sus conocimientos en el manejo del negocio?	4	4	4
	12. ¿Considera usted que se han dado cambios en el modo de manejar su negocio al asociarse con otros productores?	4	4	4
	13. ¿Considera usted que ser socio de la red de productores le ha permitido utilizar computadoras, internet, correo, chat, celular, etc. para mejorar su negocio?	4	4	4
<b>PUNTAJE PARCIAL</b>		16	16	16
			464	100%

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO (X) En caso de SI, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:**

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ( )

  
 PERCY REYES JAVIER  
 INGENIERO EN  
 INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
 Reg. CIP N° 50454

  
 PERCY REYES JAVIER  
 INGENIERO AGRÓNOMO  
 Reg. CIP N° 50454

\_\_\_\_\_  
Firma y Sello del experto

## **NOTA BIOGRAFICA**

VITELIO ASENCIOS TARAZONA, Ingeniero Industrial de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan (UNHEVAL) aspirante a la Maestría en Gestión y Negocios con mención en Gestión de Proyectos en la UNHEVAL, egresado de la Maestría de Ingeniería de Alimentos con mención en Ingeniería Agroindustrial de la Universidad Nacional Agraria de la Selva (UNAS), Doctorando en Administración en la Universidad Nacional de Ucayali (UNU).

Docente nombrado en la Escuela Profesional de Ingeniería Agroindustrial en la Universidad Nacional Intercultural de la Amazonía (UNIA) y habiendo también desarrollado docencia universitaria en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan (UNHEVAL), ULADECH y Universidad Privada de Pucallpa, en materias relacionadas a Análisis Económico e Inversión Pública, Gestión de Operaciones y Diseño de Procesos Agroindustriales.

Actualmente desarrolla investigación en el ámbito de Bionegocios y Aprovechamiento de Recursos y Residuos Agroindustriales.

---



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

Huánuco - Perú

ESCUELA DE POSGRADO

Campus Universitario, Pabellón V "A" 2do. Piso - Cayhuayna  
Teléfono 514780 - Pág. Web. [www.posgrado.unheval.edu.pe](http://www.posgrado.unheval.edu.pe)



### ACTA DE DEFENSA DE TESIS DE MAESTRO

En el Aula 202 de la Escuela de Posgrado, siendo las 17:30h, del día lunes 01 DE JULIO DE 2019 ante los Jurados de Tesis constituido por los siguientes docentes:

Dr. Ewer PORTOCARRERO MERINO	Presidente
Dr. Gerardo GARAY ROBLES	Secretario
Dr. Fermin MONTESINOS CHAVEZ	Vocal

**Asesor de Tesis:** Dr. Amulfo ORTEGA MALLQUI (Resolución N° 01898-2018-UNHEVAL/EPG-D)

El aspirante al Grado de Maestro en Gestión y Negocios, mención en Gestión de Proyectos, Don, Vitelio ASENCIOS TARAZONA.

Procedió al acto de Defensa:

Con la exposición de la Tesis titulado: "ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU CAMU EN YARINACOCHA, UCAYALI 2018".

Respondiendo las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y público asistente.

Concluido el acto de defensa, cada miembro del Jurado procedió a la evaluación del aspirante al Grado de Maestro, teniendo presente los criterios siguientes:

- Presentación personal.
- Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y recomendaciones.
- Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado y público asistente.
- Dicción y dominio de escenario.

Así mismo, el Jurado plantea a la tesis las observaciones siguientes:

*NINGUNAS.*

Obteniendo en consecuencia el Maestría la Nota de *Diecisiete* (17)  
Equivalente a *Muy Bueno*, por lo que se declara *Aprobado*  
(Aprobado ó desaprobado)

Los miembros del Jurado firman el presente ACTA en señal de conformidad, en Huánuco, siendo las *18:50* horas del 01 de julio de 2019.

*[Firma]*  
PRESIDENTE

DNI N° *41532301*

*[Firma]*  
SECRETARIO

DNI N° *22429490*

*[Firma]*  
VOCAL

DNI N° *02248441*

Legenda:  
19 a 20: Excelente  
17 a 18: Muy Bueno  
14 a 16: Bueno

(Resolución N° 01814-2018-UNHEVAL/EPG-D)



## AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA DE POSGRADO

### 1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL:

**Apellidos y Nombres:** ASENCIOS TARAZONA VITELIO  
**DNI:** 2250143 **Correo electrónico:** v.asencios@gmail.com  
**Teléfonos:** Celular: 996737034 Casa: 061-597198

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS:

POSGRADO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maestría en Gestión y Negocios</li> <li>• Mención en Gestión de Proyectos</li> </ul>

#### Grado Académico obtenido:

MAESTRO

#### Título de la Tesis:

ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA RED DE PRODUCTORES DE CAMU CAMU EN YARINACocha-UCAYALI,2018

#### Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor (es):

Marcar (X)	Categoría de Acceso	Descripción del Acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, más no al texto completo

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional - UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya(n) marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

( ) 1 año      ( ) 2 años      ( ) 3 años      ( ) 4 años

Luego del periodo señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Pillco Marca, 12 de julio de 2019


---

**VITELIO ASENCIOS TARAZONA**  
 AUTOR