

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y LA
COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA INDUSTRIA
ALIMENTARIA HUACARIZ S.A.C., CAJAMARCA,
2022”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración

Autoras:

Noemi Mariela Cerquin Cusquisiban
Carol Mirabay Ximena De La Cruz Huatay

Asesor:

Mg. Raul Santiago Bacigalupo Lago
<https://orcid.org/0000-0003-2645-8629>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Rafael Andrés Trucíos Maza	10734277
Presidente (a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Sarai Nelly Samán Chingay	45650843
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Carlos Alberto Pastor Casas	18089419
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación se la dedico primeramente a Dios, por ser mi guía, mi fortaleza y mi compañero en todos los días y noches de estudio.

También se la dedico a mi papá Manuel Cerquin por ser mi inspiración, recuerdo sus palabras cuando yo era una niña diciendo que siempre lograré todas mis metas y seré el orgullo de la familia. Ahora ver su cara de satisfacción al saber que lo estoy logrando me hace sentir feliz de haber cumplido uno de sus sueños.

A mi madre María Cusquisiban por estar siempre presente, por su amor infinito y por el apoyo incondicional en todos estos años.

A mi hermana menor Nicoll Cerquin por ser mi alma gemela, mi regalo de Dios, hoy puedo decirle que, con amor y perseverancia, pero sobre todo con Dios todo es posible.

Quiero que sepan que los quiero con todo mi corazón y aunque nunca hemos sido muy afectuosos sé que siempre estaremos para apoyarnos. Tendremos altos y bajos, pero siempre juntos como familia.

Mariela Cerquin

El presente proyecto de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de mi formación profesional.

También a mis padres Néstor y Esperanza por su amor y apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida, gracias por inculcarme en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer en las adversidades porque de la mano de Dios todo es posible.

Así mismo a toda mi familia, porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra manera me acompañan en todos mis sueños.

Finalmente, dedico esta tesis a mi tía, Orfelinda De La Cruz, por su amor y apoyo incondicional en todo el proceso de mi desarrollo profesional, gracias infinitas por ser una segunda mamá.

Ximena De La Cruz

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme inteligencia y fuerzas para no rendirme durante todo este camino.

También agradezco a mis padres por todo el trabajo, sacrificio, apoyo y amor incondicional en todos estos años, pero sobre todo por confiar y creer siempre en mí.

A mi hermana, por apoyarme y alegrarme en esos días malos, gracias por ser simplemente la mejor hermana del mundo.

A mi querida universidad por darme tantos años de alegría, logros y buenos compañeros.

A mi asesor Raúl Bacigalupo por su guía y paciencia, y por estar dispuesto a brindarnos todos sus conocimientos y enseñanzas para realizar dicho proyecto.

A mi querida amiga y compañera Ximena de la Cruz, gracias por todos estos años de amistad, tantos altos y bajos, pero siempre supimos salir adelante con ayuda de Dios, y ahora estamos aquí juntas culminando una etapa más de nuestras vidas.

Mariela Cerquin

Quiero expresar mi gratitud infinita a Dios, quien a lo largo de este camino ha llenado mi vida de bendiciones profesionales y personales, guiándome y brindándome fuerza, amor y sabiduría para sobresalir en los momentos difíciles.

A mis padres, por ser mi pilar fundamental, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

También, expreso mi reconocimiento a la universidad y a los docentes por brindarme las oportunidades necesarias para crecer profesionalmente. En especial a mi asesor Raúl Bacigalupo por guiar esta investigación con su experiencia y profesionalismo siendo parte del objetivo alcanzado.

A mi querida amiga y compañera Mariela Cerquin, por su apoyo incondicional a lo largo de estos 7 años que nos conocemos, por facilitarme los caminos y darme la confianza sin pedir nada a cambio y sin dudar de mi capacidad.

Ximena De La Cruz

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	7
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Formulación del problema	28
1.3. Objetivos	28
1.4. Hipótesis general	29
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	30
CAPÍTULO III: RESULTADOS	39
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	61
REFERENCIAS	67
ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Validación de expertos.....	35
Tabla 2 Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach.	35
Tabla 3 Resumen de procesamiento de casos.....	36
Tabla 4 Estadísticas de Fiabilidad.	36
Tabla 5 Distribución de frecuencias de la variable Asociatividad Empresarial.....	39
Tabla 6 Distribución de frecuencias de la Dimensión Gestión Organizacional.....	41
Tabla 7 Distribución de frecuencias de la Dimensión Gestión de Recursos.	42
Tabla 8 Distribución de frecuencias de la Dimensión Trabajo en equipo.	44
Tabla 9 Distribución de frecuencias de la Variable Competitividad.	45
Tabla 10 Distribución de frecuencias de la Dimensión Productividad.	47
Tabla 11 Distribución de frecuencias de la Dimensión Rentabilidad.	48
Tabla 12 Distribución de frecuencias de la Dimensión Estrategias.....	50
Tabla 13 Pruebas de normalidad.	51
Tabla 14 Grado de relación según coeficiente de correlación.	54
Tabla 15 Correlación entre Asociatividad Empresarial y Competitividad.	55
Tabla 16 Correlación entre Gestión Organizacional y Competitividad.....	57
Tabla 17 Correlación entre Gestión de Recursos y Competitividad.	58
Tabla 18 Correlación entre Trabajo en equipo y Competitividad.	60
Tabla 19 Pregunta 1. La empresa Industria Alimentaria Huacariz publica los objetivos organizacionales....	82
Tabla 20 Pregunta 2. La empresa Industria Alimentaria Huacariz publica los objetivos organizacionales....	83
Tabla 21 Pregunta 3. En la empresa Industria Alimentaria Huacariz se programan reuniones de participación de todos los productores de leche.....	84
Tabla 22 Pregunta 4. La empresa Industria Alimentaria Huacariz distribuye sus recursos lecheros adecuadamente.	85
Tabla 23 Pregunta 5. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le otorga un soporte técnico.	86

Tabla 24 Pregunta 6. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz asiste en la calidad de producción de leche.....	87
Tabla 25 Pregunta 7. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz fomenta el compañerismo.	88
Tabla 26 Pregunta 8. Existe comunicación cordial entre todos los productores de leche asociados a la empresa Industria Alimentaria Huacariz.	89
Tabla 27 Pregunta 9. Existe compromiso de cumplir con los objetivos la asociación con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.	90
Tabla 28 Pregunta 10. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz gestiona bien sus recursos.	91
Tabla 29 Pregunta 11. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz cumple con los plazos.	92
Tabla 30 Pregunta 12. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le ayuda a cumplir sus metas de producción.....	93
Tabla 31 Pregunta 13. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le genera beneficios.	94
Tabla 32 Pregunta 14. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es rentable.....	95
Tabla 33 Pregunta 15. La producción de leche ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.	96
Tabla 34 Pregunta 16. La cantidad del ganado de vacas ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.....	97
Tabla 35 Pregunta 17. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite diversificar.	98
Tabla 36 Pregunta 18. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite integrarse con otros productores de leche.....	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama de investigación Correlacional.....	31
Figura 2 Gráfico de barras de la distribución de frecuencias de la variable Asociatividad Empresarial	40
Figura 3 Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Gestión Organizacional.....	41
Figura 4 Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Gestión de Recursos	43
Figura 5 Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Trabajo en Equipo	44
Figura 6 Gráfico de barras de la distribución de frecuencias de la variable Competitividad	46
Figura 7 Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Productividad	47
Figura 8 Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Rentabilidad	49
Figura 9 Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Estrategias	50
Figura 10 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 1.....	82
Figura 11 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 2.....	83
Figura 12 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 3.....	84
Figura 13 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 4.....	85
Figura 14 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 5.....	86
Figura 15 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 6.....	87
Figura 16 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 7.....	88
Figura 17 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 8.....	89
Figura 18 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 9.....	90
Figura 19 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 10.....	91
Figura 20 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 11.....	92
Figura 21 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 12.....	93
Figura 22 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 13.....	94
Figura 23 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 14.....	95
Figura 24 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 15.....	96
Figura 25 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 16.....	97

Figura 26 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 17. 99

Figura 27 Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 18. 100

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022. La metodología de investigación es de tipo básica, con un enfoque de estudio cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional, que responde a un diseño no experimental y según el alcance temporal es una investigación de corte transversal. La población estuvo constituida por la Asociación de productores de leche, durante el periodo 2022, según la Cámara de Comercio de Cajamarca, están inscritos 120 productores de leche y la muestra es de 92. La técnica utilizada es la encuesta, y el instrumento de recolección de datos es un cuestionario de elaboración propia, el cual ha sido validado por el juicio de tres expertos profesionales. Se obtuvo una confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0,974. Los resultados han sido analizados en el programa estadístico SPSS versión 28, los cuáles han sido obtenidos entre las variables de Asociatividad Empresarial y Competitividad que arrojaron Rho Spearman 0,895 con un valor de significancia de 0,000. Se concluye que existe una relación positiva muy alta entre las dos variables de estudio.

PALABRAS CLAVES: Asociatividad Empresarial, Competitividad.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between Business Association and Competitiveness in the company Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022. The research methodology is basic, with a quantitative study approach, descriptive correlational level, which It responds to a non-experimental design and according to the temporal scope it is a cross-sectional investigation. The population was constituted by the Association of milk producers, during the period 2022, according to the Chamber of Commerce of Cajamarca, 120 milk producers are registered and the sample is 92. The technique used is the survey, and the collection instrument data is a self-made questionnaire, which has been validated by the judgment of three professional experts. A Cronbach's Alpha reliability of 0,974 was obtained. The results have been analyzed in the statistical program SPSS version 25, which have been obtained between the variables of Business Associativity and Competitiveness that yielded Rho Spearman 0,895 with a significance value of 0,000. It is concluded that there is a very high positive relationship between the two study variables.

Keywords: Business Association, Competitiveness.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

A nivel mundial, las nuevas tendencias de la economía se están basando en el arte del compartir, en Estados Unidos de Norteamérica las multinacionales se están apoyando en modelos de colaboración interempresarial para aumentar o mejorar su productividad y competitividad bajo enfoque del modelo de Asociatividad empresarial o economía colaborativa. Estos modelos surgen a raíz de las crisis económicas, y sumado a la falta de financiamiento, generando la necesidad en las empresas de trabajar de modo colaborativo, con el fin de crear una ventaja competitiva sostenible (Liendo y Martínez, 2001).

En países tales como Austria y Noruega, existen modelos de colaboración en donde las empresas se asocian con otras empresas para obtener objetivos estratégicos comunes en donde trabajando individualmente no podrían lograrlo, el modelo de colaboración entre empresas tiene un sinónimo y se define como asociatividad empresarial (Grueso, Gómez y Garay, 2009).

Por otra parte, países como Japón y China, experimentan un crecimiento y dinamismo importantes, apoyados por la demanda y atractivos precios en los mercados internacionales, entre los sectores productivos más destacados encontramos a la tecnología, específicamente a la fabricación de microprocesadores como uno de sus productos estrella, quienes lideran el ranking de exportación tecnológica. Sin embargo, para que todo este desarrollo y crecimiento sea sostenible en el tiempo, debe estar acompañado de una importante inversión tanto pública como privada, así como también mejorar la infraestructura, tecnología y demás factores relacionados al desarrollo y la competitividad.

En Latinoamérica, Gutiérrez (2012) menciona que, en Colombia las micro y pequeñas empresas carecen de una cultura asociativa, debido a que no hay un contexto que favorezca la formación de redes de trabajo en las que se asocien las empresas entre sí, con el Estado y con otros organismos e instituciones. Si se busca trascender las situaciones de crisis con la menor cantidad de heridos, será necesario construir un contexto de confianza entre las empresas que permita desarrollar un modelo colaborativo. La asociatividad implica relaciones de largo plazo, reglas de juego claras, financiación, toma de riesgos que no se pueden concretar si no hay escenarios propicios. Por lo tanto, el desafío es generar, en nuestro país, un ambiente que favorezca la asociación de empresas.

Para la problemática de estudio se ha observado, un proceso de globalización que busca promover una cooperación empresarial con el objetivo de fortalecer capacidades a todo nivel y generar competitividad; es por ello que, las pequeñas y medianas empresas han desempeñado un papel significativo, demostrando su aportación en el crecimiento económico, así como en la generación de empleos. Por ello es necesario un enfoque que genere ventajas competitivas para las empresas que les permita expandir su mercado. Las pequeñas y medianas empresas presentan problemas de capacidad de negociación y dificultades para la atracción de financiamiento y capital social, así como deficiencias en la estructura organizacional. Ante esta problemática, se plantea de asociatividad empresarial como estrategia para la competitividad.

En el Perú, según Llenque (2019) los factores que impiden que las empresas se desarrollen y crezcan en el mercado son tres: falta de confianza, rechazo a la asociatividad y espera a que el estado resuelva sus problemas. Los rubros que más se han incrementado en

los últimos cinco años son el agroindustrial, manufactura y servicios, por ende, los aspectos que deben fortalecer las empresas son la confianza entre ellas y la asociatividad, esta última muy importante para afrontar la demanda del mercado. Por otra parte, las micro y pequeñas empresas de las ciudades del Perú, han atravesado por una crisis económica debido a que la competencia ha aumentado considerablemente, por ende se puede decir que existe demanda por una mayor calidad de los productos, lo que incluye que estén estandarizados, que puedan demostrar trazabilidad e inocuidad y, en general, que tengan mejores propiedades físicas, ante ellos las micro y pequeñas empresas no están preparadas para asumir grandes cambios y aplicar las nuevas técnicas de gestión de calidad, del mismo modo carecen de cultura de asociación; sin embargo, fomentar la asociatividad no es suficiente, por ello el estado también debe acompañar a las MYPE para que logren los estándares de calidad necesarios para su inserción en la formalidad.

El presente informe sigue la línea de investigación, según Resolución Rectoral N° 090-2020-UPN-SAC, acerca de desarrollo sostenible y gestión empresarial, en la sub línea de Responsabilidad Social Empresarial (Universidad Privada del Norte, 2020).

En la ciudad de Cajamarca, se encuentra la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C, la cual cuenta con más de 15 años en el mercado, ofreciendo gran variedad de productos derivados de los lácteos, desde leche, yogurt, quesos, natillas, entre otros. Se realizó un análisis FODA a la empresa Huacariz (Cancino, 2019), en donde se muestra que, en sus fortalezas tiene infraestructura adecuada, buen ambiente de trabajo, funciones laborales bien definidas, retroalimentación constante entre el equipo de trabajo, reuniones de área cada dos semanas, controles diarios de inventarios. En oportunidades tiene reducción

de tiempos de atención, reutilización de mermas, mejor taller de reparaciones. Como debilidades presenta poca experiencia del personal, inconsistencia entre inventario físico y del sistema, personal de mantenimiento insuficiente y como amenazas propone alto nivel de rotación de personal administrativo, retrasos en recibir información, presupuesto limitado, pedidos fuera de horario, cancelación de pedidos a última hora.

Sin embargo, la empresa no tiene conocimiento acerca de la asociatividad en el nivel de gestión empresarial, gestión de recursos y trabajo en equipo con respecto a la competitividad, es decir desconoce el tema de las tendencias globales y modernas de la asociatividad, por ello se debe actualizar y perfeccionar los conocimientos para poder aplicar un modelo asociativo que permita mejorar el nivel competitivo de la empresa.

Con respecto a los antecedentes a nivel internacional, (Altamirano, 2019) en Ambato, Ecuador, realizó una investigación titulada “La asociatividad, un análisis del desarrollo competitivo de las pymes pertenecientes al Frente de Uniones - Ecuador Soberano de la ciudad de Ambato”, tesis para obtener el título de Ingeniería Financiera en la Universidad Técnica de Ambato. El objetivo fue analizar el impacto de la Asociatividad en el desarrollo competitivo del Frente de Uniones - Ecuador Soberano de la ciudad de Ambato para emitir criterios que fortalezcan el manejo de este sistema, con un enfoque crítico que permitió determinar e identificar a nivel descriptivo su desarrollo competitivo. La metodología fue cualitativa, exploratorio y descriptivo – correlacional, la población estuvo conformada por 1350 socios que conforman el Frente de Uniones Ecuador Soberano, con una muestra de 104 directivos representantes. Se concluye que la Asociatividad se encuentra relacionada directamente con el Desarrollo Competitivo de las Pymes pertenecientes a Ecuador Soberano

– Mercado Mayorista Textil de la ciudad de Ambato, debido a que el valor de Chi cuadrado de Pearson es de 10,308 con una significancia de 0,006 el mismo que es menor a 0,05.

(Pavón, 2020), en San Antonio de Ibarra, Imbabura, Ecuador, investigó “Estrategias competitivas de los micro, pequeños y medianos talleres que elaboran artesanías en madera, de San Antonio De Ibarra, Imbabura, Ecuador”, en la revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. El objetivo fue determinar la correlación entre la asociatividad o cooperación empresarial y la competitividad de los micro, pequeños y medianos talleres que elaboran artesanías en madera en San Antonio de Ibarra, Imbabura, Ecuador. La investigación fue de alcance descriptivo - correlacional. La muestra no probabilística fue de 348 talleres. Existió una ínfima correlación entre la cooperación empresarial y la competitividad de los micro, pequeños y medianos talleres que elaboran artesanías en madera, con significancia de 0,135, y r de Pearson = 0,083.

(Prado, 2018), en Obregón – México, realizo una investigación titulada “Competitividad y asociatividad empresarial en pequeñas y medianas empresas del sector comercio en Ciudad Obregón”, tesis para obtener la maestría en Gestión Organizacional, en el Instituto Tecnológico de Sonora. El objetivo fue determinar de qué manera influye la asociatividad empresarial en la competitividad de PYMES en Ciudad Obregón en el sector comercio, como una forma de crear ventaja competitiva en el mercado. La investigación tendrá un enfoque cuantitativo - correlacional, de diseño no experimental. La población fue de 861 dueños o gerentes que se encarguen de la administración de empresas que entran en la categoría de Pyme de acuerdo a la clasificación que hace el Directorio Económico Nacional de Unidades Económicas. Se concluye que existe una relación significativa entre

ambas variables al ser mayor que el error permitido (0.05), se rechaza la hipótesis de independencia y se asume que las dos variables están relacionadas, de igual manera por su cercanía a la media aceptable de 0.5. Por lo tanto, se puede decir que la asociatividad esta correlacionada en un 20.3% a la variable dependiente que es la competitividad de las Pymes en Ciudad Obregón.

En los antecedentes nacionales, (Velaochaga, 2020) en Lima - Perú, investigó “Relación entre la Asociatividad y la Competitividad Empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral - Lima, Periodo 2020”, tesis para obtener el grado de Licenciatura en Administración en la Universidad de San Martín de Porres. Tuvo como objetivo general determinar la manera en que la asociatividad se relaciona con la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral - Lima, periodo 2020. El diseño fue explicativo y enfoque cuantitativo. La población fue de 108 pequeños productores de mandarina. La técnica utilizada fue la encuesta, el instrumento fue un cuestionario. La investigación concluyó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,646$), por lo que la asociatividad se relaciona de manera directa y significativa con la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina.

En la ciudad de Chimbote, Perú, el autor Llenque (2019), realizó una investigación titulada “Gestión de calidad en la asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la red de fabricantes de bicicletas de la ciudad de Lima, 2018”, tesis para obtener el título de Contador Público en la Universidad Señor de Sipán. El objetivo fue determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad en la asociatividad y la

competitividad de la red de fabricantes de bicicletas de la ciudad de Lima, 2018, la metodología fue No experimental, de tipo descriptivo – correlacional, la población estuvo conformada por todas las micro, pequeñas y medianas empresas del sector metalmeccánico fabricante de bicicletas que operan en la ciudad de Lima. Concluye que, la Gestión de calidad en la asociatividad y la competitividad se relacionan, debido a que después de aplicar el método estadístico para la contratación de hipótesis, se obtuvo un valor $p= 0,002 < 0,05$, por ende, se acepta la hipótesis general del trabajo de investigación, y su coeficiente de correlación según Spearman es de 0,831, el cual significa que existe una correlación positiva muy fuerte.

(Gonzalez, 2018) en Lima - Perú, realizó una investigación titulada “La importancia de la asociatividad y su influencia en el desarrollo sostenible de los productores cacaoteros de la provincia de Los Ríos del Ecuador: propuesta de un plan estratégico para una asociación cacaotera”, tesis para obtener el grado académico de Doctor en Ciencias Administrativas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Bajo el objetivo de determinar en qué medida la asociatividad influye en el desarrollo sostenible de los productores cacaoteros de la provincia de Los Ríos del Ecuador. La metodología fue cuantitativa - explicativo, de diseño no experimental, transeccional correlacional, la población estuvo conformada por 2538 productores cacaoteros de la provincia de Los Ríos del Ecuador, con una muestra de 334 productores. Se concluye que, la asociatividad influye significativamente en el desarrollo sostenible de los productores cacaoteros de la provincia de Los Ríos del Ecuador, debido a que los valores obtenidos (estadístico exacto de Fisher con un nivel de significancia de 0,00 [menor a 0.05] y el coeficiente rho de Spearman de

0,531), demostraron que las variables tienen una asociación estadísticamente significativa y que existe una correlación positiva moderada.

En las bases teóricas con respecto a la variable Asociatividad Empresarial, Arce (2006) conceptualiza que, es un mecanismo de cooperación entre individuos o empresas pequeñas 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. Además, esta asociatividad surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización.

Según Rosales (1997), la asociatividad es un componente cooperativo entre empresas que consiste en que, de manera individual cada empresa conserva su autonomía jurídica y su independencia gerencial, decidiendo por su propia voluntad la colaboración en un esfuerzo mancomunado, con otros partícipes para lograr un objetivo conjunto.

Para Mansfield (1997) la asociatividad es comprometerse en cooperación de dos o más personas mediante la identificación de objetivos comunes que permite formar grandes grupos para así realizar una gestión empresarial, con el fin de generar un propósito común y sea encaminado a cumplir la gestión de recursos y se vincule a dicha asociación; esto se llevará a cabo con un trabajo en equipo de la asociación para que tenga fortalezas para no decaer en el ámbito comercial y en el mercado globalizado.

Las dimensiones de la variable Asociatividad Empresarial son: Gestión Organizacional, Gestión de Recursos y Trabajo en Equipo.

Para la dimensión Gestión Organizacional, Rodríguez (2017) refiere que es como un conjunto de prácticas y estrategias que conducen a un modelo de negocio a resultados positivos al logro de objetivos organizacionales. Además, la gestión organizacional es responsable de definir la participación y promover el control y la asignación adecuada de recursos, ya sean financieros, materiales, tecnológicos o humanos. La gestión, cuando se hace bien, es lo que mantiene a la empresa funcionando de manera organizada y armoniosa. Es a través de la gestión de alto nivel que la empresa puede ser más competitiva, productiva y sostenible, a través del logro de los objetivos organizacionales, participación, trabajo en equipo gestión por resultados, gestión basada en procesos, entre otros.

Se han considerado los siguientes indicadores:

Objetivos organizacionales. - Chiavenato y Sapiro (2017) mencionan que, un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual; por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado.

Participación. - Bravo (2008) refiere que, la gestión de la participación de los interesados del proyecto, se realiza durante el proceso de ejecución. Este proceso se relaciona con las partes interesadas del proyecto con la finalidad de satisfacer las necesidades, problemas de dirección y la participación de los interesados. Al mismo tiempo, se busca una correcta aplicación del plan de gestión de los interesados y del registro de incidentes. El objetivo es que dichos interesados se impliquen, participen en el proyecto. Además, que sean tratados de forma correcta y adecuada al nivel de participación en el proyecto.

En la dimensión Gestión de Recursos, Chiavenato (2009) indica que es el proceso de planificación, programación y distribución de los recursos y actividades del equipo para generar rentabilidad. Los recursos pueden abarcar desde el equipamiento y los fondos económicos hasta las herramientas técnicas y el volumen de trabajo de los empleados. En definitiva, todo lo que sea útil para concretar tu proyecto.

Se han considerado los siguientes indicadores:

Distribución de los recursos. - Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) refieren que, la dirección estratégica permite que los recursos se distribuyan de acuerdo con las prioridades establecidas por los objetivos anuales. Nada podría ser más dañino para la dirección estratégica y el éxito de la empresa que los recursos se distribuyeran de manera incongruente con las prioridades indicadas por los objetivos anuales aprobados.

Soporte técnico. - (Chavez & Rimac, 2021) conceptualiza, es una asistencia que brindan las empresas para que sus clientes puedan hacer uso de sus productos o servicios. Con la finalidad de ayudar a los usuarios para que puedan resolver ciertos problemas.

Y por último la dimensión Trabajo en Equipo, Alles (2005) menciona que es una evolución cualitativa de los grupos de trabajo. El compañerismo es una manera organizada de trabajar de las personas, con el fin de alcanzar metas comunes, llegando a la satisfacción de los trabajadores. En el trabajo en equipo las habilidades de los integrantes son complementarias, mantienen una responsabilidad individual y mutua, además de un marcado compromiso común por los objetivos. Generan una sinergia positiva a través del esfuerzo coordinado de sus integrantes. Como resultado, logran mayor rendimiento, productividad y satisfacción personal

Se ha considerado los siguientes indicadores:

Compañerismo. - Según Chiavenato (2009) el compañerismo es la actitud de quienes se acompañan y se apoyan entre sí para lograr algún fin. Compañerismo se denomina también esta clase de vínculo entre compañeros, así como la situación de armonía y buena correspondencia entre ellos.

Compromiso. - (CESPYM, 2019) se define como la capacidad que tiene el ser humano para tomar conciencia de la importancia que tiene cumplir con el desarrollo de su trabajo dentro del tiempo estipulado para ello.

Las bases conceptuales para la variable Competitividad según Gutiérrez Pulido (2014) conceptualiza que, puede definirse como su capacidad para ofrecer un producto más barato o de mayor calidad, o cualquier combinación de ambos factores. En un contexto de competencia perfecta, implica vender el producto homogéneo a precios de mercado, pero con menores costes de producción, lo cual se traduce en mayores beneficios. La falta de competitividad se asocia con la incapacidad de competir ni en precio ni en calidad, lo cual suele ser sinónimo de quiebra y desaparición de la empresa. Además, refiere que, la competitividad está determinada por la productividad con que un país usa sus recursos.

Porter (2002) menciona que, la competitividad depende de la calidad y singularidad de los bienes y servicios y de la eficiencia con la que ellos se producen. Es un proceso de largo plazo que resulta en la prosperidad de los individuos y de la sociedad en su conjunto. Además, competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos,

conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico.

En la variable Competitividad, las dimensiones son: Productividad, Rentabilidad y Estrategias.

En la dimensión Productividad, según Porter (2002) es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También, puede definirse como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos generando eficiencia y eficacia: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. La productividad evalúa la capacidad de un sistema para elaborar los productos que son requeridos y a la vez el grado en que aprovechan los recursos utilizados, es decir, el valor agregado. Una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes o servicios resulta en una mayor para la capacidad de rentabilidad para la empresa.

Se ha considerado los siguientes indicadores:

Eficiencia. - Se define como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo o cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos (Porter, 2002, p.45).

Eficacia. - Es el nivel de consecución de metas y objetivos. La eficacia hace referencia a nuestra capacidad para lograr lo que nos proponemos (Porter, 2002, p.52).

En la dimensión Rentabilidad, según Hellriegel, Jackson, y Slocum (2009) es un margen beneficio promedio de la empresa por la totalidad de las inversiones realizadas con el fin de mostrar la rentabilidad del activo. La rentabilidad económica compara el resultado que se ha obtenido con el desarrollo de la actividad de la empresa con las inversiones que se ha realizado para obtener dicho resultado.

Se ha considerado los siguientes indicadores:

Margen de beneficio. - (García, 2017) señala que es la diferencia entre el precio de venta de un producto o servicio y los costes de producción o adquisición de un artículo.

Y por último la dimensión Estrategias, según Contreras (2013) conceptualiza que, la estrategia se constituye en un aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, con la integración de nuevas empresas y la diversificación con nuevas alianzas de asociación. Asimismo, la estrategia es una apuesta en un mundo globalizado en el que las empresas luchan por lograr mantenerse en el mercado utilizando todas las herramientas que poseen, estableciendo políticas flexibles y agresivas de gestión que les permitan posicionarse y tener continuidad en el futuro.

Se ha considerado los siguientes indicadores:

Crecimiento. - es el progreso que experimenta una compañía en ámbitos de rentabilidad, desarrollo de productos, número de clientes y posicionamiento de marca. (Orellana, 2020)

Integración. - (Westreicher, 2020) define, es el proceso y resultado de mantener unidas las partes de un todo. Puede ser aplicable en diversos ámbitos, como el social, político y económico.

La justificación práctica de la investigación, se evidencia por la necesidad de conocer las tendencias globales de la asociatividad y la competitividad en empresas del sector lácteo, y a partir de ello, actualizar y perfeccionar los conocimientos para evaluar un modelo asociativo que permita mejorar el nivel competitivo de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C y, por ende, su productividad.

Así mismo, la justificación teórica es mediante la aplicación de las teorías y definiciones de asociatividad y competitividad basadas en libros, artículos científicos, antecedentes y revistas indexadas, para apoyar y dar sustento al estudio.

La justificación metodológica de esta investigación se basa en el empleo de técnicas e instrumentos fiables con el fin de recopilar información que mida la relación entre la asociatividad empresarial y la competitividad, con ello el aporte que genera esta investigación es de ampliar la visión de las variables estudiadas para consolidar un análisis más profundo respecto a estas.

Finalmente se justifica socialmente, porque brindará información a todo el sector empresarial que desee conocer como debe ser la asociatividad además de conocer de manera integral la competitividad a nivel de Cajamarca.

1.2. Formulación del problema

¿Existe relación entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?

Problemas específicos

¿Existe relación entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?

¿Existe relación entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?

¿Existe relación entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?

1.3. Objetivos

Determinar la relación entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Objetivos específicos

Determinar la relación entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Determinar la relación entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Determinar la relación entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

1.4. Hipótesis general

Existe relación directa y significativa entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Hipótesis específicas

Existe relación directa y significativa entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Existe relación directa y significativa entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Existe relación directa y significativa entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo de investigación

La investigación fue básica, porque en efecto no está interesada por un objetivo económico, su motivación es la simple curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevos conocimientos, es como dicen otros el amor de la ciencia por la ciencia; se dice que es básica por qué sirve de cimiento a la investigación aplicada o tecnológica; y fundamental porque es esencial para el desarrollo de la ciencia (Hernández et al, 2014).

El enfoque del estudio fue cuantitativo, pues utiliza la recolección de datos y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis formuladas previamente, además confía en la medición de variables e instrumentos de investigación, con el uso de la estadística descriptiva e inferencial, en tratamiento estadístico y la prueba de hipótesis; la formulación de hipótesis estadísticas, el diseño formalizado de los tipos de investigación; el muestro, entre otros. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Según el alcance temporal, fue una investigación transversal, pues se realizó en un tiempo único y la recolección de la información se hizo en un solo momento. Siendo su propósito describir variables y analizar la interrelación en un momento dado (Hernández et al, 2014).

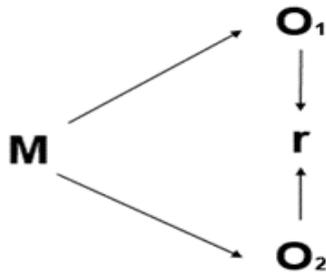
El Diseño de la investigación, fue No experimental, pues se llevó a cabo sin manipulación de las variables. En este diseño, la población muestral es observada en su ambiente natural y en su realidad, no se somete a ninguna manipulación (Hernández et al, 2014).

Los estudios correlacionales tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico (Hernández et al, 2014). La investigación buscó determinar la relación de la Asociatividad empresarial y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C. Es necesario aclarar, que en un principio la investigación tendrá un carácter descriptivo, esto implica una descripción de las variables, por ende, la investigación en ese punto es de carácter descriptivo, después tiene un carácter correlacional, al establecer la relación entre las dos variables de estudio, así como con sus dimensiones.

El esquema correlacional, se muestra a continuación:

Figura 1

Diagrama de investigación Correlacional.



Nota: Donde: M: muestra (Asociación de productores de leche), O1: Variable 1: Asociatividad empresarial, O2: Variable 2: Competitividad, r: relación entre ambas variables.

Población y muestra

La población puede ser definida como el total de las unidades de estudio, que contienen las características requeridas, para ser consideradas como tales. Estas unidades pueden ser personas, objetos, conglomerados, hechos o fenómenos, que presentan las características requeridas para la investigación. (Ñaupas, Mejía, Novoa, y Villagómez, 2014). La población estuvo constituida por la Asociación de productores de leche, durante el periodo 2022, según la Cámara de Comercio de Cajamarca, están inscritos 120 productores de leche. La muestra es una porción de la población que por lo tanto tienen las características necesarias para la investigación, es suficientemente clara para que no haya confusión alguna. (Ñaupas et al., 2014).

Asimismo, Ñaupas menciona que: “El muestreo es un procedimiento que permite la selección de las unidades de estudio que van a conformar la muestra, con la finalidad de recoger los datos requeridos por la investigación que se desea realizar”. Además, el muestreo como tal, comprende en primer lugar una serie de etapas que necesariamente se deben respetar para garantizar la confianza y no sesgar el trabajo con una muestra. En segundo lugar, los tipos de muestreo que se pueden utilizar en función a la exigencia de la naturaleza de la investigación. El tipo de muestreo es aleatorio, la asignación aleatoria o al azar de los participantes a los grupos de la investigación. La asignación al azar asegura probabilísticamente cada individuo de la población tiene la misma probabilidad de ser tomado en la muestra. (Hernández et al., 2014).

Para elegir el tamaño de la muestra, Se utilizó el muestreo de tipo probabilístico para poblaciones finitas, con la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = es el tamaño de la muestra; Z= es el nivel de confianza: 95% = 1.96; p= es la variabilidad positiva (0.5); q= es la variabilidad negativa (0.5); N= es el tamaño de la población; E= es la precisión o el error (0.05)

Entonces:

$$n = \frac{(120) * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(120-1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 92$$

Por tanto, la muestra para el estudio estuvo conformada por 92 productores de leche, durante el periodo 2022.

a. Criterios de Inclusión

Productores durante el periodo julio – diciembre 2021 inscritos en la Cámara de Comercio de Cajamarca.

b. Criterios de exclusión

Productores fuera del periodo julio – diciembre 2021.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica para la recolección de datos en la investigación fue la encuesta. Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, neutrales o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga. Por consiguiente, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información, de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento (Ñaupas et al., 2014).

El instrumento de recolección de datos es un cuestionario elaborado por los investigadores de la presente indagación. Para el recojo de la información se utilizó un cuestionario el cual se muestra en el Anexo 3. Por las restricciones ocasionadas por la pandemia Covid – 19, se realizó la encuesta mediante Google Forms, donde los productores de leche han dado respuesta de manera virtual. El cuestionario estuvo constituido por 18 ítems en total. Las respuestas a los ítems se establecieron con la escala de Likert del 1 al 5.

Validación del instrumento de recolección de datos

Por validez se entiende como el “Grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (Hernández et al., 2014). Se procedió con la validación por juicio de expertos. En la tabla 1, se observa la validación del instrumento de investigación por parte de 3 docentes expertos de la Universidad Privada del Norte.

Tabla 1

Validación de expertos.

N.º	Expertos (grado y nombres)	Calificación	Opinión
E1	Mg. Vásquez Díaz Liliana Elizabeth	47/50	Válido, aplicar
E2	Mg. Cáceres Iglesias Paulo César	49/50	Válido, aplicar
E3	Mg. Lupe Yovani Gallardo Pastor	47/50	Válido, aplicar

Nota. Elaboración propia.

Confiabilidad

En la siguiente tabla se presenta la interpretación de los resultados del coeficiente de alfa de Cronbach:

Tabla 2

Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach.

INTERVALO AL QUE PERTENECE EL COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH	VALORACIÓN DE LA FIABILIDAD DE LOS ÍTEMS ANALIZADOS
[0; 0,5]	Inaceptable
[0,5; 0,6]	Pobre
[0,6; 0,7]	Débil
[0,7; 0,8]	Aceptable
[0,8; 0,9]	Bueno
[0,9; 1]	Excelente

Nota. Fuente: (Chávez & Rodríguez, 2018)

En la prueba piloto se obtuvo 0,974, siendo excelente. Por confiabilidad se entiende como el “Grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (Hernández et al., 2014).

Al tener completa las respuestas de los encuestados, se procedió a calcular nuevamente Alfa de Cronbach con las 92 encuestas. En la tabla 3 se muestra que la totalidad de datos son válidos. En la tabla 4 se evidencia el resultado de Alfa de Cronbach de 0,974 que es muy cercano a 1, por lo cual se afirma que la confiabilidad del instrumento de investigación es excelente.

Tabla 3

Resumen de procesamiento de casos.

		N	%
Casos	Válido	92	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	92	100,0

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

Tabla 4

Estadísticas de Fiabilidad.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,974	18

Nota. Elaboración propia. Fuente: SPSS

Procedimiento de recolección de datos

Se inicia con la revisión de los conceptos teóricos de las variables para determinar las dimensiones. A partir de la definición de las dimensiones se determinaron los indicadores. Una vez definidos los indicadores se procedió a redactar los ítems del instrumento de recolección de datos de la presente investigación. Posteriormente se calculó el Alfa de Cronbach para determinar su confiabilidad. Acto seguido se solicitó la validación mediante el juicio de 3 expertos en investigación y en el campo que abarca las variables de estudio. Así es como quedó listo para su aplicación a la muestra seleccionada.

Procedimiento de tratamiento y análisis de datos

Según (Berrio et al, 2015) el tratamiento y análisis de datos, se refiere a los procedimientos a implementar para tratar y/o reducir la información. En una investigación se pueden combinar diversos tipos de tratamientos de datos, depende de la naturaleza o tipo de información.

En la investigación los datos obtenidos fueron procesados para su respectivo análisis estadístico inferencial mediante el software Microsoft office Excel y SPSS ver. 28. Para determinar si los datos obtenidos provenían de una distribución normal, se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov por tener más de 50 elementos. Para cumplir con los objetivos de determinaron las correlaciones con Rho de Spearman. los datos fueron presentados en tablas y figuras para su posterior comprensión e interpretación. Para interpretar los resultados de las correlaciones, se presenta la tabla 2 con los rangos de valor.

Aspectos éticos

Se está citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas en esta investigación, respetando así los derechos de autor. También se cuenta con la autorización de la empresa en estudio para recolectar la información necesaria, dicha información será usada solo con fines académicos, se basa en el método científico y sin dejar de lado valores que un investigador debe observar; todos los resultados se presentan sin alterar datos reales. Cabe señalar que se informó a los productores encuestados que la información solicitada es para fines estrictamente académicos.

Así mismo, se ha considerado el código de ética del investigador Científico (Universidad Privada de Norte, 2016), teniendo como relevancia el respeto a la autonomía, responsabilidad, integridad científica. Con los principios éticos de humanidad, justicia, igualdad, veracidad y trabajo en equipo. Además, como política anti-plagio se considera la originalidad de la investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos luego de tabular y procesar los datos al aplicar la encuesta a la muestra. Para tener un orden de presentación, se inicia con el Análisis de Confiabilidad del instrumento de investigación, acto seguido se presenta la validez del cuestionario por 3 expertos docentes investigadores de la Universidad Privada del Norte. Posteriormente se exponen los resultados de la estadística de las variables y de sus dimensiones. Finalmente, se exhiben los resultados de la estadística inferencial la cual contiene las pruebas de normalidad de las variables y el análisis correlacional. Se esta manera se alcanzan los objetivos de la investigación.

Estadística descriptiva de las variables y de sus dimensiones

Los resultados obtenidos al tabular y procesar los datos, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 5

Distribución de frecuencias de la variable Asociatividad Empresarial.

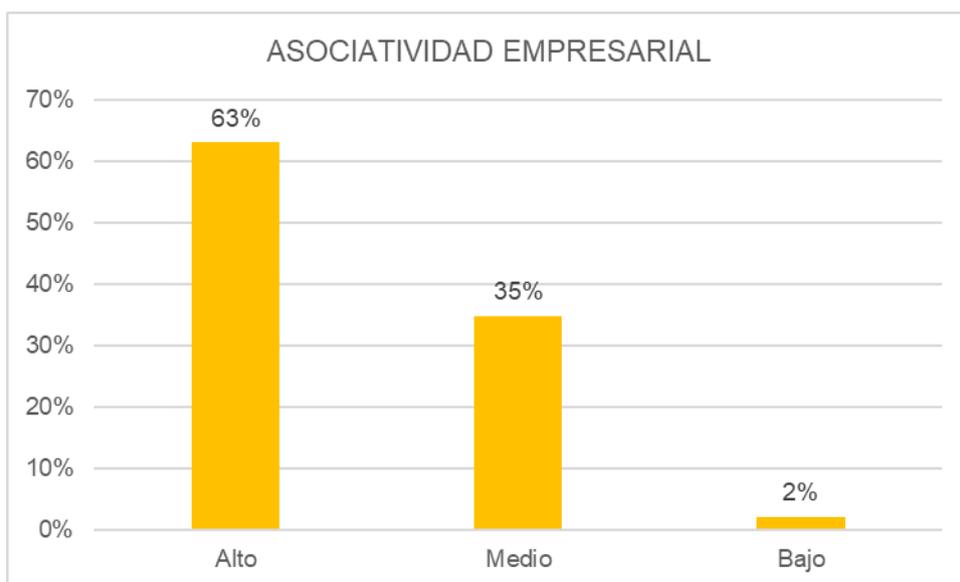
Rango	Frecuencia	%
Alto	58	63%
Medio	32	35%
Bajo	2	2%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 2

Gráfico de barras de la distribución de frecuencias de la variable Asociatividad Empresarial.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 5 y figura 2, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la variable Asociatividad Empresarial por rangos alto, medio y bajo. El 63% de los productores de leche del valle de Cajamarca consideran que la Asociatividad Empresarial tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en la Gestión Organizacional, en la Gestión de Recursos y en el Trabajo en Equipo. Así mismo, el 35% de los productores de leche indican que la Asociatividad Empresarial tiene una importancia media, y el 5% que tienen poca importancia.

Tabla 6

Distribución de frecuencias de la Dimensión Gestión Organizacional.

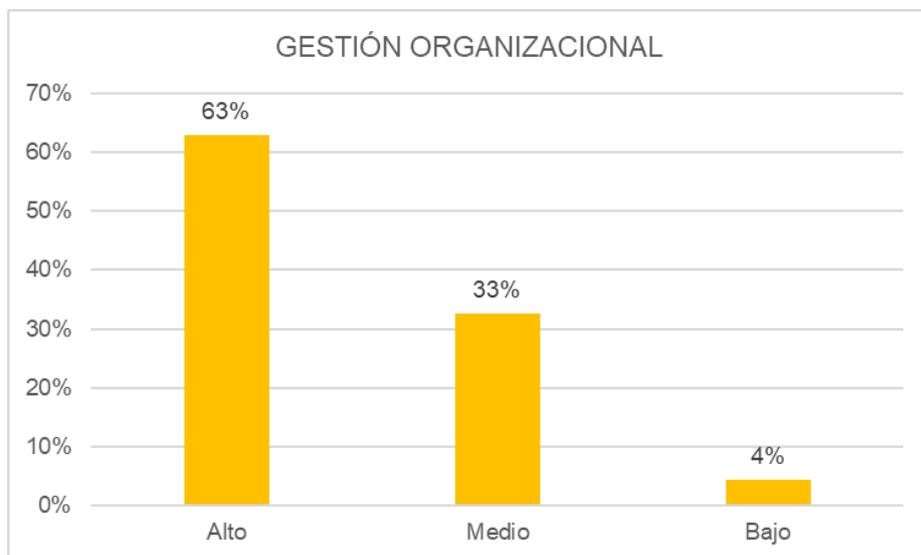
Rango	Frecuencia	%
Alto	58	63%
Medio	30	33%
Bajo	4	4%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 3

Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Gestión Organizacional.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 6 y figura 3, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la dimensión Gestión Organizacional por rangos alto, medio y bajo. El 63% de los productores de leche del valle de Cajamarca consideran que la dimensión Gestión Organizacional tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en la Gestión Organizacional, en la Gestión de Recursos y en el Trabajo en Equipo. Así mismo, el 33% de los productores de leche indican que la Asociatividad Empresarial tiene una importancia media, y el 4% que tienen poca importancia.

Tabla 7

Distribución de frecuencias de la Dimensión Gestión de Recursos.

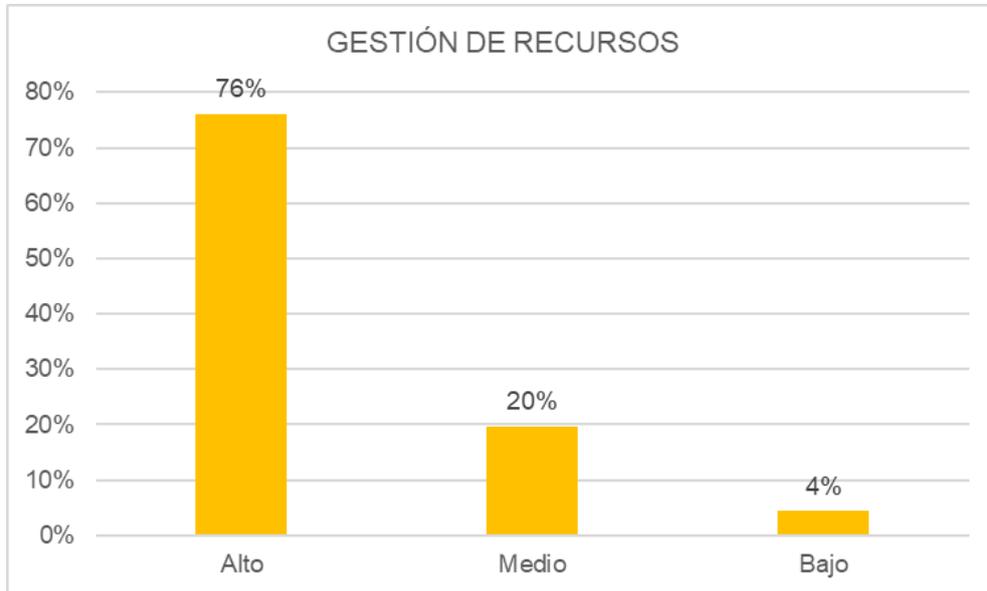
Rango	Frecuencia	%
Alto	70	76%
Medio	18	20%
Bajo	4	4%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 4

Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Gestión de Recursos.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 7 y figura 4, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la dimensión Gestión de Recursos por rangos alto, medio y bajo. El 76% de los productores de leche del valle de Cajamarca consideran que la dimensión de Gestión de Recursos tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en la Gestión de Recursos, en la Gestión Organizacional y en el Trabajo en Equipo. Así mismo, el 20% de los productores de leche indican que la Asociatividad Empresarial tiene una importancia media, y el 4% que tienen poca importancia.

Tabla 8

Distribución de frecuencias de la Dimensión Trabajo en equipo.

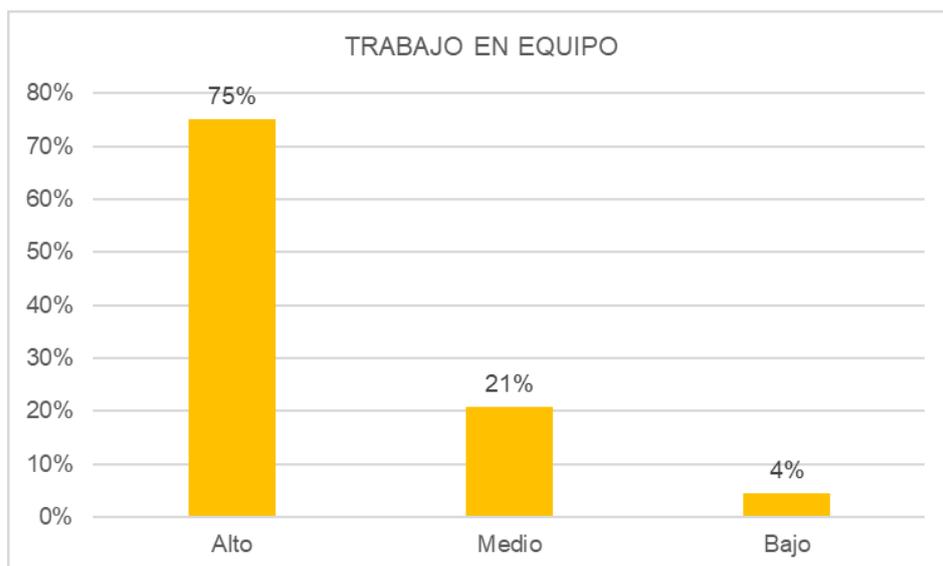
Rango	Frecuencia	%
Alto	69	75%
Medio	19	21%
Bajo	4	4%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 5

Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Trabajo en Equipo.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 8 y figura 5, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la dimensión Trabajo en Equipo por rangos alto, medio y bajo. El 75% de los productores de

leche del valle de Cajamarca consideran que la dimensión Trabajo en Equipo tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en el Trabajo en Equipo, en la Gestión Organizacional y en la Gestión de Recursos. Así mismo, el 21% de los productores de leche indican que la Asociatividad Empresarial tiene una importancia media, y el 4% que tienen poca importancia.

Tabla 9

Distribución de frecuencias de la Variable Competitividad.

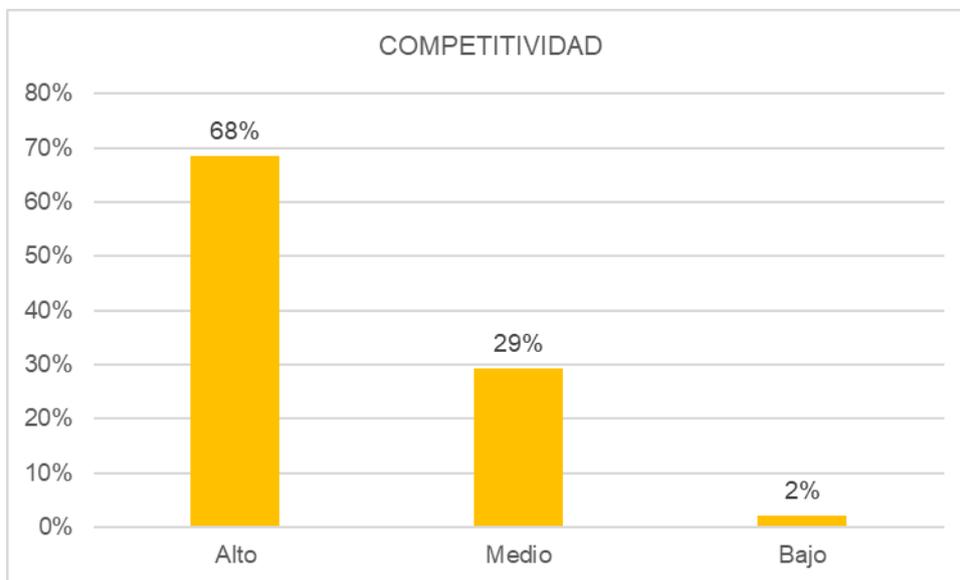
Rango	Frecuencia	%
Alto	63	68%
Medio	27	29%
Bajo	2	9%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 6

Gráfico de barras de la distribución de frecuencias de la variable Competitividad.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 9 y figura 6, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la variable Competitividad por rangos alto, medio y bajo. El 68% de los productores de leche del valle de Cajamarca consideran que la Competitividad tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en la Productividad, en la Rentabilidad y en las Estrategias. Así mismo, el 29% de los productores de leche indican que la Competitividad tiene una importancia media, y el 2% que tienen poca importancia.

Tabla 10

Distribución de frecuencias de la Dimensión Productividad.

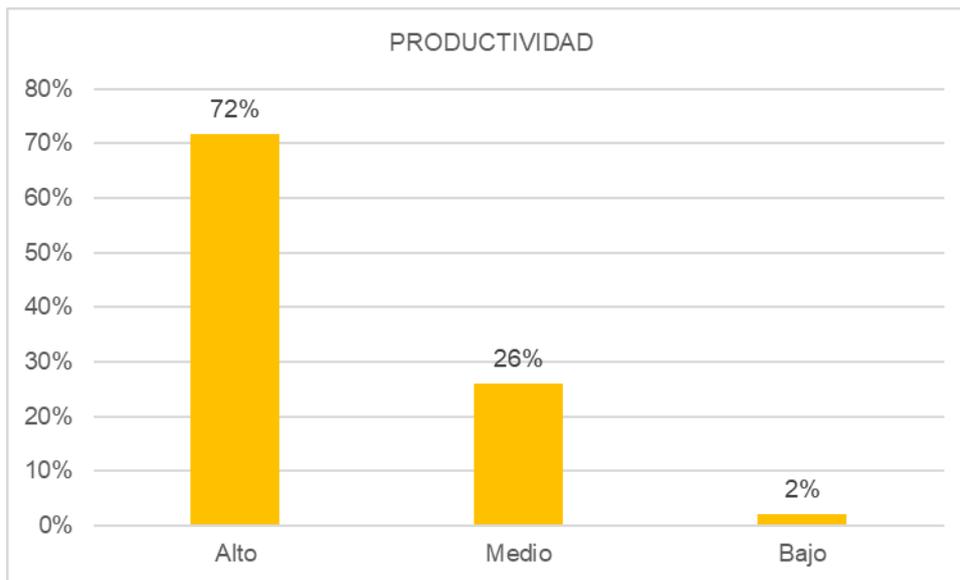
Rango	Frecuencia	%
Alto	66	72%
Medio	24	26%
Bajo	2	2%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 7

Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Productividad.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 10 y figura 7, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la dimensión Productividad por rangos alto, medio y bajo. El 72% de los productores de leche

del valle de Cajamarca consideran que la Competitividad tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en la Productividad, en la Rentabilidad y en las Estrategias. Así mismo, el 26% de los productores de leche indican que la Competitividad tiene una importancia media, y el 2% que tienen poca importancia.

Tabla 11

Distribución de frecuencias de la Dimensión Rentabilidad.

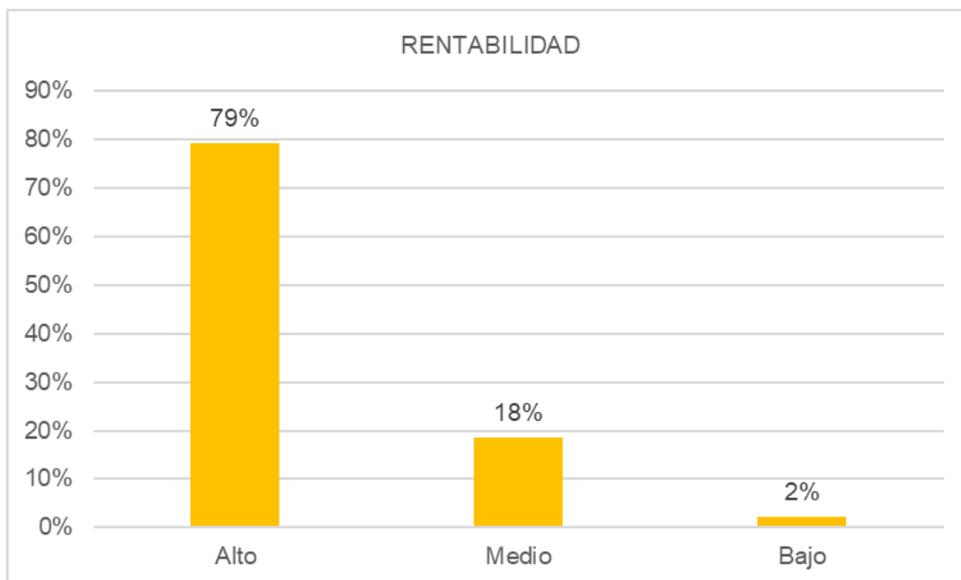
Rango	Frecuencia	%
Alto	73	79%
Medio	17	18%
Bajo	2	2%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 8

Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Rentabilidad.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 11 y figura 8, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la dimensión Rentabilidad por rangos alto, medio y bajo. El 79% de los productores de leche del valle de Cajamarca consideran que la Competitividad tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en la Rentabilidad, en la Productividad y en las Estrategias. Así mismo, el 18% de los productores de leche indican que la Competitividad tiene una importancia media, y el 2% que tienen poca importancia.

Tabla 12

Distribución de frecuencias de la Dimensión Estrategias.

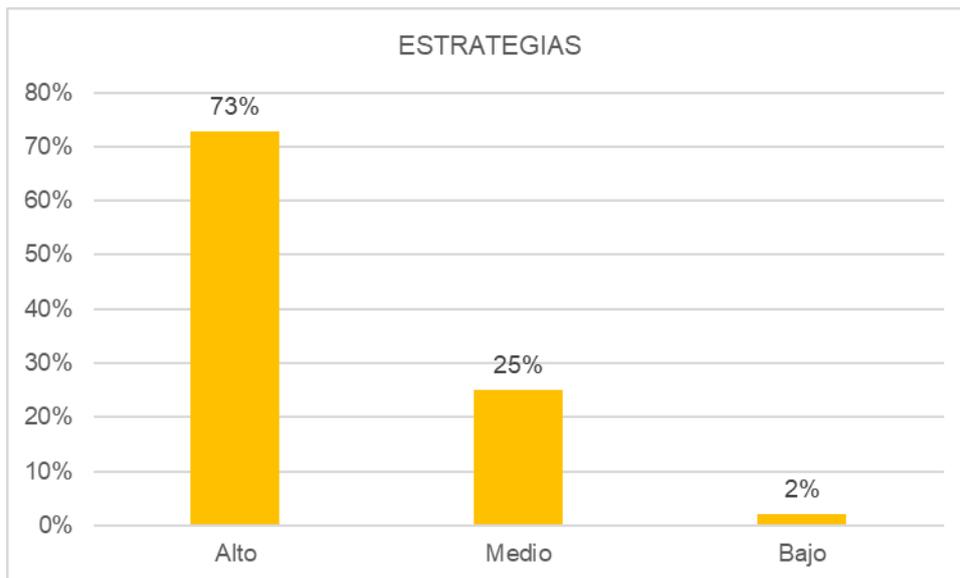
Rango	Frecuencia	%
Alto	67	73%
Medio	23	25%
Bajo	2	2%
Total	92	100%

Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

Figura 9

Gráfico de barras de la descripción de los niveles de la dimensión Estrategias.



Nota: Muestra 92 elementos.

Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 12 y figura 9, se exhiben los resultados de la estadística descriptiva de la dimensión Estrategias por rangos alto, medio y bajo. El 73% de los productores de leche del valle de Cajamarca consideran que la Competitividad tiene una importancia alta. La mayoría opina que existen beneficios al asociarse a la empresa Industria Alimentaria Huacariz en las Estrategias, en la Productividad y en la Rentabilidad. Así mismo, el 25% de los productores de leche indican que la Competitividad tiene una importancia media, y el 2% que tienen poca importancia.

Estadística inferencial

A continuación, se presentan los resultados de la estadística inferencial. Primero la prueba de normalidad. En segundo lugar, se presentan las pruebas de la hipótesis general y específicas.

Análisis de normalidad

Este análisis tiene como objetivo analizar si los datos disponibles provienen de distribución normal o no. Al ser la muestra de más de 92 elementos, se toman los datos de la prueba de Kolmogorov-Smirnov. En la tabla 14 se muestra el resultado.

Tabla 13

Pruebas de normalidad.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL	.110	92	.008	.921	92	<.001
COMPETITIVIDAD	.134	92	<.001	.909	92	<.001

Nota. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS

Prueba de normalidad de la variable Asociatividad empresarial

Hipótesis de la variable Asociatividad empresarial

H₀ Los datos de la variable Asociatividad empresarial provienen de una distribución normal.

H₁ Los datos de la variable Asociatividad empresarial no provienen de una distribución normal.

Significancia: $\alpha = 0,05$ para un nivel de confianza del 95%

Valor calculado = 0,110

p - valor = 0,008

Decisión: Si p - valor $> \alpha \implies$ se rechaza **H₀**.

Si p - valor $< \alpha \implies$ se rechaza **H₀**

$0,008 < 0,05 \implies$ se rechaza **H₀**; se acepta **H₁**

Se concluye que los datos de la variable Asociatividad empresarial no provienen de una distribución normal.

Prueba de normalidad de la variable Competitividad

Hipótesis de la variable Competitividad

H₀ Los datos de la variable Competitividad empresarial provienen de una distribución normal.

H₁ Los datos de la variable Competitividad empresarial no provienen de una distribución normal.

Significancia: $\alpha = 0,05$ para un nivel de confianza del 95%

Valor calculado = 0,134

p - valor < 0,001

Decisión: Si p – valor > α ==> se rechaza **H₀**.

Si p – valor < α ==> se rechaza **H₀**

<0,001 < 0,05 ==> se rechaza **H₀**; se acepta **H₁**

Se concluye que los datos de la variable Competitividad no provienen de una distribución normal.

Se concluye que los datos de la variable Competitividad no provienen de una distribución normal.

Análisis Correlacional

El grado de la relación se puede clasificar como se indica en la tabla 14:

Tabla 14

Grado de relación según coeficiente de correlación.

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
0.11 a +0.50	Correlación positiva media
0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Fuente: (Montes at el, 2021)

Contrastación de la hipótesis general

H₀: No existe relación directa y significativa entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

H₁: Existe relación directa y significativa entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Significancia: $\alpha = 0,05$ para un nivel de confianza del 95%

Rho de Spearman = 0,895

p - valor < 0,001

Decisión: Si p – valor > α ==> se rechaza **H₀**.

Si $p - \text{valor} < \alpha \implies$ se rechaza H_0

$<0,001 < 0,05 \implies$ se rechaza H_0 ; se acepta H_1

H₁: Existe relación directa y significativa entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Tabla 15

Correlación entre Asociatividad Empresarial y Competitividad.

		ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL		COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	1.000	.895**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	92	92
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	.895**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	92	92

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

Se observa en la tabla 15 que la correlación Rho de Spearman es de 0,895 lo cual indica que existe una correlación alta entre ambas variables. Al ser un valor positivo la correlación entre ambas variables es directamente proporcional, quiere decir que si mejora la Asociatividad empresarial entonces también aumentará la Competitividad en menor medida, en un 89,5%. Al ser la significancia menor a 0,05 la relación entre ambas variables es significativa.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: No existe relación directa y significativa entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

H₁: Existe relación directa y significativa entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Significancia: $\alpha = 0,05$ para un nivel de confianza del 95%

Rho de Spearman = 0,818

p - valor < 0,001

Decisión: Si p – valor > α ==> se rechaza **H₀**.

Si p – valor < α ==> se rechaza **H₀**

<0,001 < 0,05 ==> se rechaza **H₀**; se acepta **H₁**

H₁: Existe relación directa y significativa entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Tabla 16

Correlación entre Gestión Organizacional y Competitividad.

		GESTIÓN ORGANIZACIONAL		COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTIÓN ORGANIZACIONAL	Coefficiente de correlación	1.000	.818**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	92	92
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	.818**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	92	92

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

. La correlación es significativa en el niv

Fuente: SPSS ver 28

Se observa que en la tabla 16 la correlación Rho de Spearman es de 0,818 lo cual indica que existe una correlación fuerte entre Gestión Organizacional y Competitividad. Al ser un valor positivo, la correlación es directamente proporcional, quiere decir que si mejora la gestión organizacional entonces también mejorará la competitividad en menor medida, en un 81,8%. Al ser la significancia menor a 0,05 la relación entre ambas variables es significativa.

Contrastación de la hipótesis específica 2

Ho: No existe relación directa y significativa entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

H₁: Existe relación directa y significativa entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Significancia: $\alpha = 0,05$ para un nivel de confianza del 95%

Rho de Spearman = 0,862

p - valor < 0,001

Decisión: Si p - valor > α ==> se rechaza **H₀**.

Si p - valor < α ==> se rechaza **H₀**

<0,001 < 0,05 ==> se rechaza **H₀**; se acepta **H₁**

H₁: Existe relación directa y significativa entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Tabla 17

Correlación entre Gestión de Recursos y Competitividad.

		GESTIÓN DE RECURSOS		COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTIÓN DE RECURSOS	Coefficiente de correlación	1.000	.862**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	92	92
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	.862**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	92	92

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

Se observa en la tabla 17 que la correlación Rho de Spearman es de 0,862 lo cual indica que existe una correlación fuerte entre Gestión de recursos y Competitividad. Al ser un valor positivo la correlación es directamente proporcional, quiere decir que si mejora la gestión de recursos entonces también mejorará la competitividad en menor medida, en un 86,2%. Al ser la significancia menor a 0,05 la relación entre ambas variables es significativa.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: No existe relación directa y significativa entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

H₁: Existe relación directa y significativa entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Significancia: $\alpha = 0,05$ para un nivel de confianza del 95%

Rho de Spearman = 0,873

p - valor < 0,001

Decisión: Si p - valor > α ==> se rechaza **H₀**.

Si p - valor < α ==> se rechaza **H₀**

<0,001 < 0,05 ==> se rechaza **H₀**; se acepta **H₁**

H₁: Existe relación directa y significativa entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.

Tabla 18

Correlación entre Trabajo en equipo y Competitividad.

			TRABAJO EN EQUIPO	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	TRABAJO EN EQUIPO	Coeficiente de correlación	1.000	.873**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	92	92
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	.873**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	92	92

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

Se observa en la tabla 18 que la correlación Rho de Spearman es de 0,873 lo cual indica que existe una correlación fuerte entre Trabajo en equipo y Competitividad. Al ser un valor positivo la correlación es directamente proporcional, quiere decir que si mejora el trabajo en equipo entonces también mejorará la competitividad en menor medida, en un 87,3%. Al ser la significancia menor a 0,05 la relación entre ambas variables es significativa.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

El propósito es mostrar los resultados obtenidos en la investigación realizada describiendo las relaciones entre las variables mediante el análisis de correlación. Se empieza, con la hipótesis general, en la cual se puede apreciar que existe una relación positiva muy fuerte entre la Asociatividad Empresarial y la Competitividad en la Asociación de Productores de leche, Cajamarca, 2022, demostrado en el resultado de la prueba del coeficiente Rho de Spearman con un p valor menor a 0,05 con un coeficiente de 0,895. Con ello, se puede afirmar que en la medida que los productores de leche desarrollen la asociatividad empresarial como estrategia, será positiva su incidencia en la Competitividad, es decir se mejorará la relación económica y productiva en el sector de productores lácteos. Estos resultados tienen un grado de similitud con Gonzalez (2018), con quien se coincide en que la asociatividad empresarial influye significativamente en el desarrollo sostenible de los productores cacaoteros de la provincia de Los Ríos del Ecuador, debido a que los valores obtenidos con un nivel de significancia de $0,00 < 0,05$ y el coeficiente Rho de Spearman de 0,531, demostraron que las variables tienen una asociación estadísticamente significativa y que existe una correlación positiva moderada. Del mismo modo se encuentra cierta discrepancia con Prado (2018) quien demostró que la correlación entre la asociatividad y la competitividad es positiva media con un Rho de Spearman de 0,203 en las PYMES de la ciudad de Obregón.

Para la primera hipótesis específica, de acuerdo con el resultado obtenido de la correlación de Rho de Spearman con un p valor menor a 0,05 con un coeficiente de 0,818;

se puede determinar que existe una relación directa y significativa entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022. Al comparar con los resultados obtenidos de la investigación de Prado (2018), se puede afirmar que existe cierta similitud con Prado (2018), quien demostró que

En la segunda hipótesis específica, de acuerdo al resultado obtenido de la correlación de Rho de Spearman con un p valor menor a 0,05 con un coeficiente de 0,862, se muestra que existe una correlación fuerte entre Gestión de recursos y Competitividad. Al ser un valor positivo la correlación es directamente proporcional, quiere decir que si mejora la gestión de recursos entonces también mejorará la competitividad en mayor medida, en un 86,2%. Al ser la significancia menor a 0,05 la relación entre ambas variables es significativa. Se obtuvieron resultados similares a los hallados por Llenque (2019), quien concluye que, la Gestión de calidad en la asociatividad y la competitividad se relacionan, debido a que después de aplicar el método estadístico para la contratación de hipótesis, se obtuvo un valor $p = 0,002 < 0,05$, por ende, se acepta la hipótesis general del trabajo de investigación, y su coeficiente de correlación según Spearman es de 0,831, el cual significa que existe una correlación positiva muy fuerte.

En la tercera hipótesis, se puede demostrar con el resultado obtenido de la correlación de Rho de Spearman con un p valor menor a 0,05 con un coeficiente de 0,873, que existe una correlación fuerte entre el Trabajo en equipo y la Competitividad. Al ser un valor positivo la correlación es directamente proporcional, quiere decir que si mejora el trabajo en equipo entonces también mejorará la competitividad en mayor medida, en un 87,3%. Al ser la significancia menor a 0,05 la relación entre ambas variables es significativa. En

comparación con la tesis de (Pavón, 2020), se afirma que existe discrepancia considerando que demostró que existe una correlación positiva débil entre la cooperación empresarial y la competitividad de los talleres de artesanos de madera, halló r de Pearson = 0,083.

Limitaciones

Los resultados de la investigación fueron muy positivos en general, sin embargo, siempre se presentan limitaciones en el desarrollo de esta. Una de ellas fue el acceso limitado a la información de la Asociación de Productores de Leche, por la Cámara de Comercio de Cajamarca, mostrándose como un desafío que al final se pudo solucionar.

Por otro lado, en cuanto a la búsqueda de estudios previos de investigación sobre el tema, en el ámbito internacional la gran mayoría de investigaciones que contenían nuestra variables, Asociatividad Empresarial y Competitividad eran cualitativas, las cuales no nos ayudaban de gran manera, ya que nuestra investigación es cuantitativa; así mismo teníamos restricción en algunos repositorios donde no se podía acceder a todo el contenido lo cual nos limitaba en el desarrollo y el análisis del presente trabajo de investigación.

La limitación referida a que se han trabajado con ciertas dimensiones e indicadores se puede mejorar con el estudio de otras perspectivas, en los cuales exista un mayor número de antecedentes, de esa manera se podrá mejorar en gran proporción el estudio de las dimensiones e indicadores de cada variable.

Así mismo, otro desafío superado fue que las encuestas no se podían realizar de manera presencial, algo que nos facilitó la investigación fue realizar las encuestas por Google Forms, ya que cada participante una vez recibido el link pudo desarrollarla desde la comodidad de su tiempo y espacio, lógicamente con un tiempo prudencial para responder la encuesta.

Implicancias

Las implicancias del presente trabajo pueden ser prácticas, teóricas y metodológicas que logran ser de interés común. Las pequeñas y medianas empresas se enfrentan día a día a retos, donde deben buscar estrategias que produzcan la sinergia necesaria para realizar o llevar a cabo proyectos que individualmente sería difícil, por lo que la asociatividad se ha convertido en una de las vías más efectivas al momento de tomar decisiones que favorezcan incrementar su competitividad, reducir costos y generar poder de negociación. La asociatividad está fuertemente ligada a conceptos como sinergia, solidaridad, conocimiento compartido y redes de apoyo; por medio suyo se pueden alcanzar mercados difíciles. Es, también, la mejor manera de aumentar calidad y cantidad de productos.

Así, mismo al investigar y revisar las diferentes fuentes de información se vio la necesidad de desarrollar esta investigación como fuente de conocimiento y a la vez como apoyo a futuras investigaciones relacionadas a la Asociatividad Empresarial y Competitividad. Finalmente, es necesario mencionar que el instrumento de elaboración propia puede ser utilizado con total confiabilidad, ya que ha sido validado por expertos altamente profesionales guiados por su conocimiento ético y profesional en el tema.

Es importante recalcar que, como consecuencia del proceso de globalización, las microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas han sido obligadas a adaptarse a las nuevas exigencias competitivas del mercado que cada vez son más radicales, para ello, deben buscar o promover estrategias de asociatividad con el objetivo de sobrevivir en el mercado empresarial.

Conclusiones

Primera, en relación con el objetivo general: “Determinar la relación entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022”, se concluye que existe una relación directa y significativa entre las variables al obtener un p valor menor a 0,001, a su vez menor que 0,05 con un coeficiente de Spearman 0.895 la cual indica una correlación positiva muy fuerte.

Segunda, en relación con el objetivo específico 1: “Determinar la existencia de relación entre la Gestión Organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022”, mediante los resultados estadísticos se ha corroborado que existe una relación directa y significativa entre la Gestión Organizacional y la Competitividad., se obtiene un coeficiente de correlación de Spearman ($Rho = 0.811$), lo cual implica una correlación positiva muy fuerte.

Tercera, en relación con el objetivo específico 2: Determinar la existencia de relación entre la de Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022, mediante los resultados estadísticos se puede corroborar que existe una relación directa y significativa entre la Gestión de Recursos y la Competitividad. Se obtuvo como resultado de coeficiente de correlación de Spearman ($Rho = 0.862$), indicando que existe una correlación positiva muy fuerte.

Cuarta, en relación con el objetivo específico 3: “Determinar la existencia de relación entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022”, mediante los resultados estadísticos se puede comprobar que existe una relación directa y significativa entre el Trabajo en Equipo y la Competitividad. Se

obtuvo un coeficiente de correlación Spearman ($Rho= 0.873$), lo que indica que existe una correlación positiva muy fuerte.

REFERENCIAS

- Altamirano, J. (2019). *La asociatividad, un análisis del desarrollo competitivo de las pymes pertenecientes al Frente de Uniones - Ecuador Soberano de la ciudad de Ambato*. Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29165/1/T44423ig.pdf>
- Alva Valdivieso, A., & Chávez Muñoz, W. (2018). *Propuesta de asociatividad de productores de tarwi de la provincia de Cajamarca para la exportación en snack al mercado mexicano, 2018*. Cajamarca – Perú: Universidad Privada del Norte.
- Arana, M., Gomez, R., & Andrade, M. (2020). *La gestión organizacional como generador de competitividad empresarial en microempresas del sector restaurantero*. México: 12.
- Arce, S. (2006). *Asociatividad Empresarial y Competitividad*. Lima – Perú: Prompex.
- Arce, S. (2006). *Asociatividad Empresarial y Competitividad*. Lima Perú: Prompex.
- Ayca Aduvire, J. (2019). *La cultura asociativa y su impacto en el desarrollo empresarial de las Mypes fabricantes de muebles de la provincia de Tacna 2017*. Tacna – Perú: Universidad Privada de Tacna.
- Berrio, A., Gómez, O., Manjarres, E., & Payares, Y. (2015). *TRATAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS*. Colombia.
- Bravo Carrasco, J. (2008). *Gestión de procesos*. Santiago de Chile: Editorial Evolución S.A.
- Cancino, G. (2019). *DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE MEJORA, EN EL ÁREA DE OPERACIONES, AL PROCESO DE ACOPIO Y RECEPCIÓN DE LECHE FRESCA EN EMPRESA ELABORADORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS LÁCTEOS EN EL AÑO 2019*. Lima.
- CESPYM. (2019). *Compromiso*. Obtenido de <http://www.cespym.com.ar/2019/06/13/compromiso/>

- Chávez, E., & Rodríguez, L. (2018). Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE). *Revista Ensayos Pedagógicos*. Obtenido de <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/10645/13202>
- Chavez, M., & Rimac, F. (2021). *Sistema web Basado en ITIL y la Formalización de las Incidencias de los Servicios de Soporte Técnico a Clientes de Primera Línea de la Empresa Luvaltica SAC, en el año 2021*. Tesis para el título. Obtenido de http://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/343/Tesis%20Final%20Grupal%20Presentado_Rimac%20Padilla_Chavez%20Caso.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (Tercera ed.). México: McGraw-Hill Educación.
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y aplicaciones* (Tercera ed.). México: McGraw-Hill Educación.
- Contreras Sierra, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*(35), 152-181.
- Díaz del Castillo, M., & García Mejía, M. (2018). *Asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de San Miguel - Cajamarca para promover su exportación al mercado canadiense, 2020*. Cajamarca – Perú: Universidad Privada del Norte.
- García, I. (11 de diciembre de 2017). Margen de Beneficio. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/margen-de-beneficio>
- Gonzalez, A. (2018). *La importancia de la asociatividad y su influencia en el desarrollo sostenible de los productores cacaoeros de la provincia de Los Ríos del Ecuador: propuesta de un plan estratégico para una asociación cacaoera*. Lima. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/9771/Gonzalez_va.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Grueso Hinestroza, M., Gómez, J., & Garay Quintero, L. (2009). Procesos de asociatividad empresarial: Aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional. *Documento de investigación*, 44, 38-44.
- Gutiérrez Mejía, L. (2012). *Los procesos de asociatividad como fuente de construcción de conceptos y modelos de gerencia en Colombia*. Quito – Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Gutiérrez Pulido, H. (2014). *Calidad y productividad* (4° ed.). España: Mc Graw Hill.
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2009). *Administración. Un enfoque basado en competencias* (11 ed.). México - D.F.: Cengage Learning.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGraw-Hill Educación.
- Liendo, M., & Martínez, A. (2001). *Asociatividad. una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES*. Rosario - Argentina: Universidad Nacional de Rosario.
- Llenque Siancas, D. (2019). *Gestión de calidad en la asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la red de fabricantes de bicicletas de la ciudad de Lima, 2018*. Chimbote – Perú : Universidad Católica Los Ángeles.
- Mansfield, L. (1997). *La asociatividad y el desarrollo micro empresarial*. Lima - Perú: Progreso.
- Mantilla Blanco, S. (2011). *Auditoria de información financiera*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Montes, A., Ochoa, J., Juárez, B., Vásquez, M., & Díaz, C. (2021). *Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia*. Obtenido de <https://www.fcfm.buap.mx/SIEP/2021/Extensos%20Carteles/Extenso%20Juliana.pdf>
- Muñoz Hernández, L. (2019). *Asociatividad empresarial como estrategia para la competitividad de las pymes del sector moda de México y Colombia*. Pereira – Colombia: Universidad Libre de Pereira.

- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Cuarta ed.). Bogotá - Colombia: Ediciones de la U.
- Orellana, P. (2020). *Crecimiento Empresarial*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-empresarial.html>
- Pavón, H. (2020). *Estrategias competitivas de los micro, pequeños y medianos talleres que elaboran artesanías en madera, de San Antonio De Ibarra, Imbabura, Ecuador*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/estrategias-competitivas-talleres.html>
- Porter, M. (2002). *Ventaja competitiva, creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. España.
- Prado, C. (2018). *Competitividad y asociatividad empresarial en pequeñas y medianas empresas del sector comercio en Ciudad Obregón*. Obtenido de <https://www.itson.mx/oferta/mgo/Documents/Carmen%20Prado.pdf>
- Restrepo, L., & Gonzáles, J. (26 de abril de 2007). De Pearson a Spearman. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-06902007000200010
- Rodríguez Martínez, M. (2017). *Gestión Organizacional*. Bogotá D.C. – Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Rosales, R. (1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMEs. *SELA*, 51.
- Sisa Kacha, D. (2018). *Asociatividad empresarial y la comercialización de la quinua en la provincia de Andahuaylas, 2016*. Andahuaylas – Perú: Universidad Nacional José María Arguedas.
- Tapia Castro, A. (2018). *Análisis de la asociatividad y su relación con el sector de productores lácteos del Cantón Tulcán*. Tulcán - Ecuador: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Tovar, O. (2017). *Asociatividad: Estrategia para mejorar la competitividad de los productores de Ñame del departamento de Sucre*. Caratgena de Indias. Obtenido de <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/1734/0072914.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad Privada del Norte. (2020). *Líneas de Investigación*. Lima – Perú.

Velaochaga, K. (2020). *Relación entre la Asociatividad y la Competitividad Empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral - Lima, Periodo 2020*. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8055/velaochaga_e kj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Westreicher, G. (2020). *Integración*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/integracion.html>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: " ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTARIA HUACARIZ S.A.C.,
CAJAMARCA, 2022"

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		DISEÑO METODOLÓGICO												
				Variable 1	Variable 2	Método												
"ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTARIA HUACARIZ S.A.C., CAJAMARCA, 2022"	Problema General ¿Existe relación entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?	Objetivos General Determinar la relación entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.	Hipótesis General Existe relación directa y significativa entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.	ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL	COMPETITIVIDAD	Tipo: Básica.												
	Problema Específico 1 ¿Existe relación entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?	Objetivo Específico 1 Determinar la relación entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.	Hipótesis Específica 1 Existe relación directa y significativa entre la Gestión organizacional y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.			Operacionalización <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>V1</th> <th>V2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>D1</td> <td>Gestión organizacional</td> <td>Productividad</td> </tr> <tr> <td>D2</td> <td>Gestión de recursos</td> <td>Rentabilidad</td> </tr> <tr> <td>D3</td> <td>Trabajo en equipo</td> <td>Estrategias</td> </tr> </tbody> </table>			V1	V2	D1	Gestión organizacional	Productividad	D2	Gestión de recursos	Rentabilidad	D3	Trabajo en equipo
		V1	V2															
D1	Gestión organizacional	Productividad																
D2	Gestión de recursos	Rentabilidad																
D3	Trabajo en equipo	Estrategias																
Problema Específico 2 ¿Existe relación entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?	Objetivo Específico 2 Determinar la relación entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.	Hipótesis Específica 2 Existe relación directa y significativa entre la Gestión de recursos y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.	Nivel: Descriptivo - Correlacional.															
						Diseño de investigación: No experimental, de corte transversal. Técnicas de recolección de datos: Encuesta. Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario. Población: 120 productores de leche												

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
	<p>Problema Específico 3 ¿Cómo se relaciona el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 3 Determinar la relación entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.</p>	<p>Hipótesis Específica 3 Existe relación directa y significativa entre el Trabajo en equipo y la Competitividad de la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022.</p>		<p>Muestra: Probabilística de 92 productores de leche</p>

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTAS)	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA
<p>Variable 1:</p> <p>ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL</p> <p>Para Mansfield (1997) la asociatividad es comprometerse en cooperación de dos o más personas mediante la identificación de objetivos comunes que permite formar grandes grupos para así realizar una gestión empresarial, con el fin de generar un propósito común y sea encaminado a cumplir la gestión de recursos y se vincule a dicha asociación; esto se llevará a cabo con un trabajo en equipo de la asociación para que tenga fortalezas para no decaer en el ámbito comercial y en el mercado globalizado</p>	<p>Gestión organizacional</p> <p>Rodríguez Martínez (2017) refiere que, la gestión organizacional como un conjunto de prácticas y estrategias que conducen a un modelo de negocio a resultados positivos al logro de objetivos organizacionales. Además, la gestión organizacional es responsable de definir la participación y promover el control y la asignación adecuada de recursos, ya sean financieros, materiales, tecnológicos o humanos</p>	Objetivos organizacionales	<p>La empresa Industria Alimentaria Huacariz publica los objetivos organizacionales.</p> <p>Los objetivos de la empresa Industria Alimentaria Huacariz están enfocados en la asociatividad empresarial.</p>	<p>Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Neutral • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
		Participación	En la empresa Industria Alimentaria Huacariz se programan reuniones de participación de todos los productores de leche.	
	<p>Gestión de recursos</p> <p>Chiavenato (2009) indica que, la gestión de recursos es el proceso de planificación, programación y distribución de los recursos y actividades del equipo para generar rentabilidad. Los recursos pueden abarcar desde el equipamiento y los fondos económicos hasta las herramientas técnicas y el volumen de trabajo de los empleados. En definitiva, todo lo que sea útil para concretar tu proyecto.</p>	Distribución de recursos	La empresa Industria Alimentaria Huacariz distribuye sus recursos lecheros adecuadamente.	
		Soporte técnico	<p>La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le otorga un soporte técnico.</p> <p>La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz asiste en la calidad de producción de leche.</p>	
	<p>Trabajo en equipo</p> <p>Alles (2005) menciona que, el trabajo en equipo es, una evolución cualitativa de los grupos de trabajo. El compañerismo es una manera organizada de trabajar de las personas, con el fin de alcanzar metas comunes, llegando a la</p>	Compañerismo	<p>La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz fomenta el compañerismo.</p> <p>Existe comunicación cordial entre todos los productores de leche asociados a la empresa Industria Alimentaria Huacariz.</p>	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTAS)	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA	
	satisfacción de los trabajadores. En el trabajo en equipo las habilidades de los integrantes son complementarias, mantienen una responsabilidad individual y mutua, además de un marcado compromiso común por los objetivos.	Compromiso	Existe compromiso de cumplir con los objetivos la asociación con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.		
Variable 2: COMPETITIVIDAD Porter (2002, p.46-47) describe que, la competitividad como la capacidad de una empresa para disponer de atributos que le permiten una eficiencia superior y le otorgan productividad, rentabilidad y cierto tipo de ventaja comparativa sobre sus competidores, gracias a la creación de productos de valor a través de estrategias	Productividad Según Porter (2002) la productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También, puede definirse como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos generando eficiencia y eficacia.	Eficiencia	La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es gestiona bien sus recursos.		
		Eficacia	La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz cumple con los plazos.		
	Rentabilidad Según Hellriegel, Jackson, y Slocum (2009, pp. 104-105) es un margen beneficio promedio de la empresa por la totalidad de las inversiones realizadas con el fin de mostrar la rentabilidad del activo. La rentabilidad económica compara el resultado que se ha obtenido con el desarrollo de la actividad de la empresa con las inversiones que se ha realizado para obtener dicho resultado.	Margen de beneficio	La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le ayuda a cumplir sus metas de producción.	La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le genera beneficios.	
		Rentabilidad	La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es rentable.		
	Estrategias Según Contreras (2013) conceptualiza que, la estrategia se constituye en un aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, con la integración de nuevas empresas y la diversificación con nuevas alianzas de asociación.	Crecimiento	La producción de leche ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.	La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es rentable.	
			La cantidad del ganado de vacas ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.		
		Integración	La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite diversificar.		

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTAS)	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA
			La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite integrarse con otros productores de leche.	

ANEXO 3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO PARA PRODUCTORES DE LECHE

(Mayo, Cajamarca - 2022)

Instrucciones:

Estimado productor, la presente encuesta tiene por objetivo determinar la relación entre la Asociatividad empresarial y la Competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S.A.C., Cajamarca, 2022. La encuesta es anónima por lo que se solicita que las preguntas sean expresadas de manera honesta.

Preguntas	Alternativas de respuesta				
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. La empresa Industria Alimentaria Huacariz publica los objetivos organizacionales.					
2. Los objetivos de la empresa Industria Alimentaria Huacariz están enfocados en la asociatividad empresarial.					
3. En la empresa Industria Alimentaria Huacariz se programan reuniones de participación de todos los productores de leche.					
4. La empresa Industria Alimentaria Huacariz distribuye sus recursos lecheros adecuadamente.					
5. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le otorga un soporte técnico.					
6. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz asiste en la calidad de producción de leche.					
7. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz fomenta el compañerismo.					
8. Existe comunicación cordial entre todos los productores de leche asociados a la empresa Industria Alimentaria Huacariz.					
9. Existe compromiso de cumplir con los objetivos la asociación con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.					
10. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es gestiona bien sus recursos.					
11. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz cumple con los plazos.					
12. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le ayuda a cumplir sus metas de producción.					
13. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le genera beneficios.					
14. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es rentable.					
15. La producción de leche ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.					
16. La cantidad del ganado de vacas ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.					
17. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite diversificar.					

Preguntas	Alternativas de respuesta				
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
18. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite integrarse con otros productores de leche.					

ANEXO 4. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Vásquez Díaz Liliana Elizabeth
- 1.2. Grado académico y/o título: Magister en dirección de empresas
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada del Norte
- 1.4. Título de la investigación: ASOCIACIÓN EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTARIA HUACARIZ S.A.C, CAJAMARCA, 2022.
- 1.5. Nombre del instrumento: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO PARA PRODUCTORES DE LECHE
- 1.6. Autor del instrumento:
Bach. Carol Ximena Mirabay De La Cruz Huatay.
Bach. Noemi Mariela Cerquin Cerquisiban.
- 1.7. Para obtener el título de: LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

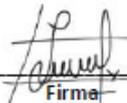
INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENA (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.		x			
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	x				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología		x			
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	x				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	x				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.		x			
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	x				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	x				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	x				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	x				
TOTAL - PARCIAL						

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES: Aplicar.

Cajamarca, 23 de mayo del 2022



 Firma

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Cáceres Iglesias Paulo César
- 1.2. Grado académico y/o título: Magíster
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente Tiempo Parcial
- 1.4. Título de la investigación: ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTARIA HUACARIZ S.A.C., CAJAMARCA, 2022
- 1.5. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.6. Autor del instrumento: Noemí Cerquín y Carol De la Cruz
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciado en Administración

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENA (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.		X			
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		45	4			

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES: Aplicar.

Cajamarca, 20 de mayo del 2022


 Firma

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Gallardo Pastor Lupe Yovani
- 1.2. Grado académico y/o título: Maestría en Evaluación y Acreditación de la Calidad Educativa.
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente de la Universidad Privada del Norte
- 1.4. Título de la investigación: ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTARIA HUACARIZ S.A.C., CAJAMARCA, 2022
- 1.5. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.6. Autor del instrumento:
Cerquin Cusquisiban Noemi Mariela y De la Cruz Huatay Carol Ximena Mirabay
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciada en Administración

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENA (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.		X			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.		X			
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.		X			
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		35	12			

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES: Aplicar.

Cajamarca, 23 de mayo del 2022



Firma

ANEXO 5. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA DE LOS ÍTEMS O PREGUNTAS

Tablas de frecuencias

Tabla 19

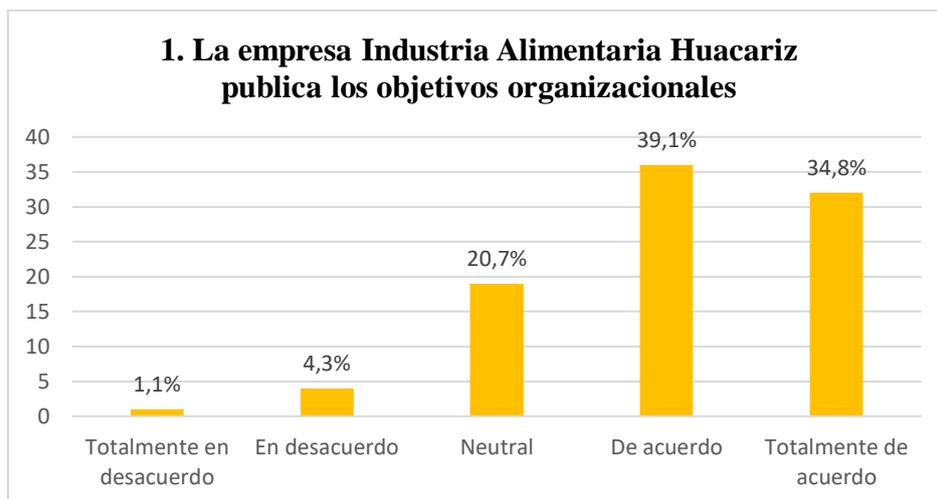
Pregunta 1. La empresa Industria Alimentaria Huacariz publica los objetivos organizacionales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	4	4,3	4,3	5,4
	Neutral	19	20,7	20,7	26,1
	De acuerdo	36	39,1	39,1	65,2
	Totalmente de acuerdo	32	34,8	34,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota. En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia. SPSS 28

Figura 10

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 1.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 20 y en la figura 10 se presenta los resultados del ítem 1 ¿La empresa Industria Alimentaria Huacariz publica los objetivos organizacionales? Se puede identificar que el 34,8% indicó totalmente de acuerdo, el 39,1% manifestó de acuerdo, el 20,7% consideró neutral, el 4,3% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 20

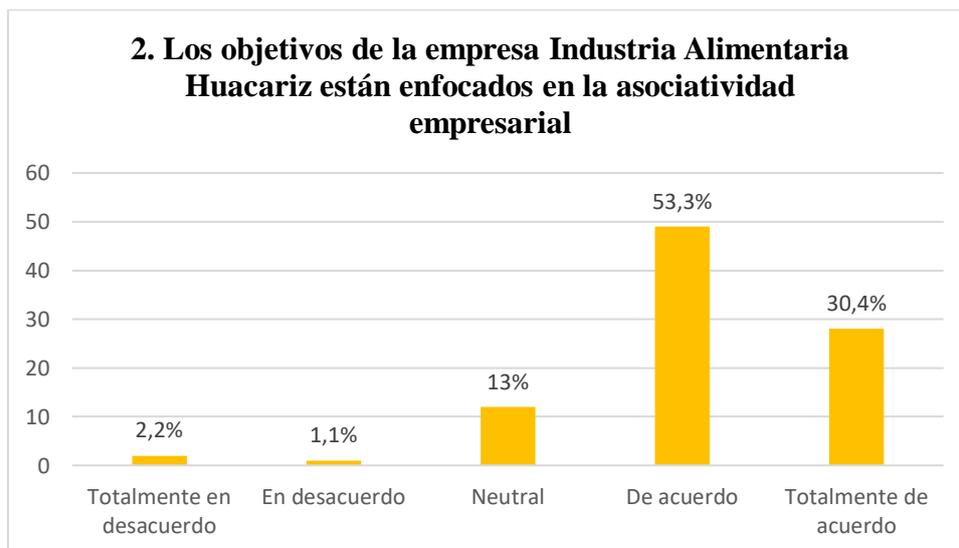
Pregunta 2. La empresa Industria Alimentaria Huacariz publica los objetivos organizacionales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	2,2	2,2	2,2
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	3,3
	Neutral	12	13,0	13,0	16,3
	De acuerdo	49	53,3	53,3	69,6
	Totalmente de acuerdo	28	30,4	30,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota. En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia. SPSS 28.

Figura 11

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 2.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 20 y en la figura 11 se presenta los resultados del ítem 2 ¿Los objetivos de la empresa Huacariz están enfocados en la asociatividad empresarial? Se puede identificar que el 30,4% indicó totalmente de acuerdo, el 53,3% manifestó de acuerdo, el 13% consideró neutral, el 1,1% señaló en desacuerdo y el 2,2% totalmente en desacuerdo.

Tabla 21

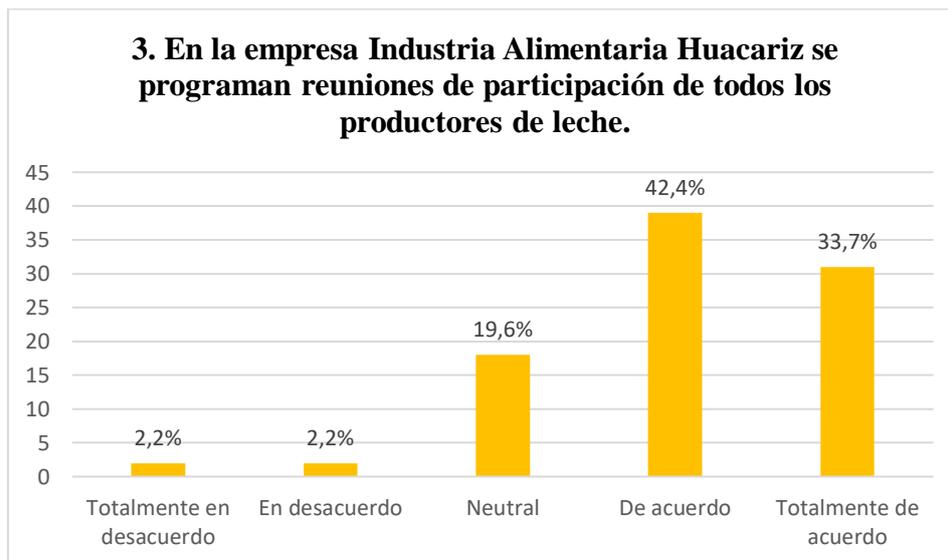
Pregunta 3. En la empresa Industria Alimentaria Huacariz se programan reuniones de participación de todos los productores de leche.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	2,2	2,2	2,2
	En desacuerdo	2	2,2	2,2	4,3
	Neutral	18	19,6	19,6	23,9
	De acuerdo	39	42,4	42,4	66,3
	Totalmente de acuerdo	31	33,7	33,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 12

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 3.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 21 y en la figura 12 se presenta los resultados del ítem 3 ¿En la empresa Industria Alimentaria Huacariz se programan reuniones de participación de todos los productores de leche? Se puede identificar que el 33,7% indicó totalmente de acuerdo, el 42,4% manifestó de acuerdo, el 19,6% consideró neutral, el 2,2% señaló en desacuerdo y el 2,2% totalmente en desacuerdo.

Tabla 22

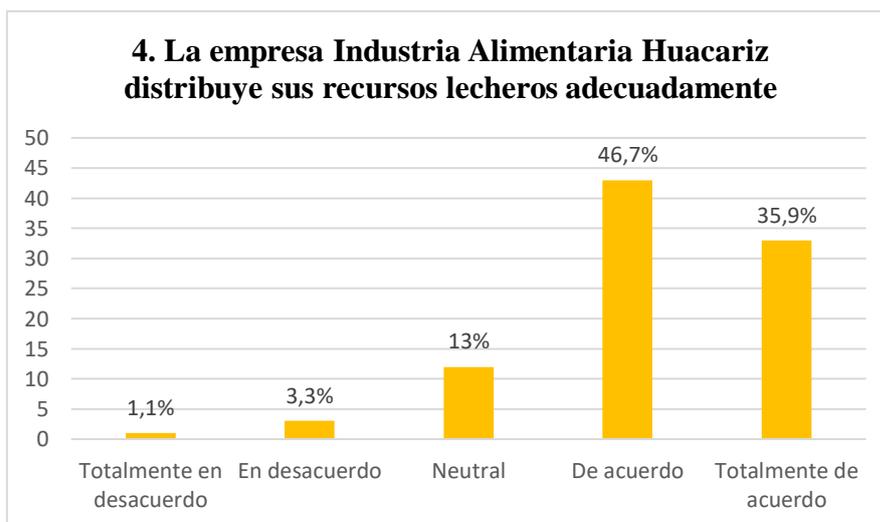
Pregunta 4. La empresa Industria Alimentaria Huacariz distribuye sus recursos lecheros adecuadamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	3	3,3	3,3	4,3
	Neutral	12	13,0	13,0	17,4
	De acuerdo	43	46,7	46,7	64,1
	Totalmente de acuerdo	33	35,9	35,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 13

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 4.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 22 y en la figura 13 se presenta los resultados del ítem 4 ¿La empresa Industria Alimentaria Huacariz distribuye sus recursos lecheros adecuadamente? Se puede identificar que el 35,9% indicó totalmente de acuerdo, el 46,7% manifestó de acuerdo, el 13% consideró neutral, el 3,3% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 23

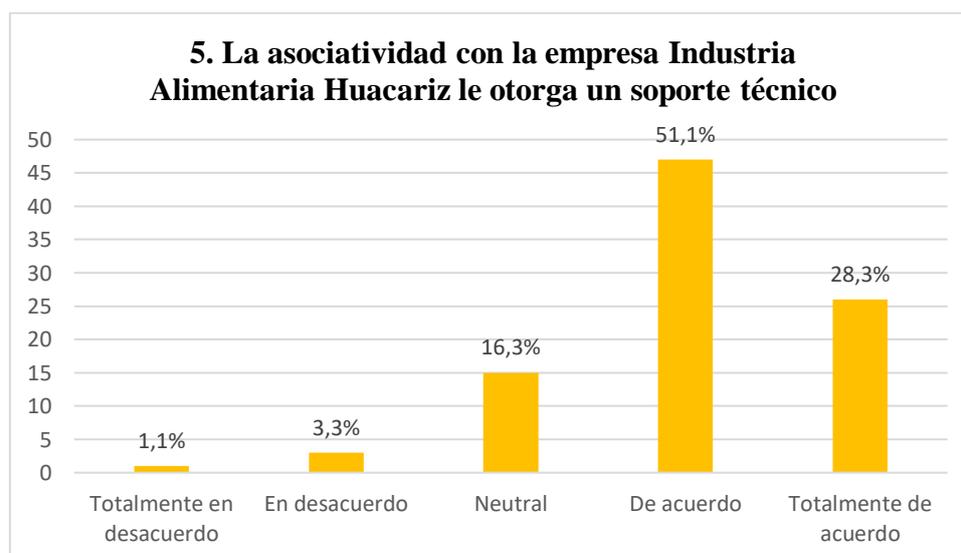
Pregunta 5. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le otorga un soporte técnico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
En desacuerdo	3	3,3	3,3	4,3
Neutral	15	16,3	16,3	20,7
De acuerdo	47	51,1	51,1	71,7
Totalmente de acuerdo	26	28,3	28,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 14

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 5.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 23 y en la figura 14 se presenta los resultados del ítem 5 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le otorga un soporte técnico? Se puede identificar que el 28,3% indicó totalmente de acuerdo, el 51,1% manifestó de acuerdo, el 16,3% consideró neutral, el 3,3% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 24

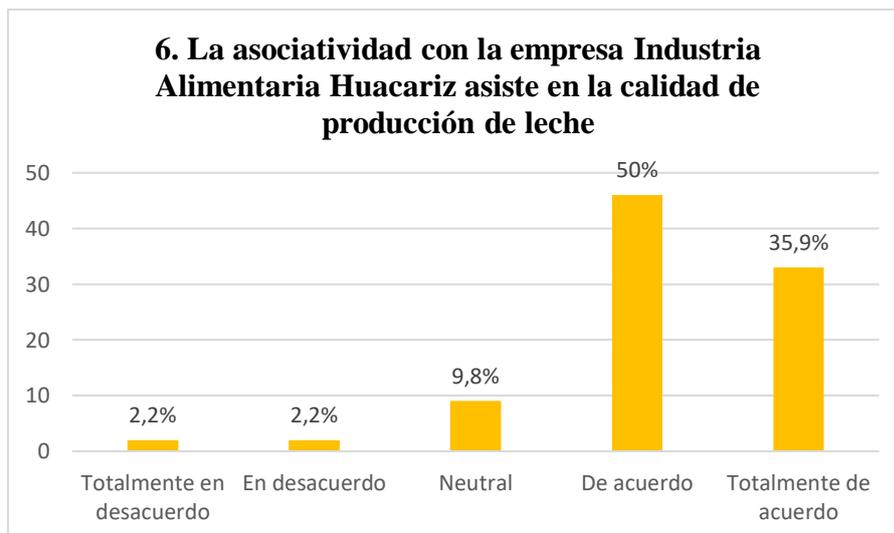
Pregunta 6. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz asiste en la calidad de producción de leche.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	2,2	2,2	2,2
En desacuerdo	2	2,2	2,2	4,3
Neutral	9	9,8	9,8	14,1
De acuerdo	46	50,0	50,0	64,1
Totalmente de acuerdo	33	35,9	35,9	100,0
Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 15

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 6.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 25 y en la figura 15 se presenta los resultados del ítem 6 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz asiste en la calidad de producción de leche? Se puede identificar que el 35,9% indicó totalmente de acuerdo, el 50% manifestó de acuerdo, el 9,8% consideró neutral, el 2,2% señaló en desacuerdo y el 2,2% totalmente en desacuerdo.

Tabla 25

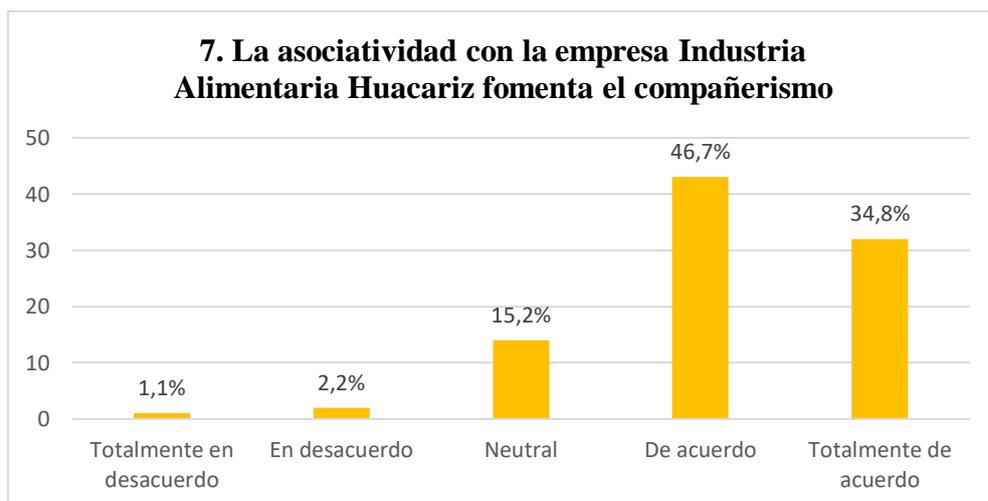
Pregunta 7. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz fomenta el compañerismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	2	2,2	2,2	3,3
	Neutral	14	15,2	15,2	18,5
	De acuerdo	43	46,7	46,7	65,2
	Totalmente de acuerdo	32	34,8	34,8	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 16

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 7.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 25 y en la figura 16 se presenta los resultados del ítem 7 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz fomenta el compañerismo? Se puede identificar que el 34,8% indicó totalmente de acuerdo, el 46,7% manifestó de acuerdo, el 15,2% consideró neutral, el 2,2% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 26

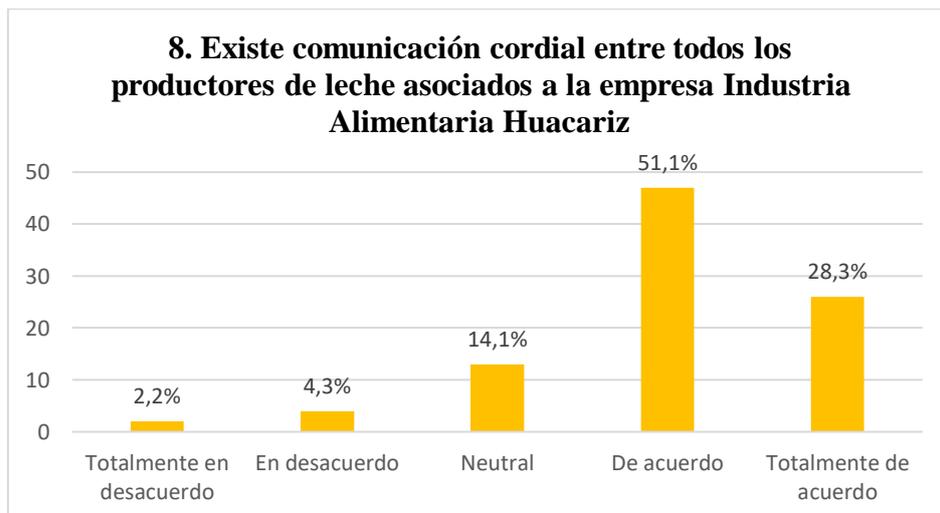
Pregunta 8. Existe comunicación cordial entre todos los productores de leche asociados a la empresa Industria Alimentaria Huacariz.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	2,2	2,2	2,2
	En desacuerdo	4	4,3	4,3	6,5
	Neutral	13	14,1	14,1	20,7
	De acuerdo	47	51,1	51,1	71,7
	Totalmente de acuerdo	26	28,3	28,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 17

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 8.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 26 y en la figura 17 se presenta los resultados del ítem 8 ¿Existe comunicación cordial entre todos los productores de leche asociados a la empresa Industria Alimentaria Huacariz? Se puede identificar que el 28,3% indicó totalmente de acuerdo, el 51,1% manifestó de acuerdo, el 14,1% consideró neutral, el 4,3% señaló en desacuerdo y el 2,2% totalmente en desacuerdo.

Tabla 27

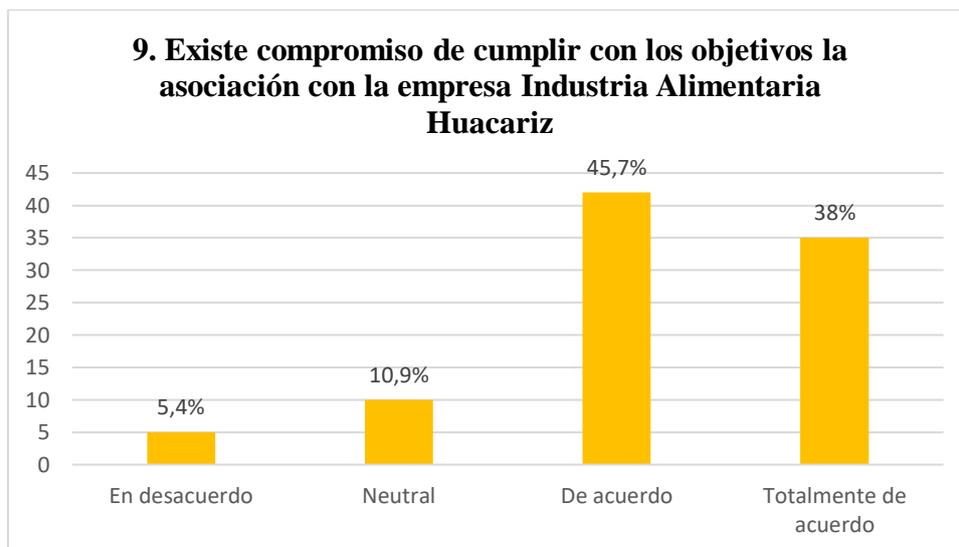
Pregunta 9. Existe compromiso de cumplir con los objetivos la asociación con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	5,4	5,4	5,4
	Neutral	10	10,9	10,9	16,3
	De acuerdo	42	45,7	45,7	62,0
	Totalmente de acuerdo	35	38,0	38,0	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 18

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 9.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 27 y en la figura 18 se presenta los resultados del ítem 9 ¿Existe compromiso de cumplir con los objetivos la asociación con la empresa Industria Alimentaria Huacariz? Se puede identificar que el 38% indicó totalmente de acuerdo, el 45,7% manifestó de acuerdo, el 10,9% consideró neutral y el 5,4% señaló en desacuerdo.

Tabla 28

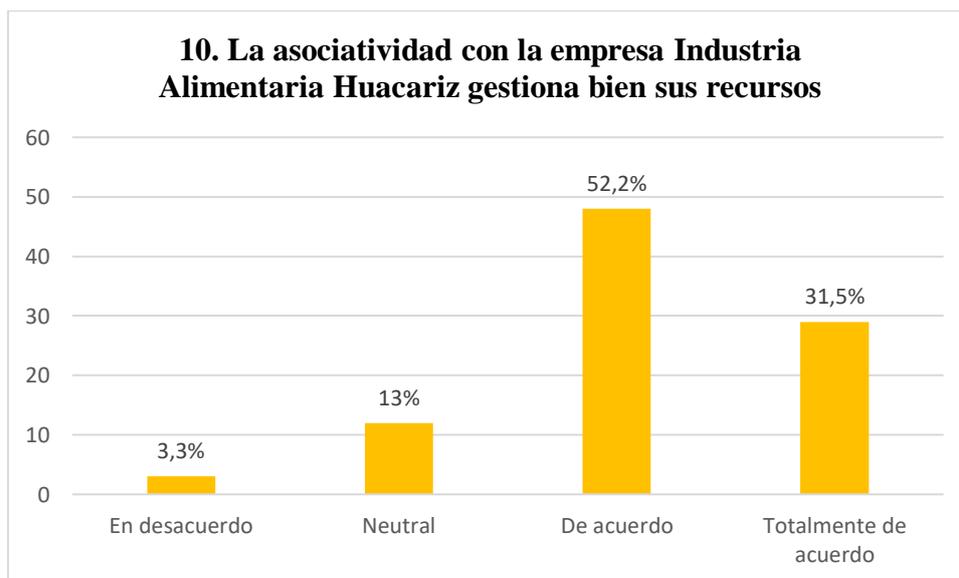
Pregunta 10. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz gestiona bien sus recursos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	3,3	3,3	3,3
	Neutral	12	13,0	13,0	16,3
	De acuerdo	48	52,2	52,2	68,5
	Totalmente de acuerdo	29	31,5	31,5	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 19

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 10.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 28 y en la figura 19 se presenta los resultados del ítem 10 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz gestiona bien sus recursos? Se puede identificar que el 31,5% indicó totalmente de acuerdo, el 52,2% manifestó de acuerdo, el 13% consideró neutral y el 3,3% señaló en desacuerdo.

Tabla 29

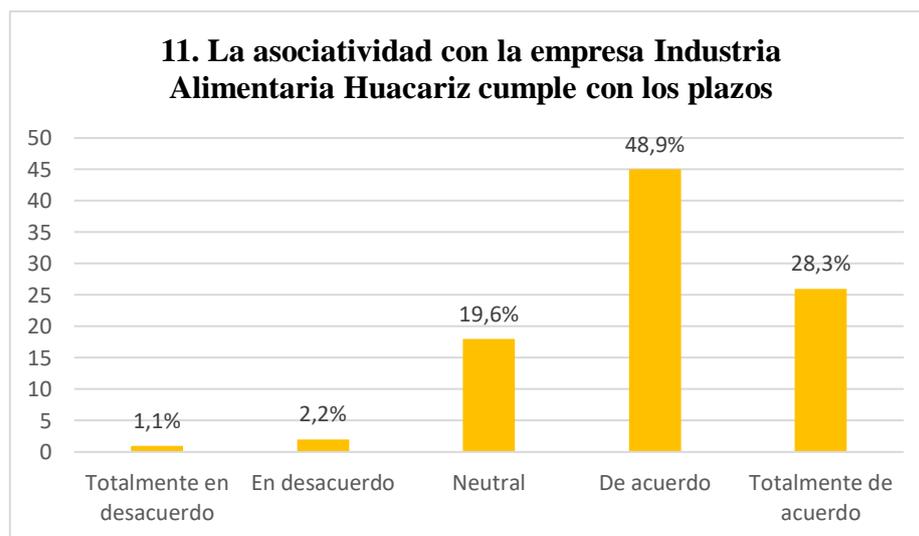
Pregunta 11. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz cumple con los plazos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	2	2,2	2,2	3,3
	Neutral	18	19,6	19,6	22,8
	De acuerdo	45	48,9	48,9	71,7
	Totalmente de acuerdo	26	28,3	28,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 20

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 11.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 29 y en la figura 20 se presenta los resultados del ítem 11 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz cumple con los plazos? Se puede identificar que el 28,3% indicó totalmente de acuerdo, el 48,9% manifestó de acuerdo, el 19,6% consideró neutral, el 2,2% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 30

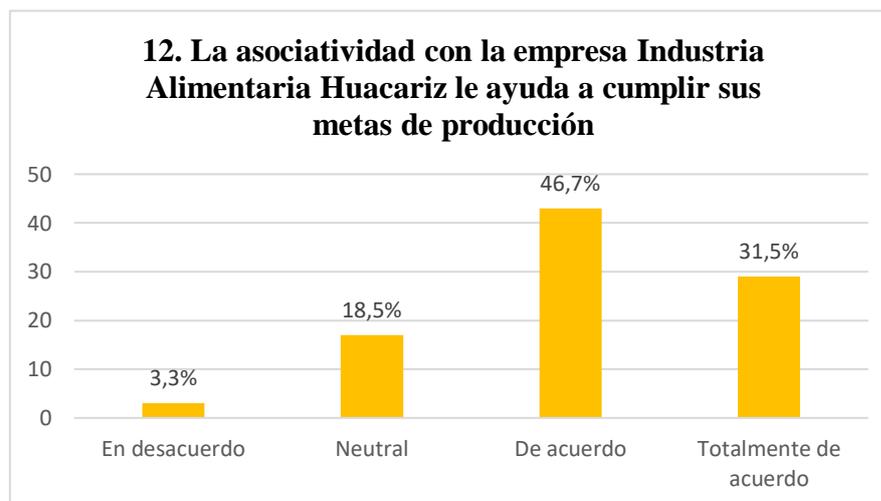
Pregunta 12. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le ayuda a cumplir sus metas de producción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	3,3	3,3	3,3
	Neutral	17	18,5	18,5	21,7
	De acuerdo	43	46,7	46,7	68,5
	Totalmente de acuerdo	29	31,5	31,5	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 21

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 12.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 30 y en la figura 21 se presenta los resultados del ítem 12 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le ayuda a cumplir sus metas de producción? Se puede identificar que el 31,5% indicó totalmente de acuerdo, el 46,7% manifestó de acuerdo, el 18,5% consideró neutral y el 3,3% señaló en desacuerdo.

Tabla 31

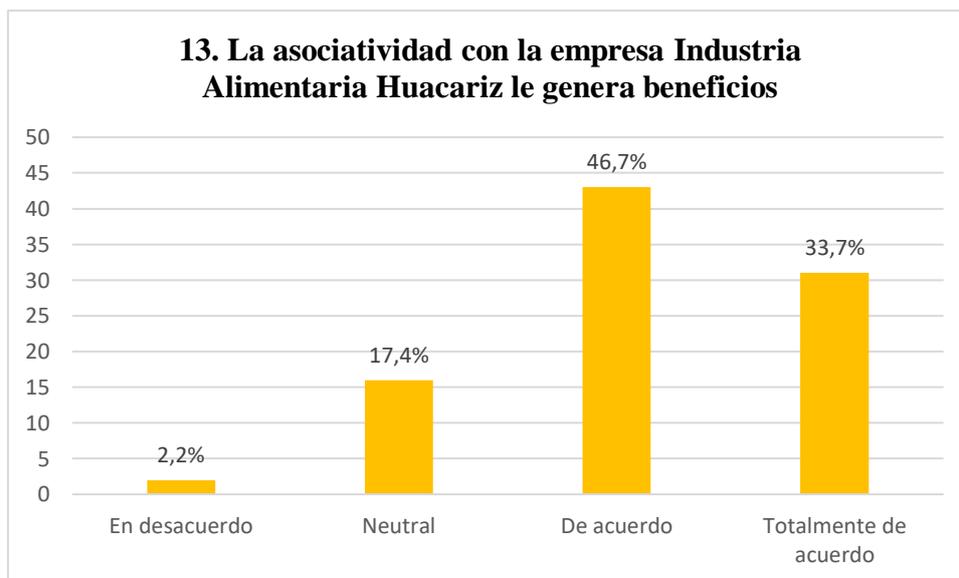
Pregunta 13. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le genera beneficios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	2,2	2,2	2,2
	Neutral	16	17,4	17,4	19,6
	De acuerdo	43	46,7	46,7	66,3
	Totalmente de acuerdo	31	33,7	33,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 22

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 13.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 31 y en la figura 22 se presenta los resultados del ítem 13 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz le genera beneficios? Se puede identificar que el 33,7% indicó totalmente de acuerdo, el 46,7% manifestó de acuerdo, el 17,4% consideró neutral y el 2,2% señaló en desacuerdo.

Tabla 32

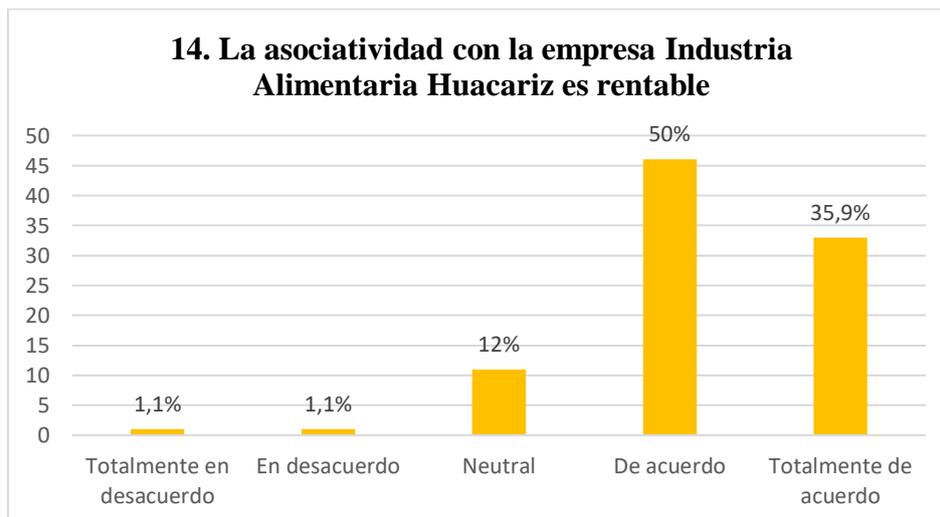
Pregunta 14. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es rentable.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	2,2
	Neutral	11	12,0	12,0	14,1
	De acuerdo	46	50,0	50,0	64,1
	Totalmente de acuerdo	33	35,9	35,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28

Figura 23

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 14.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 32 y en la figura 23 se presenta los resultados del ítem 14 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz es rentable? Se puede identificar que el 35,9% indicó totalmente de acuerdo, el 50% manifestó de acuerdo, el 12% consideró neutral, el 1,1% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 33

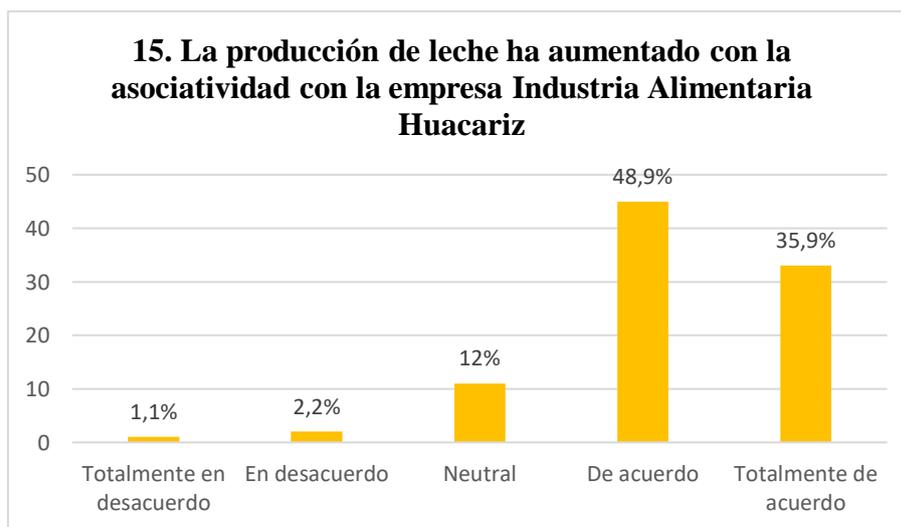
Pregunta 15. La producción de leche ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	2	2,2	2,2	3,3
	Neutral	11	12,0	12,0	15,2
	De acuerdo	45	48,9	48,9	64,1
	Totalmente de acuerdo	33	35,9	35,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 24

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 15.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 33 y en la figura 24 se presenta los resultados del ítem 15 ¿La producción de leche ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz? Se puede identificar que el 35,9% indicó totalmente de acuerdo, el 48,9% manifestó de acuerdo, el 12% consideró neutral, el 2,2% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 34

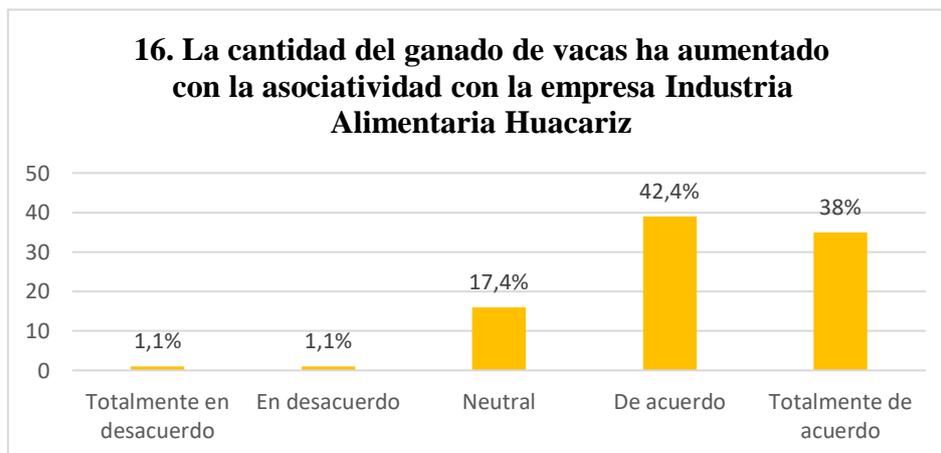
Pregunta 16. La cantidad del ganado de vacas ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
En desacuerdo	1	1,1	1,1	2,2
Neutral	16	17,4	17,4	19,6
De acuerdo	39	42,4	42,4	62,0
Totalmente de acuerdo	35	38,0	38,0	100,0
Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 25

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 16.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 35 y en la figura 25 se presenta los resultados del ítem 16 ¿La cantidad del ganado de vacas ha aumentado con la asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz? Se puede identificar que el 38% indicó totalmente de acuerdo, el 42,4% manifestó de acuerdo, el 17,4% consideró neutral, el 1,1% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 35

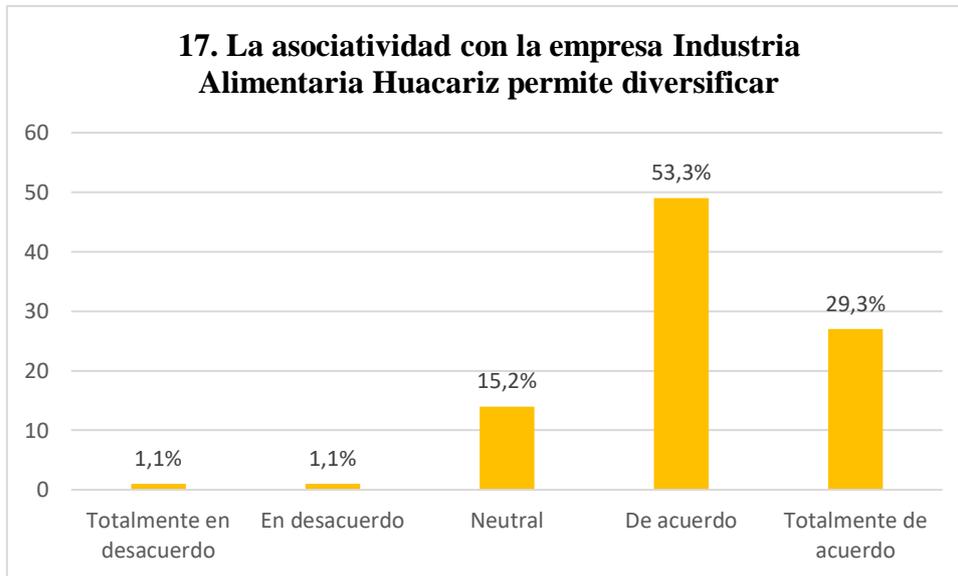
Pregunta 17. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite diversificar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	2,2
	Neutral	14	15,2	15,2	17,4
	De acuerdo	49	53,3	53,3	70,7
	Totalmente de acuerdo	27	29,3	29,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 26

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 17.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 35 y en la figura 26 se presenta los resultados del ítem 17 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite diversificar? Se puede identificar que el 29,3% indicó totalmente de acuerdo, el 53,3% manifestó de acuerdo, el 15,2% consideró neutral, el 1,1% señaló en desacuerdo y el 1,1% totalmente en desacuerdo.

Tabla 36

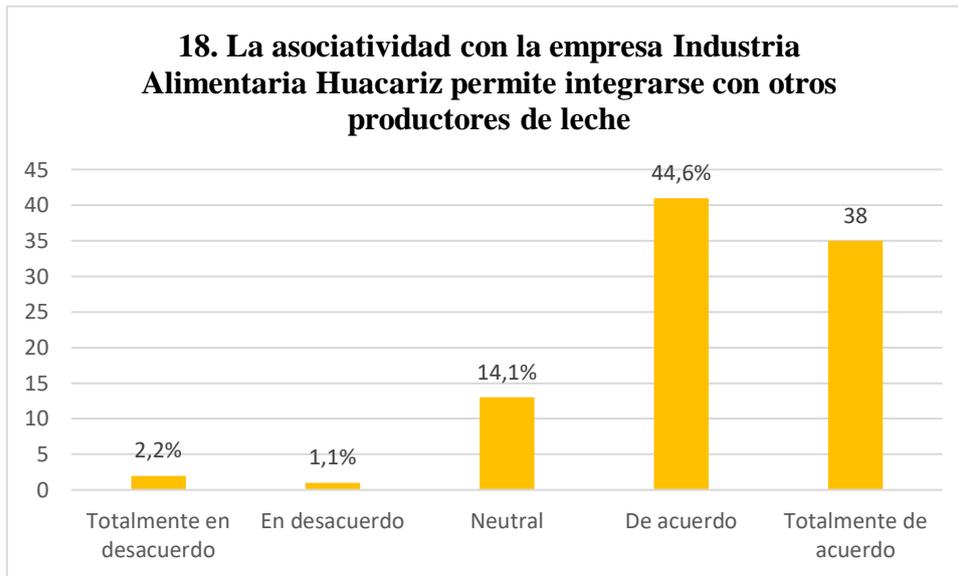
Pregunta 18. La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite integrarse con otros productores de leche.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	2,2	2,2	2,2
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	3,3
	Neutral	13	14,1	14,1	17,4
	De acuerdo	41	44,6	44,6	62,0
	Totalmente de acuerdo	35	38,0	38,0	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Nota: En base a respuestas en la escala Likert. Elaboración propia SPSS 28.

Figura 27

Gráfico de barras de distribución de frecuencias del ítem 18.



Nota. Muestra 92 elementos. Fuente: Excel con datos tabulados. Elaboración Propia.

En la tabla 33 y en la figura 27 se presenta los resultados del ítem 18 ¿La asociatividad con la empresa Industria Alimentaria Huacariz permite integrarse con otros productores de leche? Se puede identificar que el 38% indicó totalmente de acuerdo, el 44,6% manifestó de acuerdo, el 14,1% consideró neutral, el 1,1% señaló en desacuerdo y el 2,2% totalmente en desacuerdo.