

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS



TESIS

“ASOCIATIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LOS PRODUCTORES DE TOMATE
(*Solanum lycopersicum*) BAJO INVERNADERO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA
- 2022”

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EN AGRONEGOCIOS

PRESENTADO POR:

BACH. VERGARA ALFARO LIZET ANALÍ

ASESORA:

Dra. Mary Jhanina Llamó Burga

BAMBAMARCA, CAJAMARCA, PERÚ


-2024-



CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador:
LIZET ANALÍ VERGARA ALFARO
DNI: 74855014
Escuela Profesional/Unidad UNC:
DE INGENIERIA EN AGRONEGOCIOS
2. Asesor:
DRA. MARY JHANINA LLAMO BURGA
Facultad/Unidad UNC:
DE CIENCIAS AGRARIAS
3. Grado académico o título profesional
 Bachiller Título profesional Segunda especialidad
 Maestro Doctor
4. Tipo de Investigación:
 Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional
 Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación:
"ASOCIATIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LOS PRODUCTORES DE TOMATE (*Solanum lycopersicum*) BAJO INVERNADERO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA - 2022"
Fecha de evaluación: 12/09/2024
6. Software antiplagio: TURNITIN URKUND (OURIGINAL) (*)
7. Porcentaje de Informe de Similitud: 22%
8. Código Documento: oid:3117:380752589
9. Resultado de la Evaluación de Similitud: 22%
 APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 12/09/2024

| |
|--|
| <i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i> |
|  <hr/> Dra. Mary Jhanina Llamo Burga DNI: 418916002 |

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Cajamarca, a los once días del mes de setiembre del año dos mil veinticuatro, se reunieron en el ambiente 2C - 202 de la Facultad de Ciencias Agrarias, los miembros del Jurado, designados según **Resolución de Consejo de Facultad N° 153-2024-FCA-UNC, de fecha 18 de marzo del 2024**, con la finalidad de evaluar la sustentación de la **TESIS** titulada: **"ASOCIATIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LOS PRODUCTORES DE TOMATE (*Solanum lycopersicum*) BAJO INVERNADERO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA - 2022"**, realizada por la Bachiller **LIZET ANALÍ VERGARA ALFARO** para optar el Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las nueve horas y quince minutos, de acuerdo a lo establecido en el **Reglamento Interno para la Obtención de Título Profesional de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca**, el Presidente del Jurado dio por iniciado el Acto de Sustentación, luego de concluida la exposición, los miembros del Jurado procedieron a la formulación de preguntas y posterior deliberación. Acto seguido, el Presidente del Jurado anunció la aprobación por unanimidad, con el calificativo de dieciséis (16); por tanto, la Bachiller queda expedita para proceder con los trámites que conlleven a la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las diez horas y veinte minutos del mismo día, el Presidente del Jurado dio por concluido el Acto de Sustentación.

Dr. Marcial Hidelso Mendo Velásquez
PRESIDENTE

MBA Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
SECRETARIO

Dr. José Gerardo Salhuana Granados
VOCAL

Dra. Mary Jhanina Llamo Burga
ASESORA

DEDICATORIA

Al forjador de mi camino, mi padre celestial el que siempre me levanta de mi continuo tropiezo.

A mis padres, por su incondicional apoyo, ánimo incansable y ejemplo de vida.

A mis hermanos, porque siempre están presentes en mi vida, muchas veces poniéndose en el papel de padres y por compartir alegrías y tropiezos, de los cuales hemos salido triunfadores.

A mi hijo, por ser el motivo más grande que tengo en la vida.

El Autor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios todopoderoso por acompañar mi día a día, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y siendo mi compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis docentes, quienes me formaron académicamente, transmitiéndome los conocimientos necesarios para ser una mejor persona y una gran profesional.

A mi asesora, Dra. Mary Jhanina Llamo Burga, mi más profunda gratitud, por su incansable apoyo y orientación durante la realización de esta tesis.

Especial reconocimiento merece las organizaciones de estudio, quienes contribuyeron con la facilitación de información.

A todos los mencionados, mi más sincero agradecimiento.

El Autor

ÍNDICE

| | Pág. |
|--|------|
| DEDICATORIA..... | ii |
| AGRADECIMIENTO..... | iii |
| ÍNDICE | iv |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | vi |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | vii |
| RESUMEN..... | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| I. INTRODUCCIÓN | 10 |
| 1.1. Problema de investigación..... | 12 |
| 1.1.1. Problema General..... | 13 |
| 1.1.2. Problemas específicos..... | 13 |
| II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 14 |
| 2.1. Objetivo general..... | 14 |
| 2.2. Objetivos específicos | 14 |
| III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN | 15 |
| 3.1. Hipótesis general | 15 |
| 3.2. Hipótesis Específicas:..... | 15 |
| 3.3. Modelo teórico: | 16 |
| IV. REVISIÓN DE LITERATURA | 17 |
| 4.1. Antecedentes de la investigación..... | 17 |
| 4.2. Bases teóricas | 22 |
| 4.2.1. Asociatividad..... | 22 |
| 4.2.2. Competitividad | 31 |
| 4.2.3. Cadena productiva de tomate bajo invernadero..... | 39 |
| 4.3. Definición de términos básicos..... | 44 |
| V. MATERIALES Y METODOS | 46 |
| 5.1. Ubicación..... | 46 |
| 5.2. Metodología..... | 49 |
| 5.3.1. Variables | 50 |
| 5.3.2. Diseño muestral | 50 |
| 5.3.3. Validación y prueba de confiabilidad de los instrumentos..... | 51 |
| 5.3.4. Tipo de investigación | 51 |
| 5.3.5. Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 52 |
| 5.3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos..... | 52 |

| | | |
|--------|--|-----|
| VI. | RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 54 |
| 6.1. | Resultados..... | 54 |
| 6.1.1. | Datos Generales..... | 54 |
| 6.1.2. | Asociatividad..... | 56 |
| 6.1.3. | Competitividad | 64 |
| 6.1.4. | Información adicional recopilada en las organizaciones de estudio. | 70 |
| 6.1.5. | Contrastación de las hipótesis | 72 |
| 6.1.6. | Prueba de Hipótesis..... | 74 |
| 6.2. | Discusión de resultados | 86 |
| VII. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 92 |
| 7.1. | Conclusiones | 92 |
| 7.2. | Recomendaciones | 94 |
| VIII. | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 95 |
| IX. | ANEXOS O APÉNDICE | 107 |
| 9.1. | Anexo 01: Cuestionario..... | 107 |
| 9.2. | Confiabilidad del instrumento..... | 109 |
| 9.3. | Anexos 02: validación de cuestionario | 110 |
| 9.4. | Anexos 03: Matriz de consistencia..... | 116 |
| 9.5. | Anexos 04: Operacionalización..... | 119 |
| 9.6. | Anexo 05: Relación de productores de las organizaciones de estudio | 120 |
| 9.7. | Anexo 06: Fichas Ruc de las organizaciones de estudio | 126 |
| 9.8. | Anexo 07: Galería de fotos | 132 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Evolución de la Asociatividad | 22 |
| Tabla 2: Clasificación Taxonómica del tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>): | 40 |
| Tabla 3: Valor nutricional de tomate por cada 100 gr..... | 40 |
| Tabla 4: Asociaciones y/o cooperativas formalmente constituidas hace más de 1 año, del distrito de Bambamarca. | 50 |
| Tabla 5: Edad promedio de los productores de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca (asociaciones y cooperativa). | 54 |
| Tabla 6: Localización de las organizaciones productoras de tomate del distrito de Bambamarca. | 55 |
| Tabla 7: Organizaciones productoras de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca. | 56 |
| Tabla 8: Importancia de la Credibilidad en una organización, para concretizar contratos. .. | 56 |
| Tabla 9: Imagen de reconocimiento y credibilidad en una organización | 57 |
| Tabla 10: Importancia del compromiso de los socios de una organización en el fortalecimiento..... | 58 |
| Tabla 11: Compromiso por parte de los socios en las actividades dentro de su organización | 59 |
| Tabla 12: Importancia de la responsabilidad dentro de una organización..... | 60 |
| Tabla 13: La práctica de la responsabilidad de los socios en las actividades programadas, dentro de su organización..... | 60 |
| Tabla 14: Importancia del trabajo en equipo en una organización | 61 |
| Tabla 15: La adecuada integración de equipos alcanzada por parte de los socios dentro de su organización..... | 62 |
| Tabla 16: La importancia de la motivación por parte de los líderes de una organización.... | 63 |
| Tabla 17: La motivación constante por parte de los líderes en una organización | 63 |
| Tabla 18: Acceso a tecnologías innovadoras al formar parte de una asociación. | 64 |
| Tabla 19: Acceso a tecnologías de innovación de manera más accesible..... | 65 |
| Tabla 20: Incremento de sus ingresos al formar parte de una organización | 66 |
| Tabla 21: Disminución de los costos de producción al formar parte de una organización... | 67 |
| Tabla 22: Acceso a otros mercados al formar parte de una organización..... | 68 |
| Tabla 23: Venta de tomate a mejor precio formando parte de una organización | 68 |
| Tabla 24: Continuidad de oferta al formar parte de una organización | 69 |
| Tabla 25: N° de invernaderos de las organizaciones de estudio..... | 70 |
| Tabla 26: Indicadores de producción de las organizaciones de estudio | 70 |
| Tabla 27: Datos sobre los costos de producción de 1 kg/tomate y precio de venta | 71 |
| Tabla 31: Interpretación de los valores de la correlación de Pearson, según Hernández Sampieri, Hernández Collado, et al. (2014, p. 305)..... | 73 |
| Tabla 32: Promedio de respuestas según escala de Likert de las Variables y dimensiones. | 74 |
| Tabla 33: Correlación de las Variables Asociatividad y la Competitividad..... | 75 |
| Tabla 34: Correlación entre Confianza e innovación..... | 76 |
| Tabla 35: Correlación entre Confianza e Rentabilidad..... | 77 |
| Tabla 36: correlación entre confianza y acceso a nuevos mercados. | 78 |
| Tabla 37: Correlación entre la dimensión Cooperación e innovación..... | 79 |
| Tabla 38: correlación entre cooperación y rentabilidad..... | 80 |
| Tabla 39: correlación entre cooperación y acceso a nuevos mercados. | 81 |
| Tabla 40: Correlación entre la dimensión Liderazgo e Innovación | 82 |
| Tabla 41: Correlación entre liderazgo y rentabilidad..... | 83 |
| Tabla 42: Correlación entre liderazgo y acceso a nuevos mercados. | 84 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Las cinco fuerzas competitivas, que determinan la competitividad en un sector .. | 32 |
| Figura 2: Dimensiones determinantes de la competitividad nacional..... | 33 |
| Figura 3: Elementos de un mercado | 38 |
| Figura 4: Proceso productivo de tomate bajo invernadero | 42 |
| Figura 5: Mapa de la provincia de Hualgayoc, con indicación del distrito de Bambamarca donde se realizó la investigación..... | 46 |
| Figura 6: Mapa del distrito de Bambamarca, con indicación de las organizaciones de estudio. | 46 |

RESUMEN

La presente investigación titulada: "Asociatividad y Competitividad en los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022" tiene como objetivo analizar la influencia de la Asociatividad en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Es una investigación básica – teórico, con enfoque cualitativo, de diseño transversal y de tipo descriptivo – correlacional. La muestra estuvo comprendida por 77 productores asociados; para la recolección de la información se utilizó la encuesta y el instrumento cuestionario (escala de Likert), validado mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach (0.923). Se utilizó el programa IBM SPSS Statistics 26 y Excel para el procesamiento de datos y la correlación de Pearson para la prueba de la hipótesis. Se determinó que la Asociatividad influye en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca ($r = 0,823^{**}$), con nivel de significancia de 0.000, además de ello se realizó las correlaciones entre las dos variables de estudio: Confianza – innovación (0.621**), Confianza - rentabilidad (0.720**), confianza – acceso a mercados (0.639**), cooperación – innovación (0.648**), cooperación – rentabilidad (0.502**), cooperación – mercado (0,775**), liderazgo – innovación (0.794**), liderazgo – rentabilidad (0.621**), liderazgo – mercado (0.801**); todas las correlaciones con nivel de significancia 0.000. Estos resultados evidencian que la asociatividad influye de manera positiva en la competitividad de los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Palabras clave: asociatividad, competitividad, confianza, cooperación liderazgo, innovación, rentabilidad, mercado.

ABSTRACT

The present research titled: “Associativity and Competitiveness in tomato (*Solanum lycopersicum*) producers under greenhouse conditions in the district of Bambamarca - 2022” aims to analyze the influence of Associativity on the competitiveness of associated tomato (*Solanum lycopersicum*) producers under greenhouse conditions. greenhouse of the Bambamarca district, 2022. It is a basic - theoretical research, with a qualitative approach, cross-sectional design and descriptive - correlational type. The sample included 77 associated producers; To collect the information, the survey and the questionnaire instrument (Likert scale) were used, validated using Cronbach's Alpha coefficient (0.923). The IBM SPSS Statistics 26 program and Excel were used for data processing and Pearson correlation for hypothesis testing. It was determined that Associativity influences the competitiveness of associated greenhouse tomato (*Solanum lycopersicum*) producers in the district of Bambamarca ($r = 0.823^{**}$), with a significance level of 0.000, in addition to this, correlations were carried out between the two study variables: Trust – innovation (0.621**), Trust – profitability (0.720**), trust – access to markets (0.639**), cooperation – innovation (0.648**), cooperation – profitability (0.502**), cooperation – market (0.775**), leadership – innovation (0.794**), leadership – profitability (0.621**), leadership – market (0.801**); all correlations with 0.000 significance level. These results show that associativity positively influences the competitiveness of greenhouse tomato (*Solanum lycopersicum*) producers in the district of Bambamarca - 2022.

Keywords: associativity, competitiveness, trust, leadership cooperation, innovation, profitability, market

I. INTRODUCCIÓN

La asociatividad y la competitividad, palabras clave del siglo XXI, ambos términos están muy articulados con el éxito y la prosperidad de los países desarrollados o en vías de desarrollo. La competitividad está definida por la productividad y éste, es el sustento de crecimiento; lograr un máximo rendimiento de los recursos disponibles hace referencia que se tiene que producir más con los escasos recursos disponibles con los que cuentan. Sin embargo, la competitividad a nivel empresarial u organizacional está relacionada con la efectividad organizacional y su capacidad para cumplir con los requisitos de desarrollo del desempeño fijados; asimismo, se relaciona con las políticas y factores integrados en redes de innovación y emprendimiento, que son capaces de determinar el nivel de productividad del negocio (Retos Directivos, 2021).

Uno de los retos más importante que se tiene a nivel mundial a raíz de la Covid - 19, es la necesidad de asegurar el abasto y producción de alimentos agrarios. teniendo en cuenta que hoy en día vivimos en un mundo globalizado, competitivo y cambiante; lo cual se torna necesario para los productores agropecuarios organizarse mediante: asociaciones, cooperativas o cualquier modalidad organizativa agropecuaria; con la finalidad de elevar su competitividad, para así poder hacer frente a los mercados exigentes y mantenerse en ellos. Sin embargo, las pequeñas unidades de producción siempre se encuentran frente al mismo problema, débil competitividad y asociatividad; para lo cual algunos países mediante los gobiernos, impulsan la asociatividad, convirtiéndose esta en una estrategia para combatir estas barreras, influyendo positivamente en la mayoría de los casos, mejorando su competitividad en los micro productores, especialmente los que están dedicados a las actividades agropecuarias (De la Vega, 2020).

Acorde con lo mencionado anteriormente, para alcanzar ser competitivos muchos productores y empresas buscan la asociatividad, debido a que facilita estimular las capacidades individuales de los pequeños y medianos productores para lograr un mejor posicionamiento en los nuevos mercados; esto mediante alianzas estratégicas bien definidas, en la cual se genera una orientación hacia las acciones en conjunto, generando fortalecimiento y complementación entre ellas. Sin embargo existen falencias en el proceso, por lo que, con el tiempo muchas asociaciones u organizaciones desaparecen (Flórez Ortega & González Sánchez, 2012).

En nuestro país, existen experiencias respecto al fenómeno asociativo o la asociatividad, en las diferentes cadenas productivas, pues se han venido aplicando de forma gradual y exitosa en el sector agropecuario; pues ellos, son sistemas que tienden a agrupar a los actores económicos interrelacionados por el mercado con una articulada participación

en actividades que generan valor alrededor de un determinado bien o servicio. Asimismo, incluye las fases de abasto de insumos hasta la comercialización y/o consumo. Al estar articulados todos estos agentes, en términos de asistencia técnica, tecnología, financiamiento, capital propio, condiciones de equidad y cooperación, es cuando nos encontramos frente a una cadena productiva, con capacidad para responder a los cambios de un mercado globalizado y competitivo (Vallejo Chávez et al., 2016).

Sin embargo, nuestro país aún presenta deficiencias en el sistema asociativo, debido a diferentes factores que determinan el por qué se muestra un índice relativamente bajo en cuanto al tema Asociativo en la agricultura. Según Ferrando Perea (2014) en su artículo: "Asociatividad para mejora de la Competitividad de Pequeños Productores Agrícolas", determinó algunos factores que inciden en la asociatividad como: Desconocimiento de formas de asociatividad, rechazo a la asociatividad, falta de capacitación y educación, desconfianza, preferencia por trabajo individual, entre otras. Llegando a la conclusión que el factor que tiene más incidencia para llegar a la competitividad en los productores agrícolas, es la Desconfianza (71%), y la Esperanza de ayuda del Estado (69%).

En los últimos años y pese a lo mencionado, en la región de Cajamarca se ha visto un ligero incremento en las cifras de productores organizados en diferentes tipos de agrupaciones, tales como: Cooperativas, Asociaciones, grupos de trabajo, entre otras. En este aumento de las cifras de asociatividad agraria, se destacan las provincias de Jaén, Celendín, Contumazá y Hualgayoc. Bajo este contexto, la presente investigación, busca determinar la Influencia de la Asociatividad en la competitividad de productores de tomate (*Solanum lycopersicum*), bajo invernadero en el distrito de Bambamarca - 2022.

En ese sentido, esta investigación es importante porque aborda una cuestión relevante en el contexto asociativo. La asociatividad y competitividad actualmente son temas muy comunes, mencionados por la gran mayoría de entidades del estado que apoyan a las cadenas agropecuarias e incentivan a la asociatividad; y comprender su influencia de la Asociatividad en la competitividad proporciona información valiosa que puede informar a los productores en la toma de decisiones.

Por otra parte, el aporte de la investigación radica de proporcionar evidencia empírica sobre la influencia de la Asociatividad en la competitividad de los productores, de productores de tomate (*Solanum lycopersicum*), bajo invernadero en el distrito de Bambamarca - 2022; Esto enriquece el conocimiento académico al ofrecer a los profesionales la oportunidad de introducir nuevas ideas y descubrimientos en su campo de estudio. Además, servirá como base para investigaciones futuras en el mismo campo.

1.1. Problema de investigación.

El término “competitividad”, se encuentra relacionado a diversos aspectos socioeconómicos desde hace más de tres siglos; pues radica en saber cómo administrar de la mejor manera los recursos de una organización, cooperativa, empresa e incluso un país: esto tiene por consecuencia incrementar su productividad y estar provisto a los requerimientos del mercado globalizado.

Cada año, el Foro Económico Mundial publica el “Índice de Competitividad Global”, clasificando a los países según su competitividad. Es así que, en el año 2023 el país de Dinamarca logró posicionarse en el puesto N° 1, demostrando la capacidad para generar prosperidad. En esta edición, Perú se ubica en el puesto N° 55 de 64 países; los resultados no son alentadores, se pone a la luz los aspectos en los cuales el país debe enfocarse para mejorar su nivel de competitividad: Desempeño Económico, Eficiencia del Gobierno, Eficiencia de Negocios e Infraestructura, siendo este último pilar más débil dentro del Ranking, en el cual Perú se encuentra casi al final de la tabla (60 de 64 países). Estos resultados indican un nivel de competitividad relativamente bajo (Marquina et al., 2023).

Adicionalmente, los resultados del último Informe de Competitividad Regional – Perú, 2023, muestra que, de las 25 regiones del Perú, las regiones menos competitivas son de la sierra y la selva. Donde, Cajamarca obtuvo un resultado poco alentador según los pilares analizados, ubicándose en el puesto N° 21 de 25 regiones, esta situación es preocupante pues cabe recalcar que, las principales actividades que dinamiza la economía de la región Cajamarca es el sector minero y agropecuario. Este último viene siendo impulsado por el gobierno local actual, mediante la implementación de estrategias asociativas que buscan incrementar la competitividad; sin embargo, existen brechas por cerrar para lograr una región más competitiva (Instituto Peruano de Economía [IPPE], 2023)

En la actualidad, el sector agropecuario en el Perú muestra bajos niveles de competitividad en comparación con otros países del área; como consecuencia de diversos factores críticos que se anidan desde los aspectos socioculturales, paradigmas, individualismo y modelos mentales del productor agrícola. Sin embargo, en los últimos años las diversas entidades del gobierno Peruano, mediante políticas promueven la asociatividad agrícola, ganadera, apícola, entre otros; como estrategia con el fin de elevar la calidad de vida del productor y lograr una región y/o país más competitivo (Asencios Tarazona & Lozano Reátegui, 2021).

En la provincia de Hualgayoc, a la fecha existen aproximadamente más de 50 organizaciones formalmente constituidas, las cuales buscan a través de la asociatividad elevar los índices de competitividad en el sector agropecuario. Bajo este contexto, la presente

investigación pretende determinar la influencia de la asociatividad en la competitividad de los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca -2022.

1.1.1. Problema General

¿Cómo influye la asociatividad en la competitividad de los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

1.1.2. Problemas específicos

¿Cómo influye la confianza en la innovación entre los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye la confianza en la rentabilidad de los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye la confianza en el acceso a mercados para productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye la cooperación en la innovación entre los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye la cooperación en la rentabilidad de los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye la cooperación en el acceso a mercados para los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye el liderazgo en la innovación entre los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye el liderazgo en la rentabilidad de los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

¿Cómo influye el liderazgo en el acceso a mercados para los productores asociados de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Objetivo general

Analizar la influencia de la Asociatividad en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

2.2. Objetivos específicos

Determinar la influencia de la confianza en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia de la confianza en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia de la confianza en el acceso a mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia de la cooperación en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia de la cooperación en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia de la cooperación el acceso a mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia el liderazgo en la innovación por entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia el liderazgo en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Determinar la influencia el liderazgo en el acceso a mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis general

H₁: La Asociatividad influye en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H₀: La asociatividad no influye en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca -2022.

3.2. Hipótesis Específicas:

H_{1a}: La confianza influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1a0}: La confianza no influye en la innovación entre de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1b}: La Confianza influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1b0}: La Confianza no influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1c}: La confianza influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1c0}: La confianza no influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1d}: La cooperación influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1d0}: La cooperación no influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1e}: La cooperación influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1e0}: La cooperación no influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1f}: La cooperación influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1f0}: La cooperación no influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1g}: El liderazgo influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1g0}: El liderazgo no influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1h}: El liderazgo influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

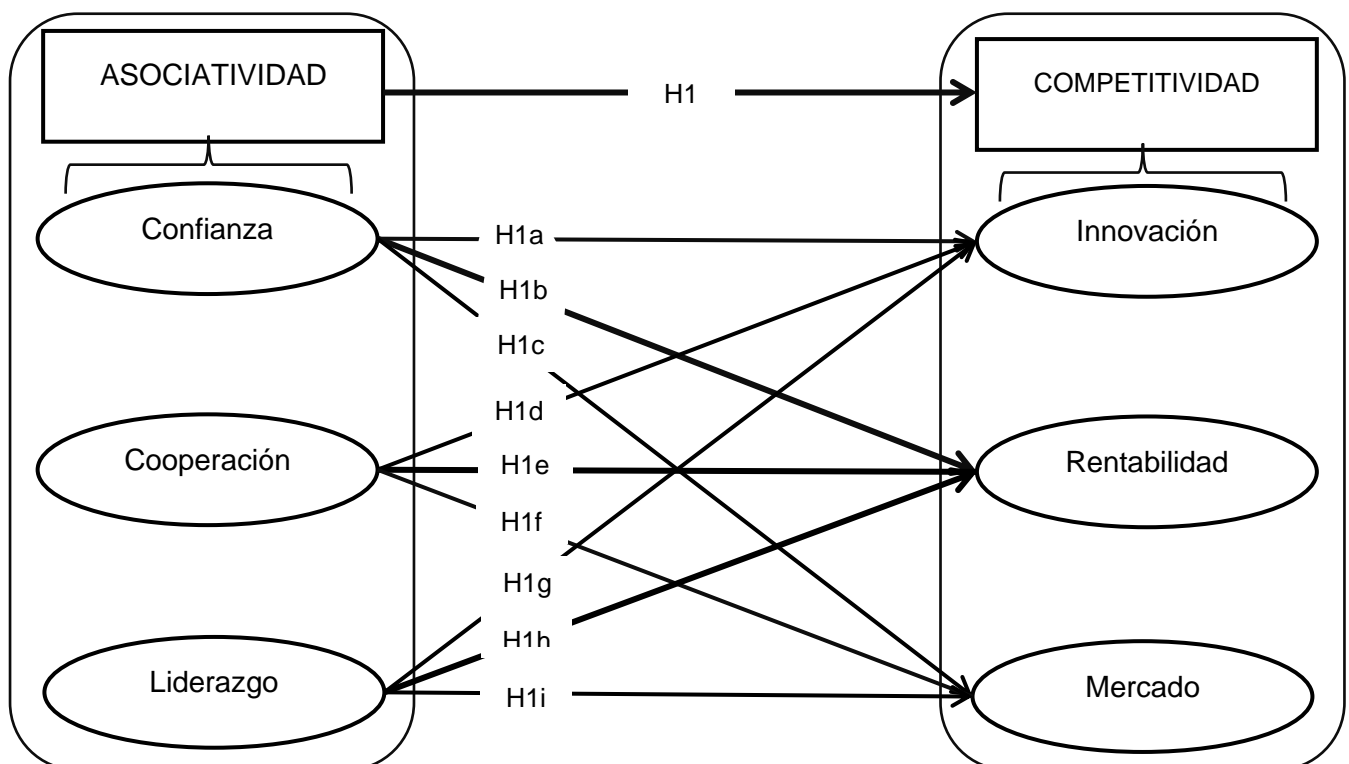
H_{1h0}: El liderazgo no influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1i}: El liderazgo influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{1i0}: El liderazgo no influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

3.3. Modelo teórico:

Figura 1: Modelo teórico en base a la investigación



Nota: Elaboración propia, en base a la investigación.

IV. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Antecedentes de la investigación

4.1.1. A nivel internacional se abordan los siguientes estudios:

Dequino (2019) en su tesis: "Factores determinantes de la integración asociativa en el sector agropecuario. Estudio de casos en el ámbito de la cuenca láctea Villa María"- Córdoba - Argentina. Tuvo por objetivo identificar los factores que determinan el éxito de las estrategias asociativas en el sector agropecuario; para el logro de este objetivo el nivel de investigación fue descriptiva, diseño no experimental; para recopilar la información se emplearon herramientas como entrevistas, observación directa y cuestionarios. Se concluyó que las pequeñas y medianas empresas agropecuarias en Villa María enfrentan una falta de inversión, visión empresarial, gestión; débil confianza entre socios, liderazgo, compromiso de parte de los socios en el logro de objetivos, cultura organizacional individualista y limitado acceso a mercados, lo que reduce su competitividad frente a las grandes empresas, llevándolas a desaparecer y fracasar con el tiempo.

García Gómez (2020) en su tesis: "Competitividad de la producción de jitomate en el estado de Oaxaca, región Valles Centrales" analizó la competitividad de los productores de jitomate bajo el sistema de invernadero en el estado de Oaxaca, región Valles Centrales. En dicho estudio, el autor empleó el método de análisis de indicadores de competitividad desarrollado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, el cual consistió en aplicar encuestas a productores de jitomate. En la investigación se concluyó que la mayoría de los productores de tomate bajo el sistema de invernadero encuestados muestran compromiso, responsabilidad, motivación y liderazgo en el desarrollo de sus objetivos planteados; lo que conllevó a lograr que sus ingresos superan sus costos de producción, lo que indica una alta rentabilidad en dicha cadena productiva. Se determinó que, la adopción de tecnologías innovadoras en el cultivo de tomate incrementa la rentabilidad y facilita el acceso a mercados más competitivos, por obtener un producto de mejor calidad. En conjunto, señalan que la cadena productiva de tomate bajo el sistema de invernadero es rentable y, por lo tanto, presenta una alta competitividad en relación con la inversión realizada.

Rivera Mejía (2016) en su tesis: "Análisis de la competitividad del cultivo de tomate en agricultura protegida, en Valles Centrales Oaxaca" – México, tuvo como objetivo: Analizar la competitividad del sistema de producción de tomate en agricultura protegida. En dicha investigación el autor se basó en la teoría de la Ventaja Competitiva según Porter y recolectó información mediante la aplicación de cuestionarios con el propósito de analizar la fase de producción y de generar un perfil de los productores. Con ello, el autor concluyó que, la agricultura protegida en la producción del cultivo de tomate en Valles Centrales, es

competitiva por factores como: liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación por parte de los productores ; del mismo modo recalcan que esta cadena productiva es rentable y competitiva, debido a que cuentan con asesoría técnica en el proceso de mejora, en la producción procurando adquirir tecnologías innovadoras y a la vez ofertando productos de calidad a precios favorables en mejores mercados.

Montaño Méndez et al. (2021) en su artículo “Competitividad del tomate rojo de México en el mercado internacional: análisis 2003-2017” tuvo por objeto: Determinar la competitividad del tomate rojo de México en el mercado internacional mediante la ventaja relativa de exportación (VRE) y la participación constante de mercado (CMS). El autor para analizar la competitividad del tomate rojo mexicano, utilizó dos métodos: índice de ventaja relativa de exportación propuesto por Vollrath (1989) y el método de análisis de participación constante en el mercado. Para ello, se basó en los datos estadísticos de FOASTAT y experiencias recogidas directamente de los productores de tomate. Llegando a la conclusión que, los productores de tomate que tengan acceso a innovaciones tecnológicas, mejoraran la producción y productividad del tomate. Del mismo modo, Montaño Méndez, señala sobre la importancia de diseñar estrategias de comercialización mediante la diferenciación del producto ya sea, a través de variedades o formas de producción. También recalca la importancia del factor asociativo, productores asociados mostrando compromiso, confianza y liderazgo entre los socios, ayuda en la mejora de la productividad para lograr ser competitivos en el mercado actual.

Cabana Villca et al. (2022) En su artículo: “Influencia del liderazgo y otras variables críticas en la competitividad de MiPymes chilenas - 2022” Tuvieron como objetivo identificar y analizar la influencia de los liderazgo transformacional y liderazgo transaccional, en la efectividad en el desempeño, esfuerzo extra y satisfacción laboral, en la competitividad de las empresas de menor tamaño de la Región de Coquimbo – Chile, para el logro de este objetivo la metodología utilizada fue: método descriptivo - inductivo; mientras que, para la recolección de información para el desarrollo de la investigación, se basó en entrevistas y encuestas a empresas de menor tamaño de la Región de Coquimbo – Chile. La conclusión a la que llegó fue que: en las empresas de menor tamaño de la Región de Coquimbo - Chile, el liderazgo, compromiso, confianza y la satisfacción del capital humano influyen de forma directa e indirectamente en la competitividad empresarial. Variables que explican en un 69% la varianza de la competitividad.

Alonso & Chávez (2022), en su artículo de investigación, “Impacto de la asociatividad en la competitividad de los pequeños productores cacaoteros de la provincia de El Oro-Ecuador”, la presente investigación tuvo como objetivo: demostrar el grado de influencia de

la asociatividad en la competitividad de los pequeños productores de cacao en la provincia de El Oro – Ecuador. Par el logro de su objetivo el autor utilizó una metodología descriptiva – correlacional, del mismo modo se realizó una revisión literaria como base para la elaboración de un cuestionario estructurado que se aplicó a 250 productores de cacao. Como resultado del estudio se pudo evidenciar que los productores que se encontraban asociados, obtienen una mayor rentabilidad que aquellos productores de cacao que trabajaban de manera individual. Asimismo, el autor señala que, que la rentabilidad resultante de la Asociatividad es directamente proporcional a las habilidades gerenciales del agente encargado de gestionar, articular y dirigir la asociación.

4.1.2. A nivel nacional se abordan los siguientes estudios:

Aliaga Arévalo (2017), en su tesis: “La Asociatividad Agraria como estrategia para mejorar la Competitividad de los productores de maracuyá de la Agrocooperativa Quñijallpa del distrito de Chao, en el año 2016”. Tuvo como objetivo determinar de qué modo influye la Asociatividad agraria como estrategia para mejorar la competitividad de los productores de maracuyá de la Agrocooperativa Quñijallpa del distrito de Chao; para el logro de este objetivo la metodología utilizada fue: método descriptivo - inductivo; mientras que, para la recolección de información para el desarrollo de la investigación, se basó en entrevistas y encuestas a los productores de maracuyá. La conclusión a la que llegó fue que: la asociatividad influye positivamente en la competitividad de los productores de la Agrocooperativa Quñijallpa, mejorando notoriamente desde que dichos productores se asociaron, pues disminuyó significativamente sus costos de producción, y por ende aumentó su rentabilidad, producción, demanda y comercialización; mejorando su competitividad en el mercado local y regional.

Agreda Licas y Zavala Agreda (2020) en su tesis: “La asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020”, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la asociatividad y la competitividad de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación en el año 2020. Esta investigación de tipo aplicada, con diseño de investigación no experimental-transversal y nivel correlacional, se obtuvo mediante la aplicación de un cuestionario a 33 PYMES de este sector, llegando a la conclusión de que, existe una relación positiva en la asociatividad y competitividad de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná; y por ende se determinó que las PYMES cuentan con un modelo asociativo bien estructurado, lo que les permite mantener un nivel competitivo destacable.

Velaochaga Eustaquio (2021). En su tesis: “Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral - Lima, periodo 2020”. Tuvo como objetivo: 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. La metodología que se utilizó fue explicativa y con enfoque cuantitativa; la técnica usada fue la encuesta. Mientras que, el instrumento que se aplicó, fue el cuestionario. La investigación concluyó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,646$) entre la asociatividad y competitividad, por lo que concluye que la confianza, comunicación, participación y liderazgo en la asociatividad, se relaciona de manera directa y significativa con la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina.

Barbachán Velásquez (2021) en su tesis "Influencia de la Asociatividad en los Productores de Palta del Distrito de la Joya, Provincia de Arequipa, 2018", tuvo como objetivo: analizar la influencia de la asociatividad en los productores de palta del distrito de la Joya, el método que se usó es de tipo observacional de campo, con un nivel descriptivo-explicativo, donde utilizó como instrumento la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de cuestionarios a 45 productores agrarios; El autor concluyó que, el modelo de asociatividad, desarrollado por La Joya Agro Export, ubicada en el distrito de la Joya, influye en los productores de palta a nivel individual, a nivel organizativo, competitividad y en el entendimiento de la problemática productiva, comercial y financiera, con lo cual se corrobora la hipótesis general planteada en su tesis.

Figuerola León & Saavedra Cruzado (2021), en su tesis titulada: "La asociatividad y competitividad de las organizaciones de pequeños productores del sector agrario peruano. Caso de estudio: Cooperativa Túpac Amaru", tuvo como objetivo: la asociatividad de pequeños productores agrarios influye en la competitividad y cómo los componentes de esta, contribuyen a mejorar su calidad de vida. El método que se usó es de tipo observacional de campo, con un nivel descriptivo-explicativo, donde utilizó como instrumento la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de cuestionarios, la sistematización de estos casos fue enriquecida con un estudio de caso realizado sobre la Cooperativa Túpac Amaru y con entrevistas aplicadas a expertos como agentes públicos, sociales, académicos y consultores privados. El autor concluyó que, la asociatividad es un camino eficaz para enfrentar las limitaciones que enfrenta la pequeña producción agraria; esta requiere de un impulso propio y de un proceso de construcción de confianza interna, responsabilidad y compromiso, siendo las asociaciones un paso intermedio y las cooperativas una forma de organización más sólida. Asimismo, estas organizaciones, con una gobernanza equilibrada y una gestión profesional, pueden escalar a una organización competitiva medida por estándares mundiales como su inserción en mercados externos. La mayor competitividad también tiene su correlativo en ingresos más estables y superiores que se manifiestan en mejoras en la calidad de vida de los socios.

4.1.3. Para profundizar la investigación se tiene antecedentes a nivel local:

Pasapera Ramírez (2018) en su tesis: “Propuesta De Asociatividad Para La Gestión De Los Productores de Cacao del Centro Poblado San Pedro de Perico - San Ignacio Cajamarca” planteó como objetivo principal establecer una propuesta de asociatividad a los productores de cacao del pueblo de Perico, provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca. El método que se utilizó para el logro de este objetivo es de enfoque cualitativo tipo descriptivo, utilizando como instrumento de recolección de datos: encuesta y entrevista dirigidos a productores de cacao de la zona. El autor concluyó que, en los productores de cacao de Perico existen deficiencias y restricciones en su actividad agrícola como: la falta de capacitación y asistencia técnica y difícil adaptación a un mundo globalizado; así mismo el proceso de asociatividad depende en gran medida del grado de capital social existente entre los potenciales participantes, haciendo hincapié en la confianza, reciprocidad, compromiso, cooperación, liderazgo, entre otros.

Rodríguez Sánchez & Villar Hernández (2019), en su tesis “La asociatividad como estrategia para la competitividad de cadenas productivas: una revisión de la literatura científica”, planteó como objetivo principal: conocer la influencia de la asociatividad en la competitividad de las cadenas productivas. El método utilizado en su tesis es descriptivo – correlacional; para el logro de los objetivos, mediante la aplicación de encuesta a los productores de las cadenas productivas del distrito de Cajamarca. El autor concluyó que la asociatividad es la mejor estrategia para aumentar la competitividad de cadenas productivas especialmente en el sector agroindustrial porque pueden desarrollar estrategias de comercialización más eficientes.

Rojas Ramírez (2021), en su tesis “La gestión de la cadena productiva del café y la competitividad de la cooperativa Aprocassi en la provincia de San Ignacio, departamento Cajamarca año 2021” Tuvo como objetivo: analizar la influencia de la gestión de la cadena productiva del café en la competitividad de la cooperativa Aprocassi en el año 2021, con el propósito de elaborar una propuesta de mejora a los problemas detectados. Se utilizó el método deductivo-inductivo; analítico-sintético y estadístico, se realizaron cuestionarios a los 82 socios de la cooperativa Aprocassi. El autor concluyó que, se logró determinar la existencia de una relación positiva media entre ambas variables, “gestión de la cadena productiva” y “competitividad” donde obtuvo el coeficiente de correlación de Pearson de 0,626, lo que indica la existencia de una correlación positiva media entre las dos variables.

Cotrina & Rabanal, (2021) en su tesis: “Asociatividad y su relación con la competitividad en la Cooperativa Agraria Norcafe, 2021”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre las variables asociatividad y competitividad en la Cooperativa

Agraria Norcafé, 2021. Se desarrolló una investigación de diseño no experimental de tipo correlacional, en la cual se empleó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual fue aplicado a la muestra de estudio que consistió en 153 socios afiliados a la cooperativa Agraria Norcafé. Los autores llegaron a la conclusión que, la asociatividad contribuye con la competitividad, debido a los elementos que ofrece como son: Capital social, confianza, responsabilidad, credibilidad y motivación, cooperativismo, comercio justo, rentabilidad, acceso a mercados, adopción de tecnologías innovadoras y sostenibilidad. Por último, después de haber aplicado el coeficiente Rho Spearman el cual arrojó una ponderación de 0.922, llegaron a la conclusión que existe una relación positiva y significativa entre asociatividad y competitividad puesto que esta valoración según la escala de medición del Rho Spearman indica que existe una correlación positiva muy alta entre ambas variables.

4.2. Bases teóricas

A continuación, se presentan teorías y conceptos que fundamentan la investigación:

4.2.1. Asociatividad

Teorías Asociativas

La asociatividad a lo largo de los años ha evolucionado, según como lo describe Sanabria Neira y Salgado Beltrán (2023), en su artículo “Aproximación al concepto de Asociatividad Agropecuaria como Desarrollo Rural”; pues se remonta desde el siglo V a. C hasta la actualidad, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1: *Evolución de la Asociatividad*

| PERIODO | CRONOLOGIA | AUTORES | APORTE |
|--|----------------------------|--|---|
| PRIMERAS APROXIMACIONES AL CONCEPTO DE ASOCIATIVIDAD | S. V a. C – S. III d. C | Uribe | Primeras manifestaciones de agrupación de artesanos y cultivadores de productos agropecuarios, en los inicios de la civilización en Egipto, Atenas y Babilonia. |
| | S XII | Uribe | En China se crearon las primeras cooperativas de ahorro y crédito. |
| | S XVI -1590 | Asociación Colombiana de Cooperativas ASCOOP | Las tribus precolombinas americanas: incas, mayas y aztecas, se organizaron en mingas, resguardos aborígenes, |

| | | | |
|--|---------------------|----------------------------|---|
| | | | encomiendas y convites para su colaboración en el trabajo. |
| | S XVIII 1730 - 1750 | Ramírez, Herrera y Londoño | Se crearon en Estados Unidos las primeras formas asociativas |
| | 1830 | Pineda | Robert Owen Padre del socialismo británico y precursor del cooperativismo |
| | 1873 | Aristóteles | Primer contenido que plantea que el hombre es un ser social, proclive a la cooperación e interacción con la comunidad |
| APORTES AL CONCEPTO EN LOS ÚLTIMOS SIGLOS | 1895 | Ramírez, Herrera y Londoño | Se crea la Alianza Cooperativa Internacional - ACI. Principios cooperativos |
| | 1957 – 1963 | Uribe | Confederación Cooperativa del Caribe. Organización de Cooperativas de América |
| APORTES AL CONCEPTO EN LOS ÚLTIMOS SIGLOS | Década del 90 | Coraggio | Nace en Brasil la asociatividad Perú, Colombia y Ecuador se realizan experiencias asociativas |
| | 2008 | MIDAGRI | Nace el programa AGROIDEAS, en apoyo a la competitividad de productores organizados en el Perú |
| | 2015 | Luttuada, Nogueira Urcola | Formas asociativas de la agricultura familiar en desarrollo rural, en Argentina |
| | 2017 | FAO | Asociatividad de agricultores familiares, aplicado a la Red Andina de Productores de Quinoa (Argentina, Bolivia, Chile, Perú y Ecuador) |
| | 2018 | Espinoza Lastra y Gómez L. | Construcción teórica y propuesta metodológica para calcular las capacidades asociativas (Ecuador) |

| | | | |
|--|------|------------------------|--|
| | 2021 | Picketty | Disminuir desigualdades estructurales de carácter económico, social y político en la sociedad. |
| | 2022 | Holmes, Arango y Pérez | Cohesión comunidad beneficiaria y desarrollo del capital y organización social |

Nota: Esta tabla 1 muestra la línea evolutiva de la Asociatividad, desde la época primitiva donde se registra la actividad asociativa como actividad humana y social, hasta la actualidad. Como se aprecia, los diferentes autores a lo largo del tiempo, han contribuido con importantes aportes que fortalecen y complementan la teoría Asociativa.

Hyman (2024) en su página Web “Faster Capital” menciona que, la confianza es el cimiento fundamental para construir asociaciones exitosas. Actúa como el adhesivo que mantiene la relación cohesionada, permitiendo a los socios colaborar hacia un objetivo común con seguridad y transparencia. La confianza no se obtiene de inmediato; se cultiva gradualmente mediante acciones consistentes y una comunicación clara y abierta. Coleman (1988), alude sobre las bases de la teoría asociativa, menciona que, la importancia de la confiabilidad, confianza y seguridad dentro de una asociación, familia o comunidad; si se practica estos valores en el tiempo, se verá reflejado en el aumento del capital social significativamente, del mismo modo en la competitividad

Putnam (1994) se enfoca en temas de confianza y de comportamientos cívicos, es por ello que divide a la asociatividad en tres elementos, que fortalecen y enriquecen el tejido social:

- Nivel de confianza
- Normas de comportamiento cívico
- Nivel de asociatividad

Putnam, basándose en la obra de Coleman divide a los grupos o asociaciones en nueve campos diferentes, entre los que están:

- La familia y el comportamiento juvenil
- Escolarización y Educación
- Vida comunitaria (virtual y cívica)
- Trabajo y organizaciones
- Democracia y calidad de gobierno
- Acción colectiva

- Salud pública y medio ambiente
- Delincuencia y Violencia
- Desarrollo económico

El autor afirma que, si una asociación persigue una mejora en el bienestar social de una comunidad, requiere de valores morales, éticos y principios, sumado del compromiso y la responsabilidad de cada persona; conllevará a mejorar su competitividad.

Modelos Asociativos

En el país de Colombia, según Lozano, (2015) la asociatividad, se desarrolla mediante la implementación de sistemas asociativos entre empresas de sectores iguales o complementarios, a través de ello se ha logrado constituir una valiosa herramienta de gestión hacia los mercados internacionales, que contrarrestan las limitaciones de las PYMES interesadas. En ella, se destaca los modelos asociativos más conocidos: sociedad de hecho, sociedad colectiva, sociedad de responsabilidad limitada (SRL), sociedad anónima (SA) y cooperativas.

Además de ello, existen modelos asociativos agrícolas tal como lo menciona el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], (2018) algunas formas asociativas para este tipo de integración son las siguientes:

- Consorcios
- Agricultura por contrato de producción, o de articulación comercial.
- Contrato de maquila.
- Alianza estratégica en cadenas productivas.
- Joint venture.
- Clústers
- Redes asociativas complejas público-privadas.

Las condiciones básicas para crear y mantener la asociatividad según Mathews Salazar (2014) son:

- Confianza
- Precisión de objetivos y metas
- Compromiso
- Cooperación
- Definición de roles
- Términos de la membresía
- Liderazgo de gestión
- Penalidades y sanciones.

Asociatividad

Ibáñez et al., (2015) La Asociatividad abarca las formas más avanzadas y complejas del proceso de integración empresarial. Su implementación promueve el desarrollo de las empresas y sectores que la adoptan, impulsando el crecimiento económico y fortaleciendo la capacidad competitiva de las regiones. Se plantea la Asociatividad como una estrategia clave, ya que ha sido utilizada en varios países de América Latina para mejorar la competitividad empresarial, permitiendo a los actores involucrados identificar la mejor manera de desarrollar sus propias estrategias y alcanzar sus metas. En el año 1997, Rosales, definió a la Asociatividad como un mecanismo de cooperación entre personas, empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa o persona participante, mantiene su independencia jurídica y autonomía, deciden participar de manera voluntaria al grupo, con la finalidad de cumplir los objetivos planteados en conjunto Rosales (1997).

Bobadilla Díaz et al. (2020) menciona que la asociatividad como impulsora de las oportunidades productivas, tiene una imagen positiva como opción para incrementar la producción, productividad, innovación acceso al mercado y competitividad, se ha encontrado que existen varios desafíos críticos para ponerla en marcha y percibirla como una real opción de fortalecimiento de las unidades productivas:

- Un primer factor que motiva de manera estructural a la asociatividad es el capital natural (sin esta voluntad de cooperar, el costo para producir y comercializar sería alto, pues dependen de este recurso para subsistir y realizar sus ventas).
- Un segundo factor que promueve el trabajo colectivo es la tradición social y cultural de las unidades productivas en territorios relativamente distantes de las ciudades y, por lo tanto, de mercados consolidados (las costumbres y valores conforman la base para construir una cultura de confianza que fortalezca la reciprocidad, generando así el capital social necesario para desarrollar la asociatividad).
- En tercer lugar, en aquellas unidades productivas en las cuales los capitales y recursos controlados son muy desiguales, la posibilidad de asociarse se hace más compleja y difícil (la voluntad de cooperar y asociarse dependerá en mayor medida de oportunidades concretas que el mercado ofrezca y el apoyo de entidades externas públicas o privadas que las impulse a trabajar de manera colectiva).

Adicional a lo anterior, Liendo & Martínez, (2001) señalaron sobre la importancia de la asociatividad, ellos recalcan que: la asociatividad permite, a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor envergadura. Con el objeto de aprovechar y potenciar las fortalezas de cada uno de los integrantes de una organización, la asociatividad permite

desarrollar proyectos más eficientes, minimizando los riesgos individuales que se daría si se trabaja de manera individualmente. Las personas asociadas, generalmente, mediante la implementación de acciones conjuntas mejoran la competitividad e incrementan la producción y productividad en las diferentes cadenas productivas a través de alianzas entre los distintos agentes que interactúan en el mercado, incrementando las oportunidades de crecimiento individual y colectivo. Esta forma de trabajo se caracteriza por:

- Independencia jurídica de los participantes
- Autonomía gerencial de cada una de las organizaciones

Según la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020). A nivel de América latina, la Asociatividad se desarrolla mediante estrategias de integración de redes empresariales, tal es el caso de experiencias exitosas de algunos países latinoamericanos que demostraron la importancia de impulsar iniciativas de articulación, asociatividad, cooperativismo tanto productiva como comercial entre firmas y el impacto positivo de estas sobre el tejido empresarial local, en términos de mejoramiento de la base tecnológica, de calidad de los recursos humanos involucrados y del entorno de negocios; Tanto a nivel público como privado se vienen impulsando, durante los últimos años, en muchos países latinoamericanos, como Argentina; diversos programas integrados por instrumentos específicos con el objeto de mejorar la competitividad y ampliar su inserción internacional.

En Perú, en los últimos años la asociatividad se promueve mediante programas que impulsan la articulación de mercados y por ende la competitividad de los agricultores, tal es el caso como el Programa de Compensaciones para la Competitividad (AGROIDEAS), Sierra y selva exportadora (SSE), entre otros. Mediante estos programas el gobierno busca incentivar a los productores elevar el nivel asociativo y por ello ser competitivos, mediante planes de Negocio en las diferentes cadenas productivas. Así mismo se menciona que la fórmula para el progreso de la agricultura familiar en el Perú, es la suma de varios factores, uno de ellos es la asociatividad, para lograr poder de negociación de cara al mercado y a los proveedores (De la Vega, 2020)

Bonett et al., (2022), Mediante la encuesta Nacional Agropecuario 2022, muestra el índice de asociatividad en el Perú: Del total de productores que pertenecen a una asociación, comités o cooperativa, El porcentaje de productores/as que pertenecen a algún tipo de organización tales como cooperativas, asociaciones, entre otras, se ha mantenido relativamente estable durante el periodo de estudio. Se registró una ligera y constante disminución, de 6,5% en el año 2014 a 5,9% en el 2019. Luego, para el año 2021 hubo un incremento de porcentaje (7,6%) volviendo a descender el 2022 (6,7%). Según región natural,

para el año 2022, podemos observar que en la Selva hay un mayor porcentaje de productores/as agropecuarios/as miembros de algún tipo de organización (12,9%); mientras que, en la Costa el porcentaje fue de 7,3%; y en la Sierra, se registra el valor más bajo 4,9%. De otro lado, en las tres regiones, podemos observar una disminución con respecto al año anterior.

En esta investigación, la Asociatividad se mide a través de las siguientes dimensiones: confianza, Cooperación y Liderazgo.

✓ *Confianza*

La confianza en una organización es muy importante, pues de ello depende mantenerse en el tiempo. Si los socios desconfían entre sí y no establecen objetivos y metas en común, el negocio asociativo fracasará. Entonces, la honestidad es clave para superar esta dificultad. Por lo tanto, es importante mantener una conversación con honestidad entre los asociados, sobre los planes, acuerdos y los deseos que se pretende llegar como asociación u organización, estableciendo objetivos concretos en común, manteniendo siempre firme la seguridad y la esperanza; se debe tener en cuenta que, la confianza elimina la incertidumbre que se genera en una organización (Vinelli Ruiz, 2019)

La confianza es la creencia, esperanza, fe o la percepción de que una organización o empresa; la seguridad de todos los socios o personas, la esperanza de que algo se desarrolle o realice conforme lo imaginamos. Eso implica la seguridad de las fortalezas y virtudes, serían capaz de lograr lo que se propongan. Se puede afirmar que, existe más confianza en las personas con las que se tiene interacciones; cuando mayor sea el contacto, más se habrá construido-evaluado el nivel de confianza. El autor recalca que, las organizaciones necesitan depositar su confianza en algo que reduzca su sensación de incertidumbre y mejore su percepción de seguridad, al ser una organización que emana confianza, transmitirá credibilidad para concretizar contratos y alcanzar ser competitivos (TITONET, 2014)

Para fortalecer la confianza en una organización, es muy importante mantener credibilidad a lo largo del tiempo, Tal como menciona Pursell, (2022), la credibilidad en las organizaciones, cooperativas, asociaciones; requiere de pasos significativos para incrementar su integridad, manteniendo su credibilidad y construir la confianza sólida. Si la organización o sus representantes no son creíbles, será imposible crear y consolidar una verdadera relación de confianza a largo plazo, como organización u empresa. Si una asociación muestra credibilidad a largo plazo logrará ser competitiva en el mercado.

✓ *Cooperación*

García (2021) define a la cooperación como la ayuda mutua entre individuos con el fin de alcanzar un bien o un objetivo en común. Cada uno de los cooperantes aporta algo al proceso cooperativo, normalmente dinero o trabajo. Esta unión responde a criterios de eficiencia, se presupone que tratar de alcanzar un objetivo de forma individual tiene un costo mayor que si se realiza de forma grupal y que en muchos casos, directamente es imposible conseguirlos de manera individual.

El autor clasifica a la cooperación en dos grandes categorías como:

- Cooperación directa: (evidente). A través de la cooperación directa, las personas se unen de forma consciente con el fin de conseguir un bien u objetivo común, o de realizar cualquier tipo de ayuda que se plantean conseguir.
- Cooperación indirecta: (difusa). Las personas que se encuentran inmersos en la cooperación no son conscientes de que, a través de sus comportamientos y acciones que realizan, están colaborando entre sí. Ejemplo: El libre comercio, el pago de impuestos, que retorna en servicios públicos de carácter universal.

Castro et al. (2018) en su artículo menciona que, la cooperación tiene influencia en el desempeño general de un empresa u organización; se trata de tener compromiso y responsabilidad en todas las actividades de una empresa o en las actividades de la cadena productiva en el caso de una organización agrícola. Sin embargo, la cooperación no debe tomarse como una solución única, definitiva e infalible en la carrera de la competitividad, sino como una alternativa para fomentar innovación, incrementar la calidad de los servicios, productos optimizar recursos y añadir valor. La cooperación empresarial u organizacional fomenta la combinación de todo tipo de recursos, mismos que pueden generar cosas nuevas.

Para Castro, una estrategia adecuada que pueden considerar las empresas u organizaciones son los acuerdos de cooperación empresarial, en donde se establezcan los motivos de dicha alianza y la distribución de riesgos entre los involucrados; para evitar:

- El comportamiento oportunista mediante la generación de relaciones de confianza entre los socios.
- Las tensiones entre el éxito y el fracaso.

La cooperación en una organización u empresa, depende mucho del compromiso que demuestren los que lo conforman, conocer el compromiso organizacional ayuda a predecir la satisfacción en el trabajo, el compromiso de la fuerza laboral, la distribución de liderazgo, el desempeño, la inseguridad laboral, etc. Desde ahí la importancia del compromiso, cuando un socio siente un fuerte sentido de compromiso organizacional es probable que aumente su

productividad, al igual que las posibilidades de que permanezca en la organización durante un período más prolongado (Coll Morales, 2020).

Asimismo, la estabilidad de la cooperación en una asociación depende mucho de la responsabilidad y la participación de los socios que compartan en ella, cumplimiento de obligaciones y de compromisos que se han planteado dentro de ella, con el objetivo de cumplir las metas planteadas.

✓ *Liderazgo*

Orellana Nirian (2019), resume al liderazgo como la acción de influir en una organización, en torno a un propósito u objetivo planteado; que necesita de un contexto, un propósito, un equipo de personas. En consecuencia, también requiere de un líder con habilidades para movilizar y alcanzar los objetivos propuestos en la organización, transmitiendo, empatía, seguridad, responsabilidad y lo más importante la motivación, es una pieza fundamental en un buen liderazgo, es esencial que el líder identifique los factores que motivan a su equipo para diseñar estrategias que los impulsen a dar lo mejor de sí mismos.

Cabe resaltar que un buen liderazgo es cuando, transmite y desarrollan dentro de una organización la integración de equipos, pues funciona como la parte esencial que mantiene la conexión y el interés por alcanzar los mismos objetivos juntos, de manera que se crea compromiso entre los socios (Alcántara, 2018).

Las Asociaciones exitosas de alto rendimiento son aquellos capaces de conseguir objetivos y resultados excepcionales, teniendo un buen liderazgo. Basan su éxito en la integración de equipo, la motivación por parte de los líderes y el saber exactamente hacia dónde se dirigen y cómo llegar hasta allí (Santana, 2021).

Por lo tanto, tener actitud y poseer liderazgo en un equipo de alto rendimiento en la empresa supone un gran beneficio para conseguir los objetivos y seguir creciendo.

Existen tres pilares fundamentales del liderazgo, según Orellana Nirian (2019):

- Capacidades personales: Aquellas que controlan las emociones y el equilibrio de las personas en momentos exigentes.
- Capacidades técnicas: Conocimientos afines con el área de desempeño de la organización; por ejemplo, contabilidad, finanzas, marketing, ingeniería, etc. Aspectos indispensables para liderar procesos asociativos.
- Capacidades sociales: Son las que facilitan la relación con otras personas y entre las que destacan; la empatía, confianza y sentido de responsabilidad.

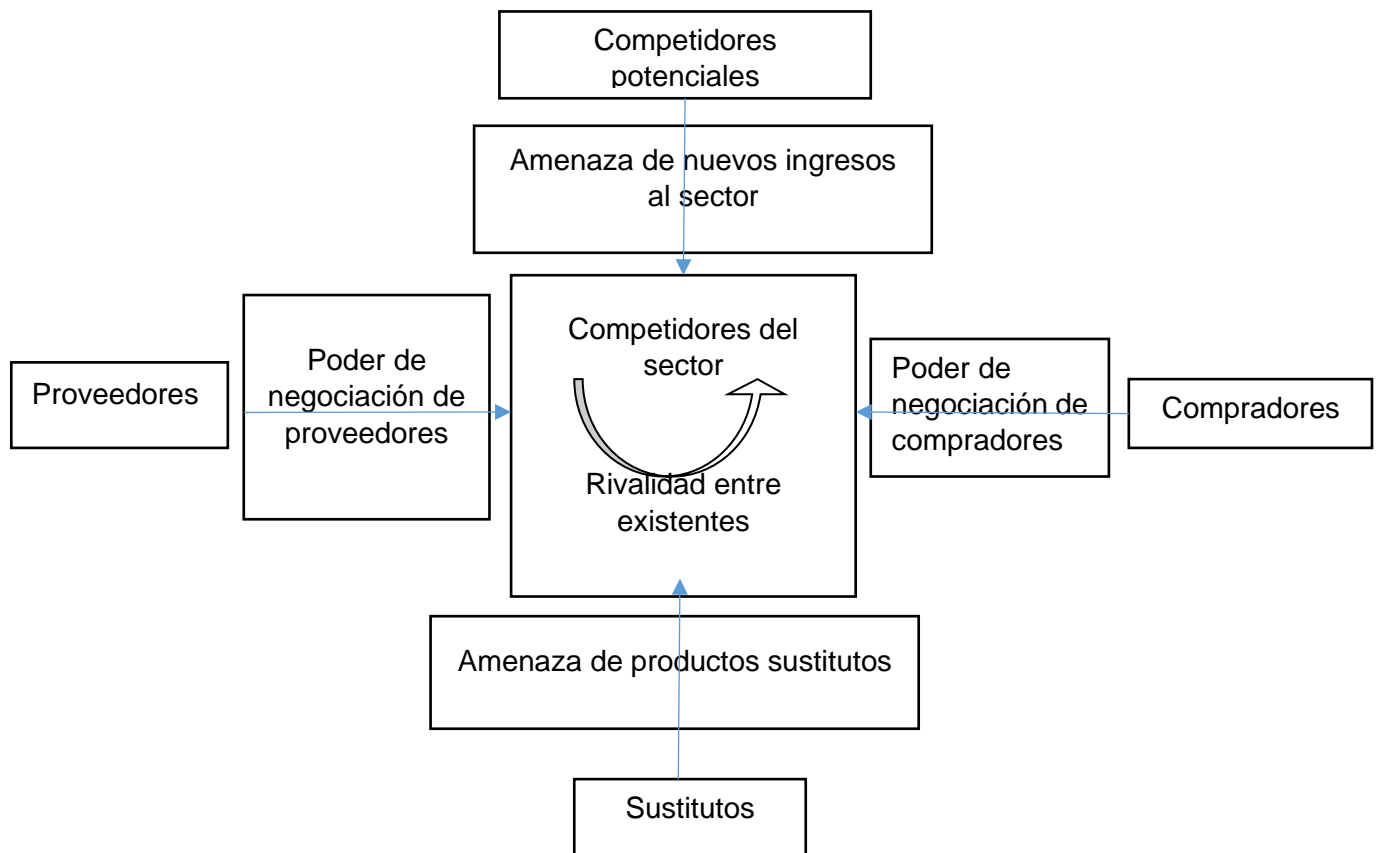
Se ratifica con confiabilidad estadística que la competitividad en las empresas de menor tamaño, es consecuencia de la influencia de cinco constructos, que deben ser consideradas variables críticas, pues influyen positiva, directa e indirectamente en la competitividad de estas empresas, las cuales son; liderazgo transformacional, liderazgo transaccional, efectividad en el desempeño, esfuerzo extra y satisfacción laboral. Variables que explican en un 69% la varianza de la competitividad.

4.2.2. Competitividad

La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. Obteniendo así una posición destacada en su entorno; generalmente se basa en una ventaja competitiva, esto es una cierta habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee. Se trata de un concepto relativo donde se compara el rendimiento de una persona u organización con respecto a otras (Roldán, 2016).

La competitividad es la capacidad que tiene la organización u empresa para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios, en un mercado, donde existen u operan competidores. El autor recalca que, una entidad logra competitividad, si existe productividad dentro de la organización. Asimismo, cuando formula e implanta con éxito una estrategia que le permite obtener retorno del capital invertido, y consecuentemente incrementa su valor. Porter, (1997) Además de ello, el autor hace mención en el poder de las cinco fuerzas competitivas que determinan la competitividad en un sector, que los clasifica:

Figura 2: Las cinco fuerzas competitivas, que determinan la competitividad en un sector

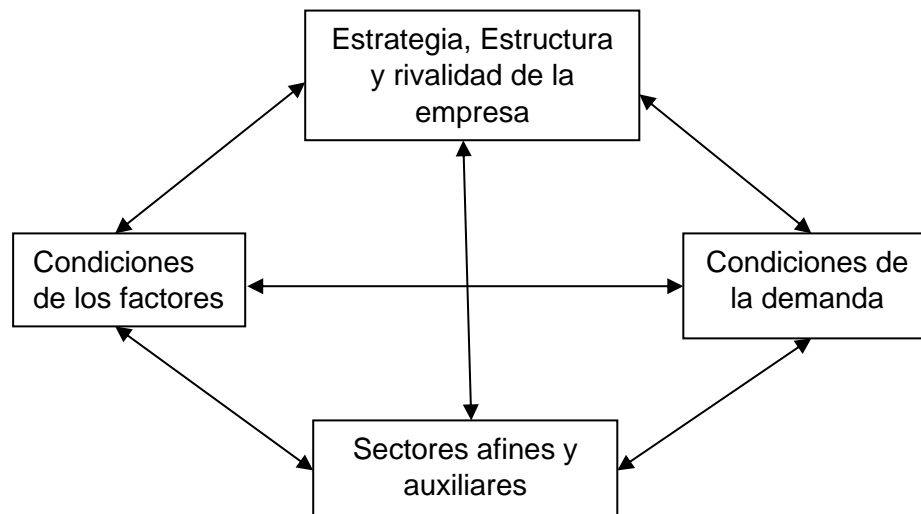


Nota: Adaptado de *La ventaja competitiva según Michael Porter, 1997*. Como podemos ver en la figura 1, los cinco factores competitivos que inciden en la competitividad de un sector, empresa u asociación. Para lo cual es importante analizar los competidores potenciales, pues influye la rivalidad del sector, organizaciones del mismo rubro. Asimismo, al analizar los proveedores, influirán en los costos de la materia prima y/o insumos. Mientras que, si se analiza a los compradores del producto, influirán en los precios que tenga que cargar la organización. Del mismo modo, la importancia de analizar y tomar en cuenta los productos sustitutos en el mercado, ya que tiene repercusión en la competitividad de una organización.

Determinantes de la competitividad:

Según Porter, (1997) existen dimensiones que determinan la competitividad en un sector, país o nación. Las naciones tienen éxito principalmente en aquellas empresas con mayor creatividad e innovación. El autor representa a estas dimensiones como el rombo de la ventaja nacional:

Figura 3: Dimensiones determinantes de la competitividad nacional.



Nota: Adaptado de *La ventaja competitiva según Michael Porter, 1997*.

La figura 2, muestra las dimensiones determinantes de la competitividad; que, al analizarlas en todo momento, permiten elevar la competitividad nacional, regional o local; tales como: Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, condiciones de los factores, condiciones de la demanda y sectores afines y auxiliares.

Competitividad en organizaciones.

La competitividad de este tipo de organizaciones sociales, se puede definir como la capacidad del ente para responder de forma eficiente no solo a las necesidades del mercado, sino a las necesidades y capacidades de sus asociados. En particular, la competitividad sería la habilidad o capacidad que tienen estas asociaciones para adaptarse y desarrollar sus objetivos, en mercados multicontexto, generando beneficios para el colectivo y desarrollo socioeconómico en los contextos donde actúen. (Ramírez García & Perez Peralta, 2018).

Márquez Pérez, (2001) menciona que, desarrollar, fomentar, alcanzar y mantener la competitividad en la organización es una importante estrategia para el logro de los objetivos y la visión de la organización. Por ello existen algunos elementos claves, para lograr ser competitivos en una organización:

- Confianza y adaptación a los cambios.
- Ruptura de paradigmas.
- Cambio e innovación, trabajo en equipo y mantener una visión global.
- Cooperación.
- Evaluación y revisión periódica de estrategias, procesos, sistemas.

- Acceso a mercados.
- Liderazgo efectivo.

Los factores que favorecen la asociatividad de los pequeños productores organizados son: costumbre trabajo comunal, cooperación, mayores beneficios económicos, optimización de la calidad, acceso a mercados, confianza, liderazgo, captación de recursos financieros y reducción de costos. La eficiencia de la cadena de valor de los pequeños productores agrícolas alcanza un promedio de 43% que revela que no poseen conjuntamente capacidades que sean ventajas competitivas significativas. Debido a que, existen factores que dificultan la asociatividad de los pequeños productores agrícolas como: desconfianza, desconocimiento de formas de asociatividad, esperanza de ayuda del Estado y rechazo de la asociatividad (Ferrando Perea, 2014)

Larrazabal, (2020) Menciona que, para que una empresa agropecuaria pueda considerarse como competitiva en un sector y logre persistir en un mercado de alta competencia; es importante que, tenga desarrollada una ventaja competitiva sólida y sostenible en el tiempo. Teniendo en cuenta que, es muy complicado competir en un mercado globalizado. Por tal motivo, encontrar y potenciar una ventaja competitiva puede significar una diferencia muy grande en el éxito de un agronegocio; para que una ventaja sea realmente contundente debe tener al menos las siguientes características:

- Cooperación y confianza entre socios.
- Liderazgo continuo.
- Administración viable para mantenerse a largo plazo.
- Relacionada con el núcleo del agronegocio
- Debe tener una buena calidad superioridad de producto.
- Producto enfocado en el cliente y brindarles un valor diferencial.
- Costos menores a la competencia o por diferenciación de productos.

La Pontificia Universidad Católica del Perú [PUCP], (2022) presentan un informe del Rankin de Competitividad Mundial IMD, que mide la competitividad de 64 países; que analiza la capacidad de generar prosperidad al usar todos los recursos disponibles y competencias de su economía de cada país; teniendo en cuenta cuatro pilares fundamentales: desempeño económico, eficiencia del gobierno, eficiencia de negocios e infraestructura. Los países que lideran el ránking de competitividad, son Dinamarca (1), Singapur (2) y Suecia (3), Hong Kong (4); mientras que los países peor evaluados son Argentina (62) y Venezuela (63) Por su parte, en América Latina, Chile (45°) sigue siendo el país mejor clasificado en Latinoamérica, seguido por Perú (54°), México (55°), Colombia (57°), Brasil (59°), Argentina (62°) y Venezuela (63°). En esta nueva edición, Perú es el país de América Latina que ha sido más

afectado en competitividad. En comparación con los resultados obtenidos el año 2021, subiendo cuatro posiciones en el ranking general a comparación del año 2021. Sin embargo, se evidencia que la competitividad del Perú se encuentra aún estancada, como resultado del bajo nivel de productividad.

Ordinola, (2017) señala que la competitividad de la agricultura y de los productores rurales peruanos está fuertemente limitada por las imperfecciones que caracterizan a los mercados globalizados de factores, productos y servicios agropecuarios, así como por el débil rol que el Estado ha desempeñado como regulador y promotor de esos mercados en los últimos 15 años. La débil integración que existe entre productores y compradores se explica, en gran medida, por los altos costos de transacción, que está vinculados con la escasa información disponible para los ofertantes y compradores. Asimismo, existen serias dificultades para organizar y administrar una oferta atomizada de productos agrícolas, que se ofertan a nivel nacional, generados por un gran número de pequeños productores. Muchas investigaciones coinciden que el acceso a la Asociatividad, articulación comercial, tecnología y asistencia técnica, puede tener un importante efecto en la productividad y competitividad de la agricultura peruana; cuya mejora es el gran reto que tiene la agricultura en los siguientes diez años.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego [MIDAGRI], (2016)), el Perú para lograr ser sostenible y competitivo, la cual debe trascender los distintos gobiernos, pues contiene medidas de mediano y largo plazo con una proyección hacia el año 2030. Por tal motivo el gobierno viene desarrollando algunos programas que tienen por objetivos como: impulsar e incrementar la innovación en los procesos productivos, promover el desarrollo tecnológico y el desarrollo productivo en el país, implementar iniciativas o instrumentos orientados a la innovación, desarrollo tecnológico, desarrollo productivo y emprendimiento. Tal es el caso del programa FIDECOM (Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad); PROINNÓVATE (Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación); AGROIDEAS (Programa de Compensaciones para la Competitividad).

La competitividad, se mide a través de las siguientes dimensiones: Innovación, Rentabilidad y mercado.

Innovación

López Fernández et al. (2018) menciona que, la innovación sí es fuente de ventajas competitivas para asociaciones o Mypes, pues el efecto de la innovación se ve reflejado en circunstancias de adversidades, como la crisis económica en las cuales las asociaciones más innovadoras obtienen mejores resultados que sus competidoras de cadenas productivas igual (pg. 7).

Según Hernández (2020) la innovación se basa en la unión entre la estrategia y los planes de productos o servicios con el fin de lograr los objetivos en común de una empresa o una organización, busca facilitar y estructurar la función dentro de la organización como diseño para la producción y ensamble de un producto. El autor menciona sobre la importancia de la cultura de la innovación tecnológica dentro de las empresas u organizaciones; se debe observar si se ha logrado crear una mentalidad innovadora, enfocada hacia el aprendizaje permanente que sirva de sustento al crecimiento de la competitividad en el largo plazo de la asociación.

Tejada Estrada et al. (2019) recalca que, la innovación tecnológica, se consideran una de las más importantes dado los cambios económicos que implica el mundo globalizado. Pues cada día cambia los productos y en los procesos en el mercado. Debido a ello, las primeras innovaciones en los productos, se refieren a la fabricación e introducción en el mercado de nuevos o mejorados productos, mientras que corresponde a las segundas innovaciones en los procesos, la instalación de nuevos procesos o sistemas de producción que emplean nuevas tecnologías. Estas estrategias permiten lograr ventajas competitivas traducidas en costos, calidad, flexibilidad de procesos, entre otras.

Diego Santos, (2023), en su blog menciona sobre las fases de la innovación, que son:

- Idea: Derivación, evaluación y liberación de ideas.
- Concepto: Evaluación de la idea postulante
- Solución: Desarrollo y periodo de pruebas
- Mercado: Promoción de la solución (producto)

➤ *Innovación: Tecnología*

La implementación de tecnología agrícola moderna resulta ventajosa para todos los actores de la cadena alimentaria agrícola. Con su aplicación en la optimización y automatización de las operaciones agrícolas y actividades de campo, los agricultores y propietarios de tierras pueden ahora ahorrar una cantidad considerable de tiempo y esfuerzo, logrando obtener productos de mejora calidad (Tradecorp, 2023).

Las soluciones tecnológicas innovadoras se enfocan en incrementar la productividad de los cultivos, manteniendo al mismo tiempo el respeto por el medio ambiente y los agricultores. Es fundamental desarrollar soluciones que respondan a las necesidades de los ecosistemas, los productores y los consumidores. Para alcanzar este objetivo, es esencial impulsar la innovación en el sector agrícola (Increnta, 2022).

Rentabilidad

La rentabilidad se define como la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este índice mide la relación de las utilidades o ganancia obtenida y la inversión realizada para conseguirla; ayudando a establecer qué tan adecuado fue el uso del capital invertido. Es por ello que la rentabilidad va de la mano de la ganancia; Sin embargo, la diferencia radica en que la rentabilidad es relativa, por lo que se usa para determinar el alcance de las ganancias en relación con el capital invertido en la organización. En síntesis, la rentabilidad es una medida de la eficiencia que determina el éxito o fracaso de una inversión. (D. Torres, 2022).

De acuerdo con Sevilla Arias (2020), el cálculo general de la rentabilidad es:

$$\text{Rentabilidad} = (\text{Valor actual de la inversión} - \text{Valor inicial de la inversión} / \text{Valor inicial de la inversión}) * 100$$

Además de ello, el autor menciona que, existe tres tipos de rentabilidad, que son:

- Rentabilidad económica. Es el beneficio promedio de una organización u empresa respecto a la totalidad de las inversiones que ha realizado que se muestra en (%).
- Rentabilidad financiera. Es la capacidad individual de obtener ganancia a partir de su inversión particular; se concibe como la relación entre beneficio neto y patrimonio neto de la empresa.
- Rentabilidad social. Se emplea para aludir a otros tipos de ganancia no fiscal, como tiempo, prestigio o felicidad social, los cuales se capitalizan de otros modos distintos a la ganancia monetaria.

➤ *Rentabilidad: Utilidades*

Las utilidades son importantes para las organizaciones, cooperativas, empresas y asociaciones porque reflejan cómo ha sido la eficiencia operativa de estas, pues son el resultado de diversas decisiones financieras y corporativas, en pro de un buen desarrollo. Asimismo, las utilidades influyen de manera positiva en el valor de la organización y son el mejor indicador del desempeño que el flujo de efectivo. Es por ello que, el análisis de la rentabilidad permite identificar las operaciones que te ayudan a impulsar su crecimiento, mantenerlo exitosamente en un mercado dinámico y competitivo; al mismo tiempo a detectar asertivamente los errores (Serrano, 2021).

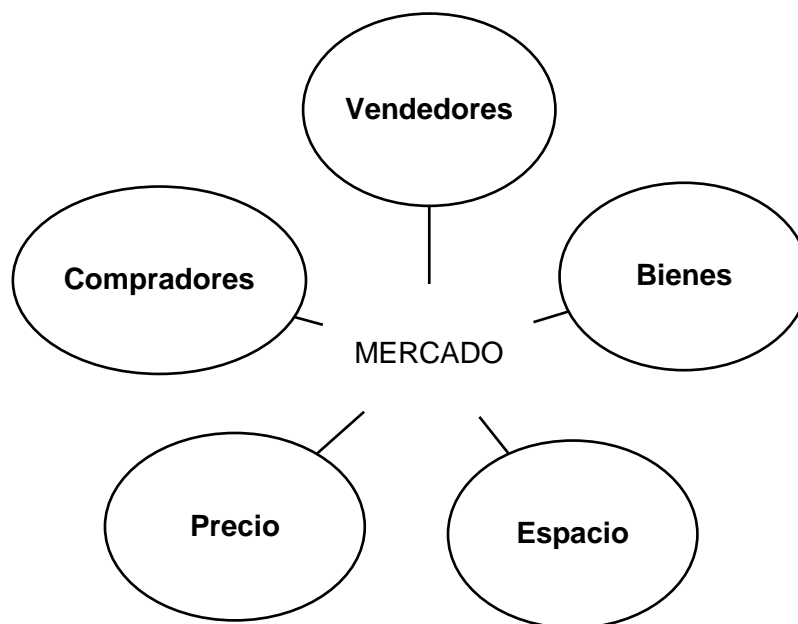
Valle, (2024) la utilidad en el marco de una Asociación es el resultado después de restar a los ingresos todos los egresos. La utilidad para las personas decisoras o los socios de negocio, también tiene una connotación subjetiva, que está relacionado con el grado de

satisfacción alcanzado o el que se espera lograr. El hecho que exista subjetividad no impide estimar una cierta cantidad de útiles diferentes en cada caso, de lo que se deriva además un cálculo de utilidad marginal.

Mercado

Elementos del mercado según Chávez (2020),

Figura 4: *Elementos de un mercado*



Nota: Adaptado de Mercado: tipos y elementos, por Chávez José 2020.

En la figura 3 se muestra información referente a los 5 elementos que conforma el mercado, de los cuales son: “Vendedores” quienes ponen a disposición del público un determinado producto o servicio; “compradores” quienes buscan cubrir una necesidad a través de la adquisición de algún producto o servicio ofrecido por los vendedores; “bienes” que son los objetos de intercambio y responsables de satisfacer una demanda; “precio”, el cual indica cuánto cuesta adquirir un determinado bien y el “espacio”, físico o virtual que sirve de lugar para la exhibición de productos y la concreción de transacciones comerciales.

➤ *Mercado: Acceso a nuevos mercados*

Pecanha, (2021) menciona que, es la medida en que los productos y servicios pueden comercializarse libremente en los mercados de nacionales e internacionales. En general, se considera que un mayor acceso al mercado permite acrecentar los beneficios mutuos entre los socios comerciales. El acceso confiable a los mercados fomenta la productividad, incrementa los ingresos y fortalece la seguridad alimentaria. Este acceso puede ayudar a

disminuir la pobreza y el hambre entre las familias productoras y sus comunidades, siempre y cuando se implementen acciones apropiadas para mitigar los riesgos del mercado y las desigualdades de poder.

El autor recalca que, la expansión de mercado genera nuevas oportunidades de ingresos y mejora la competitividad. Al aumentar las ventas y diversificar las fuentes de ingreso, las Organizaciones de productores pueden mejorar su flujo de caja y acceder a mejores condiciones de financiamiento.

4.2.3. Cadena productiva de tomate bajo invernadero

Origen del cultivo de tomate:

El origen de este cultivo apunta a Mesoamérica (México). Hace aproximadamente 10 000 años, una planta que producía una baya roja, parecido a una cereza, crecía de manera espontánea. Se trataba del *Solanum lycopersicum var. cerasiforme (SLC)*. Por lo cual, los antiguos pobladores mexicanos quienes los empezaron a consumir y cultivar, seleccionando frutos cada vez más grandes, hasta formar una nueva subespecie: el *Solanum lycopersicum var. lycopersicum (SLL)*. La palabra tomate deriva del vocablo “tomātl”, que en el idioma náhuatl (lengua azteca / México) significa “agua gorda o hinchada”. Para entonces el sistema colonial español ayudó a la difusión del tomate por todo el mundo: primero al Caribe, luego a Europa (inicialmente evitaban consumirlo pues creían que el fruto era tóxico) para llegar más adelante a Filipinas y, eventualmente, a Asia (Castro Garro, 2020)

Origen del cultivo bajo invernadero

El origen del cultivo de tomate bajo invernadero, se realiza con los cambios en la agricultura, específicamente en la producción de tomate; que pasó de ser un cultivo a campo abierto a un cultivo bajo invernadero. Todo ello con la finalidad de evitar el impacto de los fenómenos naturales y asegurar calidad y rendimiento del producto. A nivel mundial y nacional, se trabaja en el desarrollo de buen manejo técnico productivo de tomate que garanticen la aplicación y correcta ejecución de prácticas que en un sistema de producción permitan generar un fruto sano, limpio, y que contribuya a la conservación de los recursos naturales, asegurando un producto inocuo a la salud (Escobar, 2017).

Beneficios de la producción de tomate bajo invernadero según Mujica (2019)

- Protección contra condiciones climáticas extremas.
- Obtención de cosechas fuera de época.
- Mejor calidad de la cosecha.
- Permite un aumento sustancial del rendimiento de 3 a 5 veces más que el obtenido en campo abierto.

- Preservación de la estructura del suelo.
- Siembra de materiales seleccionados.
- Aumento considerable de la producción
- Ahorro en costos de producción.
- Se reduce la entrada de insectos plagas y vectores de patógenos.
- Disminución en la utilización de pesticidas.

Clasificación taxonómica del tomate (*Solanum lycopersicum*), según Cuevas Hernández (2019).

Tabla 2: Clasificación Taxonómica del tomate (*Solanum lycopersicum*):

| | |
|----------|----------------------|
| Reino | <i>Plantae</i> |
| División | <i>Magnoliophyta</i> |
| Clase | <i>Magnoliopsida</i> |
| Subclase | <i>Asteridae</i> |
| Orden | <i>Solanales</i> |
| Familia | <i>Solanaceae</i> |
| Género | <i>Solanum</i> |
| Especie | <i>lycopersicum</i> |

Nota: en la tabla 2, se observa la clasificación taxonómica del tomate según Cuevas Hernandez, como a que reino pertenece, clase, subclase, orden, familia del tomate, género y especie.

Valor nutricional del tomate por cada 100 gramos según: Zaragoza Villanueva (2023)

Tabla 3: Valor nutricional de tomate por cada 100 gr.

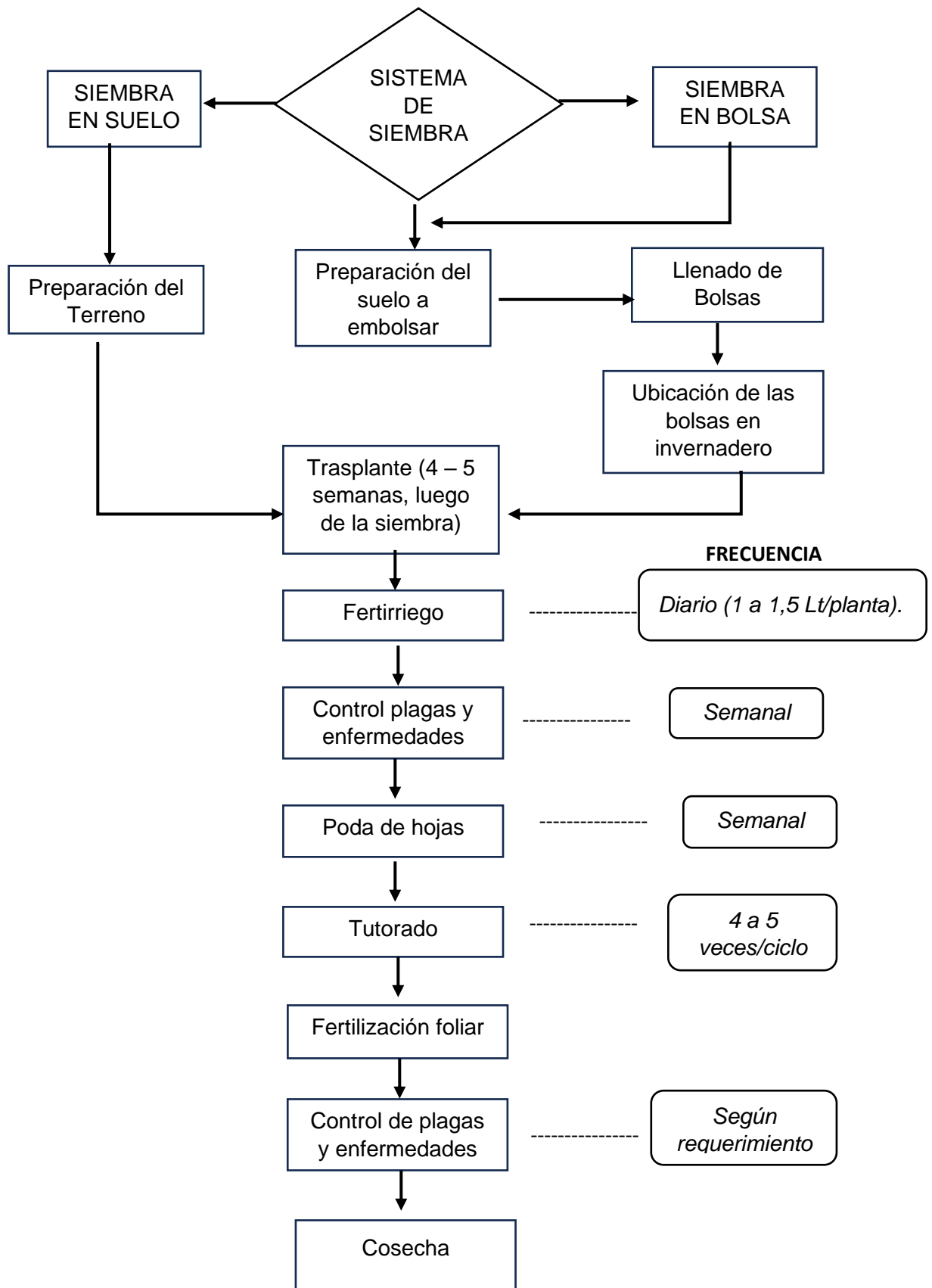
| | |
|----------------------|------------------|
| Calorías: | 18. |
| Proteínas: | 1 gramo. |
| Grasas totales: | 0,11 gramos. |
| Hidratos de carbono: | 3,5 gramos. |
| Fibra: | 1,0 gramos. |
| Calcio: | 11 miligramos. |
| Hierro: | 0,6 miligramos. |
| Magnesio: | 10 miligramos. |
| Zinc: | 0,22 miligramos. |
| Sodio: | 9 miligramos. |
| Vitamina B6: | 0,11 miligramos. |
| Agua: | 94 gramos. |

| | |
|--------------|------------------|
| Vitamina C: | 13 miligramos. |
| Potasio: | 250 miligramos. |
| Vitamina E: | 1,2 miligramos. |
| Fósforo: | 27 miligramos. |
| Vitamina A: | 0,22 miligramos. |
| Vitamina B3: | 0,9 miligramos. |
| Fósforo: | 27 miligramos. |

Nota: Tal como se muestra en la tabla 3, toda la información referente a la composición nutricional del tomate. Lo cual Zaragoza en la tabla 3, menciona que, cada 100 gr de tomate, contiene: calorías proteínas, vitaminas, entre otros. Es importante mencionar que por 100 gr de tomate, se puede encontrar 250 miligramos de potasio, seguido de 27 miligramos de fósforo; sin embargo en mayores cantidades se muestra el agua (94 gramos) según Zaragoza Villanueva (2023).

Proceso Productivo de tomate bajo invernadero, según Perilla et al. (2011).

Figura 5: Proceso productivo de tomate bajo invernadero



Descripción de cada proceso de producción:

- ✓ **Preparación del terreno:** El proceso comienza con la limpieza manual de residuos de la cosecha anterior. Luego, se realiza un riego para favorecer la germinación de semilla y preparar el suelo, asegurando que tenga la humedad adecuada para la labranza: ni demasiado húmedo para evitar que se adhiera al arado, ni demasiado seco para evitar polvo y suelo apelmazado (Olivas, 2022).
- ✓ **Almácigo:** Es la práctica específica, en donde se realiza la germinación de semillas y el desarrollo de plántulas, que debe realizarse en un sitio que reúna condiciones adecuadas, como el control del clima (Montaño Méndez et al., 2021).
- ✓ **Trasplante:** El trasplante definitivo se realiza aproximadamente entre cuatro a cinco semanas, Es conveniente realizarlo cuando la planta tenga entre tres a cuatro hojas bien formadas, o cuando su altura esté entre los 10 a 15 cm (Noreña & Rodríguez, 2006).
- ✓ **Fertirriego:** En los cultivos de tomate, el riego por goteo se utiliza para proporcionar agua y nutrientes, ajustándose al estado fenológico de la planta y a las condiciones ambientales (tipo de suelo, clima, calidad del agua). Los fertilizantes más comunes son abonos simples en formas sólidas solubles (nitratos cálcico, nitrato, fosfatos sulfato) y líquidas (ácido fosfórico, ácido nítrico).(Zambrano Paredes, 2009).
- ✓ **Control de plagas y enfermedades:** Para Escobar, (2009), la mejor forma de controlar las enfermedades de las plántulas es a través de medidas sanitarias preventivas y un adecuado manejo de las condiciones ambientales dentro del invernadero.
- ✓ **Poda de hojas:** Las plantas de crecimiento indeterminado siguen creciendo indefinidamente hasta que se elimine el brote terminal, pudiendo alcanzar varios metros. Forman 7 hojas verdaderas desde la base hasta el primer racimo floral y luego 3 hojas entre cada racimo. Al igual que en las plantas de crecimiento determinado, en la base de cada hoja se forma un brote axilar, o "chupón", que puede desarrollarse en un tallo adicional si no se elimina. (Noreña & Rodríguez, 2006).
- ✓ **Tutorado:** Es una práctica imprescindible para mantener la planta erguida y evitar que las hojas y, sobre todo, los frutos toquen el suelo, mejorando así la aireación general de la planta y favoreciendo el aprovechamiento de la radiación y la realización de las labores culturales (destallado, recolección, etc.)(Zambrano Paredes, 2009).
- ✓ **Fertilización foliar:** La fertilización foliar, que es la nutrición a través de las hojas, se utiliza como un complemento a la fertilización al suelo, se ha convertido en una práctica común e importante para los productores, porque corrige las deficiencias

nutrimentales y favorece el desarrollo, rendimiento y calidad del producto (Pérez Espinoza et al., 2017).

- ✓ **Cosecha:** El tomate al tener frutos con maduración escalonada, tienen que ser cosechados de 8 a 12 veces, con inicio a los 80 días y prolongándose hasta los 150 días, aproximadamente, y el cual dependerá de la variedad y de las condiciones climáticas (Olivas, 2022).

4.3. Definición de términos básicos

Asociatividad: Es tanto una facultad social de las personas, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas, compartiendo intereses y objetivos en común (Liendo & Martínez, 2016)

Confianza: La confianza es la seguridad o esperanza firme que alguien tiene de otro individuo o de algo. Asimismo, se trata de la presunción de uno mismo, del ánimo, vigor y fe. La confianza supone una suspensión de la incertidumbre respecto a las acciones de los demás. Por ende, la confianza simplifica las relaciones sociales (Pérez Porto & Merino, 2021)

Cooperación: Como cooperación se denomina el conjunto de acciones y esfuerzos que, conjuntamente con otro u otros individuos, realizan con el objetivo de alcanzar una meta común. Es el resultado de una estrategia de trabajo conjunto: el trabajo en equipo, la distribución de responsabilidades, la delegación de tareas, las acciones coordinadas, entre otras (Coelho, 2019)

Liderazgo: Es un conjunto de habilidades que sirven para motivar, dirigir y conducir en la manera de pensar o de actuar de otras personas. Tiene, por tanto, una función dentro de la organización, comunidad o sociedad que destaca por su relevancia e influencia de la motivación a un grupo de personas para conseguir sus objetivos de una manera efectiva y rápida (Fernandez, 2018)

Competitividad: es la capacidad de una organización para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras organizaciones del mismo sector. Ser una organización competitiva implica administrar los recursos de manera eficiente, incrementar su productividad y estar siempre acorde con los requerimientos del mercado (García Ramirez, 2015)

Innovación: es un proceso que modifica elementos y mejora lo que existe, aportando nuevas ideas que complementen las necesidades de los consumidores o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado. (Peiró, 2019).

Rentabilidad: Hace referencia a los beneficios o ganancias que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión en un negocio, empresa, individual o de un grupo de personas. Permite al inversor conocer en qué posición se encuentra frente al mercado (Sevilla Arias, 2020).

Acceso a nuevos mercados: el acceso a mercados resulta fundamental para la generación de ingresos de los productores, el mejoramiento de su calidad de vida y hacer más visible a los campesinos en los diferentes eslabones del abastecimiento de productos agropecuarios (Parrado y Molina, 2014).

V. MATERIALES Y METODOS

5.1. Ubicación

La presente investigación se realizó en el distrito de Bambamarca, Provincia de Hualgayoc- Cajamarca. Bambamarca es la capital de la provincia de Hualgayoc. Presenta un clima subhúmedo y templado: Entre 2300 y 3500 m.s.n.m., con una superficie de 668.37 Km². Es cuna de la cultura Qori-marca y tiene una población aproximada de 60000 habitantes, de los cuales el 80% pertenecen a la zona rural; El distrito de Bambamarca se caracteriza por diferentes actividades económicas, tal es el caso que, la principal actividad económica se centra en la agricultura y la ganadería (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017)

Figura 6: Mapa de la provincia de Hualgayoc, con indicación del distrito de Bambamarca donde se realizó la investigación.

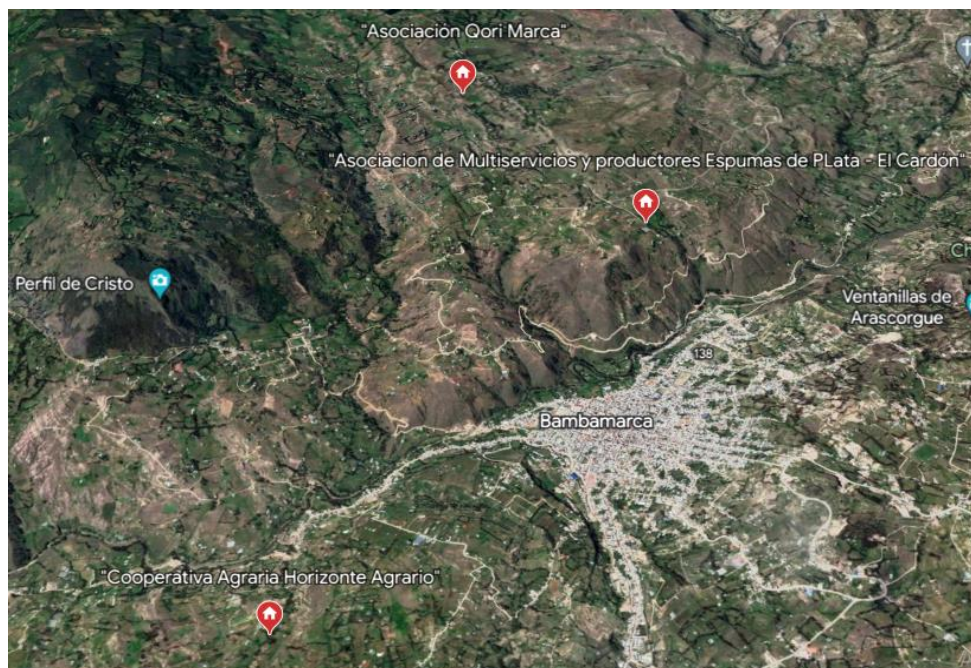


Nota: Figura 5, muestra la ubicación y límites de la presente investigación. Para lo cual los límites siguientes son:

- Por el este limita con los distritos de Huasmin y Miguel Iglesias (Celendín).
- Por el oeste con el distrito de Hualgayoc,
- Por el norte con el distrito de Chalarmarca (Chota)
- Por el sur con el distrito de Encañada (Cajamarca),

El distrito de Bambamarca, presenta una altitud media de 2526 msnm y una latitud de 06°40'33'', que se ubica a 120 km de la ciudad de Cajamarca.

Figura 7: Mapa del distrito de Bambamarca, con indicación de las organizaciones de estudio.



Nota: La investigación se realizó tomando en cuenta las principales actividades económicas que dinamizan la economía de este distrito; una de las principales actividades es la agricultura familiar en base al cultivo del tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero. Es por ello que, se realizó la investigación en las asociaciones productoras de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero, tales como: **“Asociación Qori Marca”**, ubicado en el centro poblado de Chala, **“Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”** ubicada en el caserío de Ahijadero y **Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón**, ubicado en el centro poblado de Chala, que se encuentran ubicados a las afueras del distrito de Bambamarca.

A continuación, se describe la población de estudio de las asociaciones productoras de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca:

“Asociación Qori Marca”

La “Asociación Qori Marca”, está conformado por 25 socios (14 varones y 11 mujeres) dedicados a la producción de tomate bajo invernadero; ubicados en el centro poblado de Chala, distrito de Bambamarca. Constituida formalmente el 01 de febrero del 2021. Con RUC N° 20607475408. Desde el año 2017 vienen cultivando este producto de manera conjunta; sin embargo, no estaban constituidos legalmente, debido a la pandemia Covid -19, que dificultó los trámites. Actualmente la asociación está más organizada y cuenta con 10 invernaderos de tomate.

La idea de la producción de tomate bajo invernadero, fue compartida por el presidente de la Asociación, Carlos Humberto Cruzado Benavides, que asistió a pasantías y charlas en temas sobre la producción de tomate bajo invernadero realizadas por el Gobierno Regional

de Cajamarca, entidades públicas y privadas. Consideró que esta técnica era muy rentable en el distrito de Bambamarca e inició a construir un invernadero demostrativo. Conocedor del buen rendimiento de las plantas de tomate, compartió a los productores vecinos, para posteriormente formar su asociación.

En un inicio la Asistencia Técnica fue brindado por la Agencia Agraria Hualgayoc - Bambamarca; en la actualidad vienen recibiendo Asistencia Técnica por parte de la Municipalidad Provincial Hualgayoc - Bambamarca, mediante el programa de PROCOMPITE (Apoyo a la Competitividad Productiva).

La asociación tiene una capacidad productiva de 450 plantas de tomate por invernadero, esto debido a que se ha construido sin la dirección de asistencia técnica. El rendimiento por Kg/planta/ campaña es de 2.8 kg, haciendo un total de 1260 Kg por campaña (3 meses); es por ello que comercializan aproximadamente 420 kg de tomate al mes y 105 kg de tomate de manera semanal, que destinan al mercado local y regional (Trujillo, Cajamarca y Piura).

“Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”

La Cooperativa Agraria Horizonte Agrario, con domicilio legal en el caserío Ahijadero, distrito de Bambamarca, provincia de Hualgayoc, región de Cajamarca. Conformado por 27 socios (10 hombres y 17 mujeres), dedicados desde hace más de 4 años a la producción de tomate bajo invernadero. Se constituyó legalmente el 16 de mayo del 2019. Actualmente se dedican a la producción de tomate bajo invernadero en toda la época del año, contando con 12 invernaderos; logrando así, vender de manera semanal 400 kg al mercado de Empresa DÁMPER, Chiclayo, Trujillo, Cajamarca, distrito de Bambamarca.

En el año 2020, la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, les apoyó con la construcción de 2 invernaderos que les ayudó significativamente en tema de costos, aumentar su producción y rentabilidad.

Los socios que actualmente forman parte de la Cooperativa Agraria Horizonte Agrario, eran parte de una Asociación Denominada “Asociación Productores Agroecológicos Vida Sana” con la cual iniciaron la gestión de un Plan de Negocios de Adopción de Tecnología denominado: Incremento de la producción y productividad de tomate ecológico bajo invernadero en la “Asociación Productores Agroecológicos Vida Sana” ante el programa AGROIDEAS del Ministerio de Agricultura y Riego (MIDAGRI); en el cual tuvieron éxito, ejecutando la construcción de invernaderos para sus socios participantes. El cual les permitió mejorar la producción y productividad de la cadena productiva de tomate bajo invernadero. Luego de liquidar dicho plan de negocio la organización antes mencionada optó por conformar una Cooperativa a la cual denominaron: “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”. Esto con la finalidad de proporcionar beneficios económicos y financieros a sus miembros.

En el año 2022, la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” son beneficiados del Proyecto Nueva York 2022, que consiste en recibir capacitaciones en temas de abonamiento, manejo integrado de plagas, acceso a mercados y fortalecimiento organizacional. Ante este panorama, los socios de la cooperativa consideran que les ha beneficiado en gran manera, ya que debido a ello pudieron acceder a nuevos mercados y obtener más beneficios de forma conjunta.

“Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón”

La “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata - el Cardón”, ubicados en el caserío San Juan de Cuñacales – El Cardón. Conformado por 25 socios (12 hombres y 13 mujeres) dedicados a la producción de tomate bajo invernadero. Constituida legalmente el 06 de enero del 2021. Con RUC N° 20607404586. Desde el año 2019, la mayoría de los socios tienen conocimientos técnicos- productivos del cultivo de tomate bajo invernadero, es por ello que, deciden conformar una asociación legalmente constituida, con el fin de llegar a más mercados con su producto; es así que, en el año 2021, lograron llegar con su producto al mercado de Chiclayo, lo cual hasta ahora vienen ofertando. Además de ello, venden su producto a mercados de Trujillo, Cajamarca y Lima.

A lo largo de los meses en los cuales la asociación ha venido produciendo tomate bajo la modalidad de invernadero, recibieron asistencia técnica por parte de algunas instituciones públicas y privadas (Gerencia de Desarrollo Económico de la MPH-BCA, Agencia Agraria, INIA, Agrorural), sobre el manejo agronómico, Fortalecimiento de Asociatividad, Articulación Comercial, entre otros temas.

Actualmente tienen 13 invernaderos. Cada invernadero tiene una capacidad productiva de 450 plantas de tomate, esto debido a que se ha construido sin la dirección de asistencia técnica. El rendimiento por Kg/planta/ campaña promedio de 3 - 5 kg, haciendo un total de 1350 Kg por campaña (3 meses) promedio; es por ello que comercializan aproximadamente 450 kg de tomate al mes y 112 kg de tomate de manera semanal, que destinan al mercado local y regional.

5.2. Metodología

La presente investigación es una investigación básica – teórico, de nivel correlacional, es decir se orientó a describir y analizar la relación de las variables, siendo estas la Asociatividad y Competitividad.

La investigación presenta un enfoque cualitativo, lo cual implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen. Por esta razón, los resultados se expresan en palabras (Solís, 2019).

Asimismo, la investigación es de corte transversal, pues se recolectó información en un solo momento, Así lo menciona, Alvarez Risco, (2020), la investigación transversal se mide una sola vez, las variables y con esa información se realiza el análisis; se miden las características de uno o más grupos de unidades en un momento específico, sin evaluar la evolución de esas unidades.

5.3.1. Variables

- Variable Independiente: **Asociatividad**
- Variable Dependiente: **Competitividad**

5.3.2. Diseño muestral

Población

La investigación se realizó a los productores de tomate, bajo invernadero del distrito de Bambamarca, que pertenezcan a una asociación o cooperativa. Para determinar la influencia de la asociatividad en la competitividad de los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*).

La investigación tiene como población a 77 productores asociados dedicados a la producción de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero, que se encuentran distribuidos en los diferentes centros poblados y/o caseríos del distrito de Bambamarca.

- Criterios de Inclusión:

Productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) asociados bajo cualquier sistema organizativo (Asociación o Cooperativa) del distrito de Bambamarca.

- Criterios de Exclusión:

Los criterios de exclusión, se está tomando en cuenta excluir a los productores individuales del distrito de Bambamarca.

Población final:

Teniendo en cuenta los criterios de Inclusión y exclusión la población final es de 77 productores de la “Asociación Qori Marca”; “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” y la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata - el cardón” del distrito de Bambamarca.

Tabla 4: Asociaciones y/o cooperativas formalmente constituidas hace más de 1 año, del distrito de Bambamarca.

| Ítem | Organizaciones | Distrito C.P/Caserío | / N° de productores |
|---------------------|---|-------------------------|---------------------|
| Asociaciones | | | |
| 1. | “Asociación Qori Marca” | Centro poblado de Chala | 25 |
| 2. | “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata - el cardón” | Centro poblado de Chala | 25 |
| Cooperativas | | | |
| 3. | “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” | Caserío Ahijadero | 27 |
| TOTAL | | | 77 |

Nota: Esta tabla 4 muestra la cantidad de organizaciones productoras de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero, del distrito de Bambamarca; asimismo, el número de productores que pertenecen a cada organización, que están constituidas formalmente y en actividad hace más de 1 año (2 asociaciones y 1 cooperativa).

a. Muestra

En la presente investigación se ha tomado por conveniente tomar como muestra a la población final, teniendo en cuenta los criterios de Inclusión y exclusión, que es un total de 77 productores, que pertenecen a la “Asociación Qori Marca”; “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” y la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata - el cardón”.

5.3.3. Validación y prueba de confiabilidad de los instrumentos

Para la validación del cuestionario, en la presente investigación se aplicó la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach.

5.3.4. Tipo de investigación

Es una investigación básica – teórico ; en cuanto al alcance de la investigación o nivel de investigación, el presente estudio es de tipo descriptivo - correlacional. Es descriptivo, porque se evaluó o se describió las características o perfiles de las variables. Además de ello, permitió conocer la influencia entre las dimensiones de asociatividad y la variable competitividad. Tal como menciona, Mejia Jervis (2017) la investigación no experimental es la que los investigadores miden dos variables y establecen una influencia o relación estadística entre las mismas (correlación), sin necesidad de incluir variables externas para llegar a conclusiones relevantes; el propósito principal de la investigación correlacional es averiguar la influencia o relación entre dos variables.

5.3.5. Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Fuentes:

➤ Primaria

Productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

➤ Secundaria

Informes, textos, libros, tesis, artículos, entrevistas, entre otros.

Técnica: Encuesta

La técnica para la recolección de datos en esta investigación es la encuesta, el cual ayudó en la recolección de datos de esta investigación. Así lo mencionan (López-Roldan & Fachelli, 2015), que la encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo. Dada la extensión de su práctica se ha convertido en un referente obligado de los métodos de investigación

Instrumentos: Cuestionario

El instrumento que se utilizó en la investigación es el Cuestionario de Encuesta, con preguntas de tipo escala de valoración de Likert, ayudó a medir la influencia de las variables de Asociatividad y Competitividad, este cuestionario fue aplicado a los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca. Es un instrumento de medición que a diferencia de preguntas dicotómicas con respuestas si/no nos permitió medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le propongamos, mediante un conjunto de preguntas a través de una escala ordenada y unidimensional sobre temas de interés en una investigación. Las preguntas son contestadas por los encuestados (Llauradó, 2014).

De lo mencionado, en la presente investigación se aplicó el instrumento cuestionario de encuesta en las variables Asociatividad y Competitividad.

5.3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Análisis de datos:

El análisis de datos para la presente investigación se realizó mediante el método estadístico descriptivo a través del Software Estadístico SPSS y el programa de cálculo de

office Excel, donde se almacenó los datos recolectados mediante la aplicación de cuestionarios a los productores, para posteriormente analizar cada variable de estudio con sus dimensiones e indicadores, con el fin de determinar la relación entre la asociatividad y la competitividad de productores de tomate bajo invernadero.

Procedimiento:

El instrumento utilizado en la presente investigación fue el cuestionario de encuesta aplicado a los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) en el distrito de Bambamarca. Posteriormente de recabar toda la información y los datos obtenidos fueron organizados en una matriz Excel para luego realizar un análisis en el programa SPSS, con el fin de realizar un análisis profundo respecto a las variables de investigación (Asociatividad y Competitividad); Se analizó primero, la confiabilidad de instrumento (cuestionario) mediante la confiabilidad Alfa de Cronbach en el programa SPSS, teniendo en cuenta el cuestionario en escala de LIKERT (Totalmente de acuerdo – De acuerdo – Ni de acuerdo ni en desacuerdo - Totalmente en desacuerdo), para luego analizar los datos teniendo en cuenta el coeficiente de Pearson:

- -1.00 Correlación negativa perfecta
- -0.90 a -0.99 Correlación negativa muy fuerte.
- -0.75 a -0.89 Correlación negativa considerable.
- -0.50 a -0.74 Correlación negativa media.
- -0.25 a -0.49 Correlación negativa débil.
- -0.10 a -0.24 Correlación negativa muy débil.
- 0.00 No existe correlación alguna entre las variables.
- +0.10 a +0.24 Correlación positiva muy débil.
- +0.25 a +0.49 Correlación positiva débil.
- +0.50 a +0.74 Correlación positiva media.
- +0.75 a +0.89 Correlación positiva considerable.
- +0.90 a +0.99 Correlación positiva muy fuerte.
- +1.00 Correlación positiva perfecta

para determinar la influencia de la Asociatividad en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero en el distrito de Bambamarca.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Resultados

Los resultados de la presente investigación, se obtuvieron a través de documentos, archivos, ficha de observación y registros; además de las visitas realizadas a las asociaciones productoras de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca, quedando registro de todas las actividades mencionadas por medio de fotografías, entrevistas y encuestas a los productores.

Los resultados obtenidos muestran datos sobre la influencia de asociatividad en la competitividad de los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca; tal como lo mencionan Fornet-Hernández et al.(2021), el resultado de investigación es un elemento de gran valor, en la cual se utiliza procedimientos y métodos científicos que permiten dar solución a problemas de la práctica o de la teoría y que se materializan en sistemas de conocimientos sobre la esencia del objeto o sobre su comportamiento.

De igual manera la interpretación de los resultados nos permite estudiar los patrones, las tendencias y las correlaciones de los datos procesados utilizando métodos estadísticos adecuados, con la finalidad de elaborar resultados fiables y extraer conclusiones significativas (Abbadia, 2023).

En la discusión se realizará la interpretación de los resultados que se han obtenido y las implicaciones de estos. Donde se comprueba y se da respuesta a la pregunta: “¿Qué significado tiene lo que encontré?”, para lo cual se compara los resultados obtenidos en la investigación con los que se han presentado en la introducción o con otras investigaciones (Hernando, 2022).

6.1.1. Datos Generales

Tabla 5: Edad promedio de los productores de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca (asociaciones y cooperativa).

| | Rango de la edad de los socios | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|--------------------------------|------------|-------------|
| Asociación | Entre 18 años - 25 años | 18 | 23% |
| | Entre 25 años- 40 años | 17 | 22% |
| | Entre 40 años a más | 17 | 22% |
| Cooperativa | Entre 18 años - 25 años | 2 | 3% |
| | Entre 25 años- 40 años | 19 | 25% |
| | Entre 40 años a más | 4 | 5% |
| Total | | 77 | 100% |

Nota: En la tabla 5 muestra la edad de los socios participantes, la edad es un criterio importante para llevar a cabo la asociatividad. La existencia de socios de menor edad es favorable en una Asociación, puesto que son mayores las probabilidades de estar abiertos al cambio e incentiven el proceso de conformación de un nuevo modelo asociativo y socios con mayor edad son líderes de grupo (Soto Anacleto, 2014); tal como se muestra en la tabla 5, del total de productores encuestados (Asociaciones y cooperativa). A nivel de asociación, solo 18 socios tienen una edad entre de 18 a 25 años, que representa el 23%. Mientras que, 17 socios tienen edades entre 25 a 40 años, que representa el 22% del total; asimismo, 17 socios productores mencionan tener edades entre 40 años a más que representa el 22% de todos los socios que pertenecen a las asociaciones de estudio. Adicional a ello, a nivel de la cooperativa solo 2 socios tienen una edad entre de 18 a 25 años, que representa el 3%. Mientras que, 19 socios tienen edades entre 25 a 40 años, que representa el 25% del total; asimismo, 4 socios productores mencionan tener edades entre 40 años a más que representa el 5% de todos los socios que pertenecen a la cooperativa de estudio. Se puede apreciar que en las organizaciones productoras de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca (asociaciones y cooperativa) tienen socios en su mayoría entre 25 años a 40 años, prediciendo así una asociatividad exitosa.

Tabla 6: Localización de las organizaciones productoras de tomate del distrito de Bambamarca.

| | Lugar | Frecuencia | Porcentaje (%) |
|--------------|-------------------------------|------------|----------------|
| ASOCIACIONES | Centro Poblado Chala | 25 | 32.5% |
| | Caserío San Juan de Cuñacales | 25 | 32.5% |
| COOPERATIVA | Caserío Ahijadero | 27 | 35.1% |
| Total | | 77 | 100.0% |

Nota: En la tabla 6, se muestra la localización de las unidades productivas de estudio (Asociaciones y cooperativa). La “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - el Cardón”, se encuentran ubicadas en el Caserío de San Juan de Cuñacales; Ahijadero a 20 minutos de la Ciudad de Bambamarca. La “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”, se encuentra ubicado en el caserío Ahijadero a 10 minutos de la Ciudad de Bambamarca; la “Asociación Qori Marca”, se encuentra ubicado en el centro Poblado de Chala, Ahijadero a 15 minutos de la Ciudad de Bambamarca; las organizaciones que se muestran en la tabla 3 pertenecen al distrito de Bambamarca.

Tabla 7: Organizaciones productoras de tomate bajo invernadero del distrito de Bambamarca.

| Nombre de la Organización | Frecuencia | Porcentaje (%) |
|---|------------|----------------|
| “ASOCIACIÓN QORI MARCA” | 25 | 32.5% |
| “ASOCIACION DE MULTISERVICIOS Y PRODUCTORES ESPUMAS DE PLATA-EL CARDON” | 25 | 32.5% |
| “COOPERATIVA AGRARIA HORIZONTE AGRARIO” | 27 | 35.1% |
| Total | 77 | 100.0% |

Nota: A nivel del distrito de Bambamarca se identificó tres organizaciones productoras de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero, tal como se muestra la tabla 7, “Asociación Qori Marca”, ubicada en el centro Poblado de Chala, cuenta con 25 socios que participan de manera activa desde el año 2021. Asimismo, la “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - el Cardon” que se ubica en el Caserío San Juan de Cuñacales, actualmente con 25 socios que vienen trabajando desde el año 2020. Mientras que, la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”, se encuentra ubicado en el caserío Ahijadero, que cuenta con 27 socios activos que vienen trabajando desde el año 2019 en la producción de tomate y hortalizas bajo invernadero.

6.1.2. Asociatividad

Confianza: Dentro de esta dimensión se analizó, un indicador:

- ✓ Credibilidad:

Tabla 8: Importancia de la Credibilidad en una organización, para concretizar contratos.

| ¿Está de acuerdo que, existe mayor credibilidad estando en una organización, para concretizar contratos? | | | | | | | |
|--|------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | N° de socios |
| Asociación | Frecuencia | 31 | 19 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 40% | 25% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 18 | 9 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 23% | 12% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 49 | 28 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 64% | 36% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 8, se muestra resultados respecto a la dimensión confianza dentro de una organización. Dentro de esta dimensión se analizó el indicador Credibilidad, con la finalidad de determinar si existe mayor credibilidad en una asociación o cooperativa, para concretizar contratos con empresas o intermediarios, que de manera individual. Del total de socios encuestados que pertenecen a un asociación o cooperativa, 31 productores que pertenecen a una asociación, que representa el 40 % del total de productores encuestados afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 19 socios que representa el 25% del total de productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 18 productores que pertenecen a una cooperativa, que representa el 23%, ellos afirmaron estar totalmente de acuerdo”, Del mismo modo 9 socios que representa el 12% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 49 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 28 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que existe mayor credibilidad estando en una organización para concretizar contratos, debido a que algunas empresas o intermediarios prefieren realizar un contrato con una organización formalmente constituida.

Tabla 9: *Imagen de reconocimiento y credibilidad en una organización*

| ¿Considera importante que una organización tenga una imagen de reconocimiento y credibilidad? | | | | | | | |
|--|------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | N° de socios |
| Asociación | Frecuencia | 30 | 20 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 39% | 26% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 18 | 9 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 23% | 12% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 48 | 29 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 62% | 38% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 9 se muestra resultados sobre la importancia de que una organización tenga imagen de reconocimiento y credibilidad. Del total de socios encuestados que pertenecen a un asociación o cooperativa, 30 productores que pertenecen a una asociación (39 %) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 20 socios (26%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 18 productores que pertenecen a una cooperativa, que representa el 23%, ellos afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, Del mismo modo 9 socios que representa el 12% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 48 socios pertenecientes a una

asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 29 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que, una organización tenga una imagen de reconocimiento y credibilidad, ellos consideran que ayuda de manera positiva en el crecimiento de una organización, para llegar a más mercados y ser competitivos con su producto.

Cooperación, dentro de esta dimensión se analizó los siguientes indicadores:

✓ **Compromiso**

Tabla 10: *Importancia del compromiso de los socios de una organización en el fortalecimiento.*

| ¿Está de acuerdo en que, el compromiso de parte de todos los miembros de una organización es fundamental para la asociatividad? | | | | | | | |
|--|------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | N° de socios |
| Asociación | Frecuencia | 29 | 21 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 38% | 27% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 19 | 8 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 25% | 10% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 48 | 29 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 62% | 38% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Como se muestra en la tabla 10, se muestra resultados respecto a la dimensión Cooperación dentro de una organización. Dentro de esta dimensión se analizó el indicador compromiso, con la finalidad de determinar si es fundamental el compromiso para las organizaciones. 29 productores que pertenecen a una asociación (38%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 19 productores que pertenecen a una cooperativa, que representa el 25%, ellos afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 8 socios que representa el 10% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 48 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 29 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que el compromiso de parte de todos los miembros de una organización es fundamental, por lo que mejora el fortalecimiento de la asociación y cooperativa.

Tabla 11: *Compromiso por parte de los socios en las actividades dentro de su organización*

| ¿Existe compromiso por parte de los socios en la ejecución de actividades realizadas por la organización? | | | | | | | |
|--|------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | N° de socios |
| Asociación | Frecuencia | 33 | 14 | 0 | 3 | 0 | 50 |
| | (%) | 43% | 18% | 0% | 4% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 20 | 6 | 0 | 1 | 0 | 27 |
| | (%) | 26% | 8% | 0% | 1% | 0% | |
| Total | | 53 | 24 | 0 | 4 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 69% | 26% | 0% | 5% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 11, se muestra resultados sobre el compromiso por parte de los socios en la ejecución de actividades realizadas dentro de su organización. Del total de socios encuestados, 33 productores que pertenecen a una asociación (43 %) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 14 productores (22%), respondieron que están “de acuerdo”. Sin embargo, 3 productores (4%), mencionaron “estar en desacuerdo”. Además de ello, 20 productores (26%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 6 socios que representa el 8% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. Sin embargo, 1 productor mencionó “estar en desacuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 53 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 24 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que, el compromiso por parte de los socios siempre se ha visto reflejado en algunas actividades que realizan dentro de su asociación o cooperativa; sin embargo, un 5% de productores encuestados mencionaron, estar en desacuerdo sobre el compromiso de los socios en algunas actividades propias de sus organizaciones, ellos recalcaron que algunos socios no están comprometidos al 100% y que a larga trae incide un débil fortalecimiento de la organización

✓ **Responsabilidad**

Tabla 12: *Importancia de la responsabilidad dentro de una organización*

| ¿Está de acuerdo en que, la responsabilidad dentro de una organización ayuda a cumplir mejor los objetivos planteados? | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | N° de socios |
|---|----------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| Asociación | Frecuencia (%) | 36 47% | 14 18% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 50 |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 22 29% | 5 6% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 27 |
| Total | | 58 | 19 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 75% | 25% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Tal como se muestra en la tabla 12, sobre la responsabilidad de los socios dentro de una organización ayuda a cumplir los objetivos planteados. Para ello se encuestó a 77 productores de las organizaciones de estudio, 36 productores que pertenecen a una asociación (47%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 14 socios (18%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 22 productores (25%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 5 socios que representa el 6% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 58 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 19 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que, la responsabilidad ayuda a la organización a cumplir sus objetivos, pues la responsabilidad que se transmite entre socios, motiva al conjunto de productores a continuar con las metas y objetivos planteados.

Tabla 13: *La práctica de la responsabilidad de los socios en las actividades programadas, dentro de su organización*

| ¿Dentro de su organización, la responsabilidad de los socios con las actividades programadas se practica a menudo? | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | N° de socios |
|---|----------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| Asociación | Frecuencia (%) | 32 42% | 18 23% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 50 |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 19 25% | 7 9% | 1 1% | 0 0% | 0 0% | 27 |
| Total | | 51 | 25 | 1 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 66% | 32% | 1% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 13, se muestra resultados sobre la responsabilidad de los socios en una organización con las actividades programadas. Del total de socios encuestados que pertenecen a un asociación o cooperativa, 32 productores que pertenecen a una asociación (42 %) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 18 productores (23%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 19 productores (25%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 7 socios que representa el 9% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. Sin embargo, 1 productor mencionó estar “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 51 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 25 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que”, Sin embargo 1 socio mencionó no estar de acuerdo ni en desacuerdo, una posición media debido a que, en su organización hay algún socio que no asiste regularmente a alguna actividad o reunión programada en su organización, por temas personales; pero que gran mayoría de los socios si muestran responsabilidad, es por ello su posición media.

Liderazgo, dentro de esta dimensión se analizó los siguientes indicadores:

✓ **Integración de quipos**

Tabla 14: *Importancia del trabajo en equipo en una organización*

| ¿Está de acuerdo que, se logra mejores resultados en una organización, cuando se trabaja en equipo? | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | N° de socios |
|---|----------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| Asociación | Frecuencia (%) | 30 | 20 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | | 39% | 26% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 17 | 10 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | | 22% | 13% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 47 | 30 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 61% | 39% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Tal como se muestra en la tabla 14, los resultados respecto a si dentro de una organización se logra mejores resultados si se trabaja en equipo. Para ello se encuestó a 77 productores de las organizaciones de estudio, 30 productores que pertenecen a una asociación (39%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 20 socios (26%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 17 productores (22%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 10 socios que

representa el 13% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 47 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 30 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que se logra mejores resultados en una organización si se trabaja en equipo, unidos mutuamente para lograr a largo plazo una organización sólida.

Tabla 15: *La adecuada integración de equipos alcanzada por parte de los socios dentro de su organización*

| ¿Está de acuerdo que, la integración de equipos alcanzada por parte de los socios dentro de su organización es adecuada? | | | | | | | |
|---|------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia | 29 | 21 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 38% | 27% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 16 | 11 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 21% | 14% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 45 | 32 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 58% | 42% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 15 se muestra resultados sobre la integración de equipos alcanzada por parte de los socios en una organización. 29 productores que pertenecen a una asociación (38%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 16 productores (21%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 11 socios que representa el 14% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 45 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 32 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que la integración de equipos dentro de su organización es adecuada, por lo que gracias a trabajar de manera integrada ha logrado muchos objetivos como: mejorar la confianza como organización, incrementar el número de invernaderos, acceder a capacitaciones, mejorar su producción de tomate, llegar a más mercados, buscar más clientes a nivel regional, lograr presentarse a programas que financian planes de negocio, como AGROIDEAS, PROCOMPITE AGRORURAL, FONCODES, entre otros. Sin embargo, hacen énfasis en que se debe mejorar, con el fin de fortalecer las capacidades organizativas y lograr metas más ambiciosas, como llegar a mercados internacionales con su producto.

✓ Motivación

Tabla 16: La importancia de la motivación por parte de los líderes de una organización

| ¿Está de acuerdo que, la motivación por parte de los líderes es fundamental para los socios de una organización? | | | | | | | |
|--|-------------------|------------------------------|-------------------|---|----------------------|------------------------------|-----------------|
| | | Totalment e de acuerdo | De acuerd o | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerd o | Totalment e de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia (%) | 29 38% | 21 27% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 50 |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 22 29% | 5 6% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 27 |
| Total | | 51 | 26 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 66% | 34% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Como se muestra resultados en la tabla 16, Del total de productores encuestados de las organizaciones de estudio, 29 productores que pertenecen a una asociación (38%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 22 productores (29%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 05 socios que representa el 6% del total de socios encuestados, respondieron que están “de acuerdo”. En resumen, del total de productores encuestados, 51 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 26 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que la motivación por parte de los líderes es importante dentro de una organización, porque ayuda a mejorar los objetivos planteados a pequeño o largo plazo.

Tabla 17: La motivación constante por parte de los líderes en una organización

| ¿Está de acuerdo que, dentro de su organización, existe motivación constante por parte de los líderes para la mejora continua? | | | | | | | |
|--|-------------------|------------------------------|-------------------|---|----------------------|------------------------------|-----------------|
| | | Totalment e de acuerdo | De acuerd o | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerd o | Totalment e de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia (%) | 29 38% | 21 27% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 50 |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 17 22% | 10 13% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 27 |
| Total | | 46 | 31 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 60% | 40% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 17, se muestra resultados respecto a si existe motivación constante por parte de los líderes para la mejora continua dentro de una organización. Del total de productores encuestados, 29 productores que pertenecen a una asociación (38%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 17 productores (22%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 10 productores (13%) respondieron que están “de acuerdo” que la existe motivación por parte de los líderes para la mejora continua dentro de su organizaciones; ellos aluden que constantemente los líderes motivan a los productores a mejorar, ya sea en temas de aprendizaje como: producción, riego, labores culturales, manejo de abonos, entre otros temas; Asimismo, ellos mencionaron cuando iniciaron a producir tomate bajo invernadero como organización, han llegado perder un invernadero completo de producción de tomate, llegando a pérdidas significativas, para ello los líderes de la organización motivaron e incentivaron para que continúen produciendo y logren mejorar la producción más adelante. ”. En resumen, del total de productores encuestados, 46 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 31 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que en su organización existe motivación constante por parte de todos los líderes para la mejora continua. Sin embargo, señalaron que se debe mejorar esos aspectos de manera progresivamente.

6.1.3. Competitividad

Innovación, dentro de esta dimensión, se analizó la siguiente dimensión:

- ✓ Tecnología.

Tabla 18: Acceso a tecnologías innovadoras al formar parte de una asociación.

| ¿Está de acuerdo que, formar parte de una organización, facilita el acceso a tecnologías innovadoras para la producción de tomate? | | | | | | | |
|--|------------|------------------------------|-------------------|---|----------------------|------------------------------|-----------------|
| | | Totalment e de acuerdo | De acuerd o | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerd o | Totalment e de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia | 29 | 21 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 38% | 27% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 22 | 5 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 29% | 6% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 51 | 26 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 66% | 34% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 18 se muestra resultados sobre si formar parte de una asociación, facilita el acceso a tecnologías innovadoras para la producción de tomate. Para ello del total de productores encuestados, 29 productores que pertenecen a una asociación (38%) afirmaron,

“estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 22 productores (29%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 5 productores (6%) respondieron que están “de acuerdo” formar parte de una organización, facilita el acceso a tecnologías innovadoras, ellos adquirieron de manera progresivamente bienes como: mangueras para riego por goteo, geomembrana, tijeras para podar, plástico de mejor calidad, hilos para el tutorado, jvas de recojo, entre otros. Asimismo, mencionan que gracias a las gestiones realizadas a entidades del estado como: AGENCIA AGRARIA, AGROIDEAS, AGRORURAL, Municipalidad Provincial Hualgayoc – Bambamarca, ellos han podido acceder a tecnologías como Combo Ph/Ce/Tds/Temperatura Hi 98130, que ayuda a medir la temperatura dentro de un invernadero, Mochilas de fumigar, tijeras de podar, Balanza electrónica, entre otros bienes. Del mismo modo, la Asociaciones: “Asociación Qori Marca” y la “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - el Cardon” vienen Solicitando el incentivo de adopción de Tecnología con su plan de negocio al Programa AGROIDEAS; mientras que, la “Cooperativa Agrario Horizonte Agrario” en el año 2007 Se ejecutó su plan de negocio Adopción de tecnología con el Programa AGROIDEAS, actualmente vienen solicitando incentivo con su plan de negocio al programa CEDEPAS NORTE. En resumen, del total de productores encuestados, 51 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 26 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que, en formar parte de una organización, facilita el acceso a tecnologías innovadoras para la producción de tomate, bajo invernadero.

Tabla 19: Acceso a tecnologías de innovación de manera más accesible.

| ¿El ser socio de su organización le ha permitido acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible? | | | | | | | |
|---|------------|------------------------------|-------------------|---|----------------------|------------------------------|-----------------|
| | | Totalment e de acuerdo | De acuerd o | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerd o | Totalment e de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia | 29 | 21 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 38% | 27% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 20 | 7 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 26% | 9% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 49 | 28 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 64% | 36% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Tal como se muestra en la tabla 19, sobre si al ser socio de su organización le permite acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible. Del total de productores encuestados de las asociaciones de estudio, 29 productores que pertenecen a una asociación (38%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%),

respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 20 productores (26%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 7 productores (9%) respondieron que están “de acuerdo” que, el ser socio de su organización le permite acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible. Ellos mencionan que, como organización lograron pedir apoyo a diferentes entidades del estado, para poder acceder a más tecnologías, por lo que de manera individual los costos son más elevados y al ser socio de su organización le permite acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible. En resumen, del total de productores encuestados, 49 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 28 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” al ser socio de su organización le permite acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible, debido que piden del mercado como una organización formalmente constituida y en más cantidad.

Rentabilidad, dentro de esta dimensión, se analizó el siguiente indicador:

- ✓ Utilidades

Tabla 20: Incremento de sus ingresos al formar parte de una organización

| ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, le ha ayudado a incrementar sus ingresos? | | | | | | | |
|---|-------------------|------------------------------|-------------------|---|----------------------|------------------------------|-----------------|
| | | Totalment e de acuerdo | De acuerd o | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerd o | Totalment e de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia (%) | 29 38% | 21 27% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 50 |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 21 27% | 6 8% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 27 |
| Total | | 50 | 27 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 65% | 35% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Tal como se muestra en la tabla 20, 29 productores que pertenecen a una asociación (38%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 21 productores (27%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 6 productores (8%) respondieron que están “de acuerdo” que, formar parte de una organización, les ha ayudado a incrementar sus ingresos a través del aumento de venta de tomate en el mercado, por volumen y continuidad de oferta; pues de manera individual, no tenían este efecto positivo. En resumen, del total de productores encuestados, 50 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 27 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo”, pues este porcentaje de productores encuestados

indicaron que el estar en una organización les ha ayudado a incrementar sus ingresos, pero que es necesario seguir innovando en la producción de tomate, para que oferten un producto diferenciado llegando a más mercados, con su producto y por ende elevar sus ingresos.

Tabla 21: *Disminución de los costos de producción al formar parte de una organización*

| ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, ha hecho que sus costos de producción disminuyan y por ende incrementar sus utilidades? | | | | | | | |
|---|------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia | 32 | 18 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 42% | 23% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 21 | 6 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 27% | 8% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 53 | 24 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 69% | 31% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Como podemos apreciar en la tabla 21, 32 productores que pertenecen a una asociación (42%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 21 socios (27%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 21 productores (27%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 6 productores (8%) respondieron que están “de acuerdo” que, sus costos de producción han disminuido y por ende incrementar sus utilidades, los productores señalaron que al formar parte de una organización les ayudó a disminuir sus costos de producción, porque ahora compran todos los bienes necesarios para su invernadero en grandes cantidades, como abonos, mangueras, hilo para el tutorado, malla, tijeras de podar, entre otros. Y para ello el costo de cada bien disminuye considerablemente al pedir al por mayor. En resumen, del total de productores encuestados, 53 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 24 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo”, si bien es cierto sus utilidades se han incrementado al formar parte de una organización, pero que este incremento no responde exclusivamente al tema organizativo, sino que, se debe en parte al mejoramiento técnico – productivo del tomate bajo invernadero.

Mercado, dentro de esta dimensión se analizó el siguiente indicador:

- ✓ Acceso a mercados

Tabla 22: Acceso a otros mercados al formar parte de una organización

| ¿Está de acuerdo que, la formalización de una organización de productores ayuda a obtener las condiciones necesarias para poder extenderse a otros mercados con su producto? | | | | | | | |
|---|----------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia (%) | 31 40% | 19 25% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 50 |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 20 26% | 7 9% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 27 |
| Total | | 51 | 26 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 66% | 34% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 22, nos muestra los resultados obtenidos sobre cómo influye la formalización en una organización de productores, resultando que, 31 productores que pertenecen a una asociación (40%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 19 socios (25%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 20 productores (26%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 7 productores (9%) respondieron que están “de acuerdo” que, la formalización de una organización de productores ayuda a obtener las condiciones necesarias para extenderse a otros mercados con su producto. Pues gracias a ello, han llegado a firmar contratos formales de venta con intermediarios de otras regiones como: DAMPER, mercado de la provincia de Lambayeque y Cajamarca, en el caso de la cooperativa. En resumen, del total de productores encuestados, 51 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 26 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo”, respecto a la influencia de la formalización en una organización para llegar a nuevos mercados.

Tabla 23: Venta de tomate a mejor precio formando parte de una organización

| ¿Está de acuerdo que, gracias a la asociatividad logró posicionar el producto en el mercado a un mejor precio? | | | | | | | |
|---|----------------|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia (%) | 28 36% | 22 29% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 50 |
| Cooperativa | Frecuencia (%) | 20 26% | 7 9% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 27 |
| Total | | 48 | 29 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 62% | 38% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: En la tabla 23 se nos muestra resultados referentes a la influencia de la asociatividad en el incremento del precio del producto. Del total de productores encuestados, 28 productores que pertenecen a una asociación (26%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 22 socios (29%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 20 productores (26%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 7 productores (9%) respondieron que están “de acuerdo” que, gracias a la asociatividad actualmente venden su producto en el mercado a un mejor precio; pues gracias a la asociatividad han logrado recibir asistencia técnica especializada lo cual les ha permitido mejorar la calidad del tomate y por ende incrementar su precio de venta en el mercado. En resumen, del total de productores encuestados, 48 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 29 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que si bien es cierto al estar asociados han recibido asistencia técnica por parte de las entidades públicas y privadas, es necesario también complementar sus conocimientos invirtiendo en temas de: registro de marca, registro sanitario y BPA para lograr incrementar y estandarizar su precio de venta.

Tabla 24: Continuidad de oferta al formar parte de una organización

| ¿Está de acuerdo que, gracias a la asociatividad logró posicionar el producto en el mercado a un mejor precio? | | | | | | | |
|---|------------|------------------------------|-------------------|---|------------------|------------------------------|-----------------|
| | | Totalment e de acuerdo | De acuerd o | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmen te de acuerdo | Nº de socios |
| Asociación | Frecuencia | 27 | 23 | 0 | 0 | 0 | 50 |
| | (%) | 35% | 30% | 0% | 0% | 0% | |
| Cooperativa | Frecuencia | 20 | 7 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | (%) | 26% | 9% | 0% | 0% | 0% | |
| Total | | 47 | 30 | 0 | 0 | 0 | 77 |
| Porcentaje Total (%) | | 61% | 39% | 0% | 0% | 0% | 100% |

Nota: Según se aprecia en la tabla 24. 28 productores que pertenecen a una asociación (26%) afirmaron, “estar totalmente de acuerdo”; del mismo modo, 22 socios (29%), respondieron que están “de acuerdo”. Además de ello, 20 productores (26%) que pertenecen a una cooperativa, afirmaron estar “totalmente de acuerdo”, del mismo modo 7 productores (9%) respondieron que están “de acuerdo”, los productores encuestados mencionaron que, gracias a la asociatividad lograron colocar permanentemente su producto en el mercado. Los productores mencionaron que, a través de la asociatividad gestionaron proyectos que les ayudaron a estandarizar sus infraestructuras y mejorar sus tecnologías de producción y a través de ello lograron obtener una producción continua, motivo por el cual lograron vender su producto durante todo el año, permitiéndoles estar de manera permanente en el mercado.

En resumen, del total de productores encuestados, 47 socios pertenecientes a una asociación o cooperativa, mencionaron “estar totalmente de acuerdo”; y 30 productores encuestados, respondieron que están “de acuerdo” que, la asociatividad les ha permitido permanecer en el mercado de forma continua y a un mejor precio.

6.1.4. Información adicional recopilada en las organizaciones de estudio.

Tabla 25: *N° de invernaderos de las organizaciones de estudio (Asociación y cooperativa)*

| Organización | N° de invernaderos | Promedio de dimensión del invernadero |
|---|--------------------|---------------------------------------|
| “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” | 12 | 360 m ² |
| “Asociación Qori Marca” | 10 | 264 m ² |
| “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón” | 13 | 264 m ² |

Nota: Según se aprecia en la tabla 25, la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” cuenta con 12 invernaderos en producción, 4 invernaderos con plantas recién trasplantadas, 7 invernaderos en primer mes de producción, 1 invernadero en la última fase de producción, adicionalmente la cooperativa cuenta con 2 invernaderos en construcción; el promedio del área de los invernaderos es de 360 m². Mientras que, la “Asociación Qori Marca” cuenta con 10 invernaderos, 5 en producción, 02 en la fase de remodelación y un invernadero con siembra de hortalizas, con la finalidad de rotar el cultivo, el área promedio de los invernaderos es de 264 m². La “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón” cuenta con 13 invernaderos en producción, 3 invernaderos con plantas recién trasplantadas, 5 invernaderos en primer mes de producción, 2 invernadero en la última fase de producción, 02 en la fase de remodelación y 01 invernadero con siembra de hortalizas, con la finalidad de rotar el cultivo, adicionalmente la cooperativa cuenta con 01 invernaderos en construcción; el área promedio de los invernaderos es de 264 m².

Tabla 26: *Indicadores de producción de las organizaciones de estudio*

| Organizaciones de estudio | plantas/ invernadero | kg/planta | Kg/invernadero /campaña (3 meses) | Kg/ mes | Kg/ semana |
|---|----------------------|-----------|-----------------------------------|---------|------------|
| “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” | 800 -1200 | 4- 8 | 5,000 | 1650 | 400 |
| “Asociación Qori Marca” | 450 - 500 | 2.8 - 5 | 1,260 | 420 | 105 |
| “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón” | 400 -500 | 3 - 5 | 1,350 | 450 | 112 |

Nota: Según la información que se muestra en la tabla 26, en la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”, se cultivan entre 800 a 1,200 plantas en un área de invernadero de 360 m², obteniendo un rendimiento por planta entre 4 a 8 kg/planta de tomate; de los cuales se obtiene en promedio 5000 kg/campaña (3 meses), 1650 kg de tomate/mes y 400 kg/semana; sin embargo, los socios mencionan que, han obtenido una productividad máxima de 12 a 15/kg/planta. Mientras que, en la “Asociación Qori Marca” se cultivan entre 450 a 500 plantas aproximadamente por cada invernadero (264 m²) con una producción de 2.8 a 5 kg/planta de tomate, del cual se obtiene 1,260 kg/campaña, 420 kg/mes y kg/semana aproximadamente. En cuanto a la “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón”, se cultivan entre 400 a 500 plantas/invernadero en un área de 264 m², con una con una producción de 3 a 5 kg/planta, del cual se obtienen 1,350 kg/campaña, 450 kg/mes y 112 kg/semana.

Tabla 27: Datos sobre los costos de producción de 1 kg/tomate y precio de venta

| Organizaciones de estudio | Costo de producción promedio de 1kg de tomate. | Precio de venta de tomate (1 kg) en el año 2022 – mercado local. | Precio de venta de tomate (1 kg) en el año 2022 – mercado Regional | Mercado destino |
|---|--|--|--|--|
| “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” | S/ 1.90 | S/ 3.00 | S/ 6.00 | Empresa DÁMPER, Chiclayo, Trujillo, Cajamarca, distrito de Bambamarca. |
| “Asociación Qori Marca” | S/ 2.80 | S/ 3.00 | S/ 5.50 | Trujillo, Cajamarca, Piura, Bambamarca. |
| “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón” | S/ 2.50 | S/ 3.00 | S/ 5.00 | Trujillo, Cajamarca, Chiclayo, Lima Distrito de Bambamarca. |

Nota: Según la información de la tabla 27, en la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”, el costo de producción promedio de un 1 kg de tomate es de S/ 1.90; para luego vender en el

mercado local (distrito de Bambamarca) S/ 3.00, a, mientras que, el precio de venta en el mercado regional (Empresa DÁMPER, Chiclayo, Trujillo, Cajamarca) el precio se incrementa a S/ 6.00 el kilo de tomate. En la “Asociación Qori Marca” el costo de producción promedio de un 1 kg de tomate es de S/ 2.80; para luego vender en el mercado local (distrito de Bambamarca) S/ 3.00, a, mientras que, el precio de venta en el mercado regional (Trujillo, Cajamarca, Piura) el precio se incrementa a S/ 5.50 el kilo de tomate. Por su parte en la “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón” el costo de producción promedio de un 1 kg de tomate es de S/ 2.50; para luego vender en el mercado local (distrito de Bambamarca) S/ 3.00, a, mientras que, el precio de venta en el mercado regional (Trujillo, Cajamarca, Chiclayo, Lima) el precio se incrementa a S/ 5.00 el kilo de tomate. Además de ello, de manera general, se calculó los costos de producción/ invernadero de cada organización de estudio (ver anexo 5)

6.1.5. Contrastación de las hipótesis

Investigación Descriptivo - Correlacional

La presente investigación es tipo Descriptivo – Correlacional, porque se estudió a la influencia de la Asociatividad en la Competitividad de los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca -2022.

La investigación Descriptivo – Correlacional, describe con precisión las dimensiones, variables en un contexto o situación con la finalidad de conocer la relación o grado de influencia que exista entre dos o más dimensiones, categorías o variables en un contexto específico; formulándose hipótesis correlacionales. Además de ello, este tipo de investigación tiene un valor explicativo, ya que el hecho de saber que dos dimensiones o variables se relacionan aporta información explicativa (Hernández Sampieri et al., 2014a, p.98)

Correlación de Pearson

Es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón. Se le conoce también como “coeficiente producto-momento”; Esta prueba estadística se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables, para luego relacionarla las puntuaciones recolectadas de una variable con las puntuaciones obtenidas de la otra (Hernández Sampieri, et al., 2014b).

Ortega (2019) interpreta el coeficiente de correlación que toma un rango de valores de +1 a -1; en forma abreviada:

- Un valor de 0 indica que no hay relación entre las dos variables.

- Un valor mayor que 0 indica una relación positiva entre dos variables. Es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, también lo hace el valor de la otra variable.
- Un valor menor que 0 indica una relación negativa; es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, el valor de la otra disminuye.

Tabla 28: Interpretación de los valores de la correlación de Pearson, según Hernández Sampieri, Hernández Collado, et al. (2014, p. 305).

| VALOR | INTERPRETACIÓN |
|---------------|---|
| -1.00 | Correlación negativa perfecta |
| -0.90 a -0.99 | Correlación negativa muy fuerte. |
| -0.75 a -0.89 | Correlación negativa considerable. |
| -0.50 a -0.74 | Correlación negativa media. |
| -0.25 a -0.49 | Correlación negativa débil. |
| -0.10 a -0.24 | Correlación negativa muy débil. |
| 0.00 | No existe correlación alguna entre las variables. |
| +0.10 a +0.24 | Correlación positiva muy débil. |
| +0.25 a +0.49 | Correlación positiva débil. |
| +0.50 a +0.74 | Correlación positiva media. |
| +0.75 a +0.89 | Correlación positiva considerable. |
| +0.90 a +0.99 | Correlación positiva muy fuerte. |
| +1.00 | Correlación positiva perfecta |

Nota: Tal como se muestra en la tabla 28, los valores de la correlación de Pearson, desde el primer valor -1.00 (correlación negativa perfecta) hasta +1.00 (correlación positiva perfecta), para poder interpretar correctamente la relación de una variable en otra.

Nivel de Significancia

Los niveles de significación son el complemento al intervalo de confianza de una distribución y se utilizan para contrastar la hipótesis nula (H_0) en una prueba de inferencia estadística. Cada p valor «contesta» a una hipótesis. Cuando se obtiene un valor $P < 0.05$, indica una correlación significativa entre dos variables. Un $P < 0.01$ la relación entre las variables es altamente significativa; sin embargo, si $P > 0.05$ no existe relación entre las variables estudiadas o analizadas. En términos más simples se puede afirmar que el valor p es significativo cuando es inferior al nivel de significación (normalmente $\alpha=0,05$), porque si el valor p es menor que el nivel de significación quiere decir que existe evidencia significativa para rechazar la hipótesis nula (Ollé, 2019).

Tabla 29: Promedio de respuestas según escala de Likert de las Variables y dimensiones.

| Variables y Dimensiones | Promedio |
|--------------------------------|-----------------|
| Asociatividad | 1.36 |
| Confianza | 1.39 |
| Cooperación | 1.31 |
| Liderazgo | 1.39 |
| Competitividad | 1.35 |
| Innovación | 1.35 |
| Rentabilidad | 1.33 |
| Mercado | 1.37 |

Nota: Según la tabla 29 muestra el promedio de respuestas según la escala de Likert, de los cuestionarios que se aplicó a 77 productores de la “Asociación Qori Marca”, “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - el Cardón” y “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario” el cual se distribuyó en 5 niveles (1: totalmente de acuerdo; 2: De acuerdo; 3: Ni de acuerdo Ni en desacuerdo; 4: en desacuerdo; 5: totalmente en desacuerdo). Según sus respuestas de los productores se observa que la variable Asociatividad tuvo un promedio de respuestas de 1.36, mientras que la variable Competitividad tuvo un promedio de 1.35, haciendo una diferencia mínima entre la variable Asociatividad y Competitividad. Asimismo, se observa los promedios de las dimensiones que pertenecen a las variables correspondientes, Confianza: 1.39; Cooperación: 1.31; Liderazgo: 1.39 (Asociatividad), Innovación: 1.35, Rentabilidad: 1.33, Mercado: 1.37 (Competitividad). Toda la información es de ayuda para la interpretación de la influencia de la Asociatividad en la Competitividad de productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca.

6.1.6. Prueba de Hipótesis

6.1.6.1. Prueba de Hipótesis General

H₁: La Asociatividad influye en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H₀: La Asociatividad no influye en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 30: *Correlación de las Variables Asociatividad y la Competitividad*

| | | Asociatividad | Competitividad |
|----------------|------------------|----------------------|-----------------------|
| Asociatividad | Correlación de | 1 | ,823** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | N | 77 | 77 |
| Competitividad | Correlación de | ,823** | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 30 se muestra resultados de la correlación de las variables Asociatividad y Competitividad, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 30 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,823**, esto indica una correlación positiva considerable, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación entre las variables Asociatividad y Competitividad es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Tomando como referente lo anterior, al presentar un nivel de significancia menor a 0,01, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, la Asociatividad influye de manera positiva en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,823** indica que cuando mejora la Asociatividad en una organización, también mejora la competitividad de la misma.

6.1.6.2. Prueba de Hipótesis específicas

Prueba de Hipótesis específica 1: Confianza - Innovación

H_{1a}: La confianza influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0a}: La confianza no influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 31: *Correlación entre Confianza e innovación.*

| | | Confianza | Innovación |
|------------|------------------|-----------|------------|
| Confianza | Correlación de | 1 | ,621** |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Innovación | Correlación de | ,621** | 1 |
| | Pearson | | |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 31 se muestra resultados de la correlación de la dimensión Confianza y la dimensión Innovación, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 31 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,621**, esto indica una correlación positiva media, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, la Confianza entre los socios influye de manera positiva en la innovación con tecnologías por parte de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,621** indica que cuando mejora la confianza en los socios de una organización, también mejora la innovación mediante la adquisición de tecnologías para la producción de tomate bajo invernadero en las organizaciones, mejorando la competitividad de la misma.

Prueba de Hipótesis específica 2: Confianza - rentabilidad

H_{1b}: La confianza influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0b}: La confianza no influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 32: *Correlación entre Confianza e Rentabilidad.*

| | | Confianza | Rentabilidad |
|--------------|------------------------|-----------|--------------|
| Confianza | Correlación de Pearson | 1 | ,720** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Rentabilidad | Correlación de Pearson | ,720** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 32 se muestra resultados de la correlación de la dimensión confianza y la dimensión rentabilidad, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 32 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,720**, esto indica una correlación positiva media, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, la Confianza entre los socios influye de manera positiva en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,720** indica que cuando mejora la confianza en los socios de una organización también mejora la rentabilidad, generando utilidades; por ende, mejorando la competitividad de la organización.

Prueba de Hipótesis específica 3: Confianza – acceso a nuevos mercados

H_{1c}: La confianza influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0c}: La confianza no influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 33: correlación entre confianza y acceso a nuevos mercados.

| | | Confianza | Acceso a nuevos mercados |
|--------------------------|------------------------|-----------|--------------------------|
| Confianza | Correlación de Pearson | 1 | ,639** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Acceso a nuevos mercados | Correlación de Pearson | ,639** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 33 se muestra resultados de la correlación de la dimensión confianza y la dimensión acceso a nuevos mercados, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 33 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,639**, esto indica una correlación positiva considerable, según los indicadores de la tabla 21.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, la Confianza entre los socios influye de manera positiva en el acceso a nuevos mercados de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,639** indica que cuando mejora la confianza en los socios de una organización también mejora el acceso a nuevos mercados con su producto; y por ello mejorando la competitividad de la organización.

Prueba de Hipótesis específica 4: cooperación – innovación.

H_{1d}: La cooperación influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0d}: La cooperación no influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 34: *Correlación entre la dimensión Cooperación e innovación*

| | | Cooperación | innovación |
|-------------|------------------------|-------------|------------|
| Cooperación | Correlación de Pearson | 1 | ,648** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Innovación | Correlación de Pearson | ,648** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 34 se muestra resultados de la correlación de la dimensión cooperación y la dimensión innovación, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 34 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,648**, esto indica una correlación positiva media, según los indicadores de la tabla 34.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, la cooperación entre los socios influye de manera positiva en la innovación con tecnologías por parte de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,648** indica que cuando mejora la cooperación en los socios de una organización, también mejora la innovación mediante la adquisición de tecnologías para la producción de tomate bajo invernadero en las organizaciones, mejorando la competitividad de la misma.

Prueba de Hipótesis específica 5: cooperación – rentabilidad.

H_{1e}: La cooperación influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0e}: La cooperación no influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 35: correlación entre cooperación y rentabilidad.

| | | Cooperación | Rentabilidad |
|--------------|------------------------|-------------|--------------|
| Cooperación | Correlación de Pearson | 1 | ,502** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Rentabilidad | Correlación de Pearson | ,502** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 35 se muestra resultados de la correlación de la dimensión cooperación y la dimensión rentabilidad, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 35 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,502**, esto indica una correlación positiva media, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, la cooperación entre los socios influye de manera positiva en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,502** indica que cuando mejora la cooperación en los socios de una organización también mejora la rentabilidad, generando utilidades; por ende, mejorando la competitividad de la organización.

Prueba de Hipótesis específica 6: cooperación – acceso a nuevos mercados

H_{1f}: La cooperación influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0f}: La cooperación no influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 36: correlación entre cooperación y acceso a nuevos mercados.

| | | Cooperación | Acceso a nuevos mercados |
|--------------------------|------------------------|-------------|--------------------------|
| Cooperación | Correlación de Pearson | 1 | ,775** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Acceso a nuevos mercados | Correlación de Pearson | ,775** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 36 se muestra resultados de la correlación de la dimensión cooperación y la dimensión acceso a nuevos mercados, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 36 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,775**, esto indica una correlación positiva considerable, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, la cooperación entre los socios influye de manera positiva en el acceso a nuevos mercados por los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,775** indica que cuando mejora la cooperación en los socios de una organización también mejora el acceso a nuevos mercados con su producto; y por ello mejorando la competitividad de la organización

Prueba de Hipótesis específica 7: liderazgo - innovación

H_{1g}: El liderazgo influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0g}: El liderazgo no influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 37: Correlación entre la dimensión Liderazgo e Innovación

| | | Liderazgo | Innovación |
|------------|------------------------|-----------|------------|
| Liderazgo | Correlación de Pearson | 1 | ,794** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Innovación | Correlación de Pearson | ,794** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 37 se muestra resultados de la correlación de la dimensión liderazgo y la dimensión innovación, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 37 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,794**, esto indica una correlación positiva considerable, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, el Liderazgo entre los socios influye de manera positiva en la innovación con tecnologías por parte de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,794** indica que cuando mejora la confianza en los socios de una organización, también mejora la innovación mediante la adquisición de tecnologías para la producción de tomate bajo invernadero en las organizaciones, mejorando la competitividad de la misma.

. Prueba de Hipótesis específica 8: liderazgo - rentabilidad

H_{1h}: El liderazgo influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0h}: El liderazgo no influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 38: *Correlación entre liderazgo y rentabilidad.*

| | | Liderazgo | Rentabilidad |
|--------------|------------------------|------------------|---------------------|
| Liderazgo | Correlación de Pearson | 1 | ,621** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Rentabilidad | Correlación de Pearson | ,621** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 38 se muestra resultados de la correlación de la dimensión liderazgo y la dimensión rentabilidad, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 38 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,621**, esto indica una correlación positiva media, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, el liderazgo de los socios influye de manera positiva en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,621** indica que cuando mejora el liderazgo en los socios de una organización también mejora la rentabilidad, generando utilidades; por ende, mejorando la competitividad de la organización

. Prueba de Hipótesis específica 8: liderazgo – acceso a nuevos mercados.

H_{1i}: El liderazgo influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

H_{0i}: El liderazgo no influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

Tabla 39: Correlación entre liderazgo y acceso a nuevos mercados.

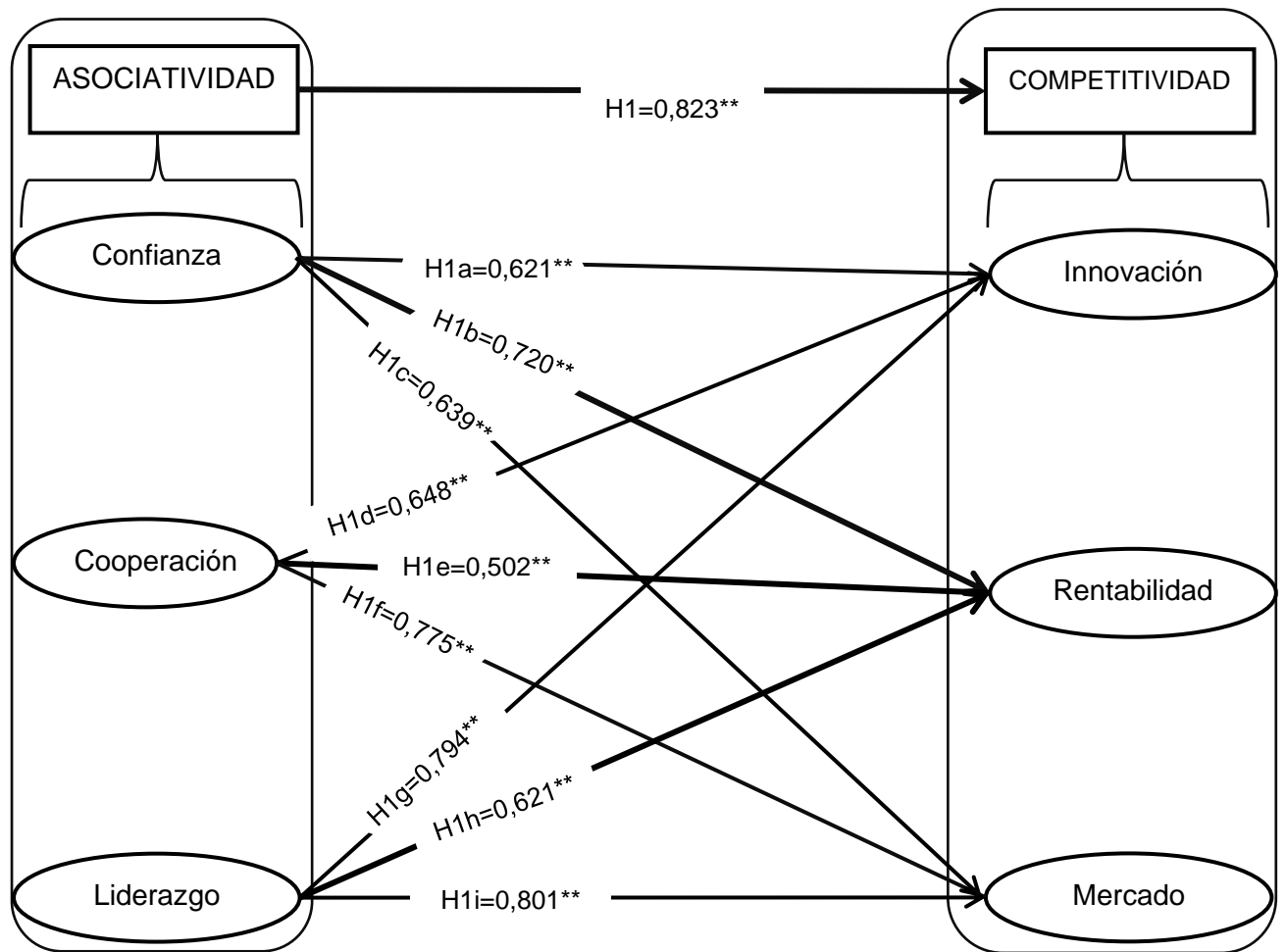
| | | Liderazgo | Acceso a nuevos mercados |
|--------------------------|------------------------|-----------|--------------------------|
| Liderazgo | Correlación de Pearson | 1 | ,801** |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | N | 77 | 77 |
| Acceso a nuevos mercados | Correlación de Pearson | ,801** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | N | 77 | 77 |

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

Nota: En la tabla 39 se muestra resultados de la correlación de la dimensión liderazgo y la dimensión acceso a nuevos mercados, según el coeficiente de Correlación de Pearson. En la tabla 39 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de 0,801**, esto indica una correlación positiva considerable, según los indicadores de la tabla 28.

Se observa que la correlación es altamente significativa, a un nivel de confianza de 99%; por obtener un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa.

Como resultado inmediato, se acepta la hipótesis general; que establece que, el liderazgo entre los socios influye de manera positiva en el acceso a nuevos mercados por los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Añadido a lo anterior el coeficiente de correlación de 0,801** indica que cuando mejora el liderazgo en los socios de una organización también mejora el acceso a nuevos mercados con su producto; y por ello mejorando la competitividad de la organización.

Figura 8: Modelo Teórico de la investigación.

6.2. Discusión de resultados

En este apartado se comparan los objetivos de la investigación con los resultados anteriormente descritos, las teorías y antecedentes enunciados en el marco teórico, estableciendo las diferencias y similitudes entre las investigaciones citadas y el presente trabajo de investigación sobre “Asociatividad y competitividad en los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca – 2022”.

En cuanto a la hipótesis general: La Asociatividad influye de manera positiva en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022; el resultado que se obtuvo, muestra un nivel de significancia de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,823**, que indica una correlación positiva considerable, que establece la confirmación de la hipótesis general; por lo tanto, la Asociatividad influye de manera positiva en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con Aliaga Arévalo (2017), en su tesis “La influencia de la Asociatividad agraria como estrategia para mejorar la competitividad de los productores de maracuyá de la Agrocooperativa Quñijallpa del distrito de Chao”, quien concluyó que la asociatividad influye positivamente en la competitividad de los productores de la Agrocooperativa Quñijallpa, mejorando notoriamente la competitividad, desde que dichos productores se asociaron, pues disminuyó significativamente sus costos de producción, y por ende aumentó su rentabilidad, producción, demanda y comercialización.

Del mismo modo Liendo & Martínez, (2001) en su artículo denominado “Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes” los autores concluyeron que, la asociatividad permite, a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor envergadura. Las organizaciones, mediante la implementación de acciones conjuntas mejoran la competitividad e incrementan la producción y productividad en las diferentes cadenas productivas. Tomando como referente a los resultados del artículo anterior, con los resultados de la presente investigación se puede confirmar que, la asociatividad influye de manera positiva en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

De la primera hipótesis específica: Confianza - Innovación

En cuanto a la primera hipótesis específica: La confianza influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022, el resultado que se obtuvo, muestra un nivel de significancia (bilateral)

de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,621**, que indica una correlación positiva media, que establece la confirmación de la primera hipótesis específica; por lo tanto, la confianza influye de manera positiva en la innovación entre de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con Velaochaga Eustaquio, (2021), en su tesis: “Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral - Lima, periodo 2020” quien concluyó que, la confianza entre socios se relaciona de manera directa y significativa en la innovación mediante la adquisición de nuevas herramientas y tecnologías, en beneficio del mejoramiento de la cadena productiva, Además de ello, la confianza es el fundamento sobre el cual se construyen y desarrollan las innovaciones que permiten a las organizaciones crecer y adaptarse en un mercado en constante cambio, en resumen la confianza influye en la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina.

Los resultados de la presente investigación coinciden con Vinelli Ruiz (2019) quien menciona sobre importancia de la confianza en una organización, el autor señala que depende de la confianza de los socios de una organización para mantenerse en el tiempo. Si los socios desconfían entre sí y no establecen objetivos y metas en común, el negocio asociativo fracasará; mantener una conversación con honestidad entre los asociados, sobre los planes, acuerdos y los deseos que se pretende llegar como asociación u organización a lo largo del tiempo traerá resultados mejores.

De la segunda hipótesis específica: Confianza - Rentabilidad

En cuanto a la segunda hipótesis específica: La confianza influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022, el resultado que se obtuvo, muestra un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,720**, que indica una correlación positiva media, que establece la confirmación de la segunda hipótesis específica; por lo tanto, la confianza influye en la rentabilidad por parte de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con García (2023), en su artículo “La confianza como punto estratégico para el crecimiento comercial”, donde el autor concluyó que, la confianza entre sus miembros influye en la rentabilidad de una organización, según su estudio una de las principales ventajas del aumento de la confianza son: mayor rentabilidad en el negocio; la confianza se está convirtiendo en un elemento fundamental para el éxito de las organizaciones.

Del mismo modo, los resultados de presente investigación coinciden con Lakhdar & Lindblad (2023), quienes mencionan en su estudio “Confianza y rendimiento” que, la correlación entre la confianza y la rentabilidad es sorprendentemente fuerte; el desarrollo de la confianza ayuda a los equipos a adentrarse en lo desconocido, si los socios o personas participantes de una organización muestran una sólida confianza y rentabilidad, ayudará a comprometerse a gestionar lo desconocido con seguridad, y a aceptar el cambio como una oportunidad para aprender, crecer y desempeñar un buen trabajo de forma conjunta. Para luego ser competitivos como organización.

De la tercera hipótesis específica: Confianza – acceso a mercados

En cuanto a la tercera hipótesis específica: La confianza influye en el acceso a mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022, el resultado que se obtuvo, muestra un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,639**, que indica una correlación positiva media, que establece la confirmación de la tercera hipótesis específica; por lo tanto, la confianza influye de manera positiva en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con Vesty, (2019), que menciona en su artículo “La confianza como mecanismo para un mejor negocio empresarial y un mundo mejor”, que el desarrollo de la confianza entre los socios de una organización facilita el acceso a nuevos mercados, reducir las barreras de entrada y, en última instancia, conducir a un mayor margen de utilidades.

De la cuarta hipótesis específica: cooperación – innovación

En cuanto a la cuarta hipótesis específica, el cual es: La cooperación influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. el resultado que se obtuvo muestra un nivel de nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,648**, esto indica una correlación positiva media, que establece la confirmación de la cuarta hipótesis específica; por lo tanto, la cooperación influye de manera positiva en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con Castro et al. (2018) en su artículo: “Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme” quien concluyó que, la cooperación tiene influencia en la innovación de un empresa u organización. El autor hace énfasis en su artículo que, la cooperación no debe tomarse como una solución única,

definitiva e infalible en la carrera de la competitividad, sino como una alternativa para fomentar innovación, incrementar la calidad de los servicios o productos en un mercado globalizado. La colaboración entre socios fomenta la innovación a través del intercambio de ideas y tecnologías. Esta innovación puede conducir al desarrollo de productos o servicios que se ajusten mejor a las demandas de los nuevos mercados.

De la quinta hipótesis específica: Cooperación y rentabilidad

En cuanto a la quinta hipótesis específica, el cual es: La cooperación influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. el resultado que se obtuvo muestra un nivel de nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,502**, esto indica una correlación positiva media, que establece la confirmación de la quinta hipótesis específica; por lo tanto, la cooperación influye de manera positiva en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con Hurtado Epstein et al. (2016) en su artículo “cooperación al desarrollo?”, el autor concluyó que, la cooperatividad puede fortalecer la posición competitiva de las organizaciones al combinar sus fortalezas y compensar sus debilidades. Esto no solo les permite competir de manera más efectiva en sus mercados principales, sino que también ser rentables a largo plazo; que puede resultar en una mayor cuota de mercado y mayores márgenes de beneficio.

De la sexta hipótesis específica: Cooperación y acceso a nuevos mercados

En cuanto a la sexta hipótesis específica, el cual es: La cooperación influye en el acceso a nuevos para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. el resultado que se obtuvo muestra un nivel de nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,775**, esto indica una correlación positiva considerable, que establece la confirmación de la sexta hipótesis específica; por lo tanto, la cooperación influye de manera positiva en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con Suanes, (2017) en su artículo “El acceso a mercados mediante la cooperación” concluyo que , la cooperación es una herramienta estratégica fundamental para el acceso a nuevos mercados. Al combinar recursos, conocimientos y capacidades entre los socios las organizaciones pueden superar barreras, reducir riesgos y acelerar su entrada en nuevos mercados. Esta colaboración no solo mejora

la rentabilidad, sino que también puede generar ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo.

De la Séptima hipótesis específica: liderazgo e innovación

En cuanto a la séptima hipótesis específica: El liderazgo influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. El resultado que se obtuvo muestra un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo; y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,794**, esto indica una correlación positiva considerable, que establece la confirmación de la séptima hipótesis específica. Por lo tanto, el Liderazgo influye de manera positiva en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con Cabana Villca et al. (2022) en su artículo: "Influencia del liderazgo y otras variables críticas en la competitividad de Mipymes chilenas - 2022" lo cual concluyeron que, el liderazgo influye positivamente en la innovación mediante tecnologías para su organización, el autor determinó que el liderazgo efectivo puede ayudar a los socios a superar la resistencia al cambio, que es común cuando se introducen nuevas prácticas o tecnologías. Esto se logra mediante la comunicación clara de los beneficios de la innovación y el apoyo continuo durante el proceso de adaptación.

De la octava hipótesis específica: liderazgo y rentabilidad

En cuanto a la octava hipótesis específica: El liderazgo influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. El resultado que se obtuvo muestra un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo; y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,621**, esto indica una correlación positiva media, que establece la confirmación de la octava hipótesis específica. Por lo tanto, el Liderazgo influye de manera positiva en la rentabilidad por parte de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con el artículo " Claves de un liderazgo rentable" del autor, Coquette, (2022), el cual afirma que, si los líderes están enfocados en potenciar la rentabilidad, los resultados pueden hasta duplicar las ganancias de la organización. El liderazgo es un factor determinante en la rentabilidad de una organización. Un liderazgo estratégico y eficaz puede optimizar la toma de decisiones, la asignación de recursos, la motivación del talento y la adaptación al cambio, todo lo cual contribuye a mejorar la rentabilidad de la organización.

De la novena hipótesis específica: liderazgo y acceso a mercados

En cuanto a la novena hipótesis específica: El liderazgo influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. El resultado que se obtuvo muestra un nivel de significancia (bilateral) de 0.000, un número inferior a 0.01, que indica un nivel altamente significativo; y el coeficiente de correlación de Pearson de 0,801**, esto indica una correlación positiva considerable, que establece la confirmación de la novena hipótesis específica. Por lo tanto, el Liderazgo influye de manera positiva en el acceso a nuevos mercados por parte de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Conclusión que se llega a relacionar con el artículo “Principales habilidades de liderazgo para expandir su negocio” del autor Torres Stail, (2021). El en su investigación determinó que el liderazgo es fundamental para el éxito en el acceso a nuevos mercados. Un liderazgo visionario, estratégico y adaptable puede identificar oportunidades, mitigar riesgos, construir alianzas clave y movilizar al equipo hacia la consecución de los objetivos de expansión. Al mismo tiempo, un enfoque en la adaptación a las condiciones de los nuevos mercados, la optimización de recursos y la satisfacción del cliente asegura que la organización no solo acceda, sino que también prospere en nuevos mercados.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

La asociatividad influye de manera positiva en la competitividad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. Los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,823**, esto indica una correlación positiva considerable, es decir que, cuando mejora la asociatividad en una organización, también mejora la competitividad de la misma.

La confianza influye de manera positiva en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022, los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,621**, esto indica una correlación positiva media.

La confianza influye de manera positiva en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022, los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,720**, esto indica una correlación positiva media.

La confianza influye de manera positiva en el acceso a mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022, los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,639**, esto indica una correlación positiva media, es decir que, la confianza entre los socios en una organización, influye de manera positiva en el acceso a mercados por parte de los socios de la organización.

La cooperación influye de manera positiva en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022; los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,648**, esto indica una correlación positiva media.

La cooperación influye de manera positiva en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022; los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,502**, esto indica una correlación positiva media.

La cooperación influye de manera positiva en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022; los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,775**, esto indica una correlación positiva considerable.

El liderazgo influye de manera positiva en la innovación entre los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022; Los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,794**, esto indica una correlación positiva considerable.

El liderazgo influye de manera positiva en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022; Los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,621**, esto indica una correlación positiva media.

El liderazgo influye de manera positiva en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022; Los resultados muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0,801**, esto indica una correlación positiva considerable.

7.2. Recomendaciones

Al presentar una correlación positiva entre Asociatividad y Competitividad se recomienda a las instituciones del sector público y del sector privado, continuar promoviendo y fortaleciendo la asociatividad de los productores agropecuarios que están organizados, especialmente de los productores de tomate (*Solanum lycopersicum*) a nivel local, regional y nacional.

Académicamente se recomienda realizar una siguiente investigación respecto a la diferencia de costos y rentabilidad, entre productores asociados y no asociados, ya sea en la cadena productiva de tomate bajo invernadero o en otras cadenas agrícolas u otros sectores económicos.

Se recomienda realizar una investigación en temas como: el acceso a cofinanciamiento para asociaciones y cooperativas, que les permita invertir en tecnología e infraestructura productiva.

Se recomienda realizar una investigación, respecto a la influencia del poder de negociación por los socios de organizaciones frente a proveedores o clientes para acceder a nuevos mercados.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbadia, J. (2023, julio 28). Comprender la interpretación de los resultados de la investigación. *Blog Mind the Graph*. <https://mindthegraph.com/blog/es/interpretation-of-results-in-research/>
- Agreda Licas, J. P., & Zavala Agreda, K. J. (2020). *La asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020* [Universidad Cesar Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/57153>
- Alcántara, I. (2018, marzo 28). *IMPORTANCIA DE LA INTEGRACIÓN EN LOS EQUIPOS DE PROYECTOS*. <https://es.linkedin.com/pulse/importancia-de-la-integraci%C3%B3n-en-los-equipos-iscaura-alc%C3%A1ntara-capm>
- Aliaga Arevalo, M. R. (2017). *La asociatividad agraria como estrategia para mejorar la competitividad de los productores de Maracuyá de la agrocooperativa Quñijallpa del distrito de Chao en el año 2016* [Universidad Nacional de Trujillo].
<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11291>
- Alonso, F., & Chávez, P. (2022, septiembre 1). Impacto de la asociatividad en la competitividad de los pequeños productores cacaoeros de la provincia de El Oro-Ecuador (póster). *XIII Congreso de Economía Agroalimentaria*. XIII Congreso de Economía Agroalimentaria. <https://doi.org/10.31428/10317/10541>
- Alvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. 5.
- Asencios Tarazona, V., & Lozano Reátegui, R. M. (2021, junio 11). *ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y LA COMPETITIVIDAD*.
https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Cr_narmUmJMJ:https://rii.revistadeingenieriaeinnovacion-fiis-unheval.com/ojs/index.php/rii/article/download/39/37&cd=15&hl=es&ct=clnk&gl=pe
- Barbachán Velásquez, J. P. (2021). *INFLUENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LOS PRODUCTORES DE PALTA DEL DISTRITO DE LA JOYA, PROVINCIA DE AREQUIPA, 2018*. Universidad Católica de Santa María.

- Bobadilla Díaz, P., Puente de la Vega, M. P., & Fernández Escobar, R. (2020). *Sobre revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/download/22749/21870* —*Búsqueda de Google*.
<https://www.google.com/search?q=About+https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/download/22749/21870/&tbm=ilp&biw=1366&bih=619&dpr=1>
- Bonett, D. C., Altamirano, P. A., Chumbes, J. H., & Calle, N. H. (2022). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA*.
- Cabana Villca, S. R., Rivera Guerra, M. B., Véliz Fernández, R. P., & Aguilera Zambra, M. I. (2022). Influencia del liderazgo y otras variables críticas en la competitividad de Mipymes chilenas. *Contaduría y Administración*, 67(4), 355.
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.2972>
- Castro Garro, D. (2020, junio 1). *Expresiongenetica | Blog*. El Comercio Perú.
<https://elcomercio.pe/blog/expresiongenetica/2020/06/el-tomate-casi-tan-peruano-como-la-papa/>
- Castro, J. A. V., Coria, E. C., & Martínez, E. E. V. (2018a). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(3), 9-20.
- Castro, J. A. V., Coria, E. C., & Martínez, E. E. V. (2018b). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(3), 9-20.
- Chavez, J. (2020). *Mercado: Qué es, tipos y elementos*. Ceupe.
<https://www.ceupe.com/blog/mercado.html>
- Coelho, F. (2019). *Significado de Cooperación*. Significados.
<https://www.significados.com/cooperacion/>
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Coll Morales, F. (2020, noviembre 8). *Compromiso organizacional*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/compromiso-organizacional.html>

- Coquette, P. (2022, julio 5). ¿Cuáles son las claves de un liderazgo rentable? *Brevity*.
<https://brevity.pro/cuales-son-las-claves-de-un-liderazgo-rentable/>
- Cotrina, V., & Rabanal, V. (2021). *ASOCIATIVIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA AGRARIA NORCAFE, 2021*.
- Cuevas Hernández, A. M. (2019). *Comportamiento del tomate (Solanum lycopersicum) cultivado a campo abierto, microtúnel y macrotúnel en suelo o en bolsas con sustrato de fibra de coco tratada con Ca(NO₃)₂ o con CaSO₄ a diferentes concentraciones*.
<http://repositorio.uaaan.mx:8080/xmlui/handle/123456789/46280>
- De la Vega, M. (2020, septiembre 2). *La asociatividad es clave para el desarrollo de la agricultura familiar*. Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-la-asociatividad-es-clave-para-desarrollo-de-agricultura-familiar-812221.aspx>
- Dequino, S. O. (2019). *Factores determinantes de la integración asociativa en el sector agropecuario* [Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Villa María].
<http://ria.utn.edu.ar/xmlui/handle/20.500.12272/3670>
- Diego Santos. (2023). *Proceso de innovación: Qué es, sus fases y ejemplos de éxito*.
<https://blog.hubspot.es/marketing/proceso-de-innovacion>
- Escobar, H. (2017). *Manual de producción de tomate bajo invernadero*.
https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9789587250251_A25878202/preview-9789587250251_A25878202.pdf
- Fernandez, H. (2018, noviembre 23). *Qué es el liderazgo: Importancia, estilos, mitos y habilidades de un líder*. <https://economyatic.com/liderazgo/>
- Ferrando Perea, A. (2014). *Asociatividad para mejora de la competitividad de Pequeños Productores Agrícolas | Anales científicos*. 9.
- Figueroa León, I. L., & Saavedra Cruzado, L. A. (2021). *La asociatividad y competitividad de las organizaciones de pequeños productores del sector agrario peruano. Caso de estudio: Cooperativa Túpac Amaru*.
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio//handle/20.500.12404/18844>

- Flórez Ortega, A. C., & González Sánchez, J. C. (2012). La importancia de la asociatividad para generar una alianza estratégica con la institución SEBRAE para la incursión de las Mipymes colombianas en el mercado brasilero. *Instname:Universidad Piloto de Colombia*. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/382>
- Fornet-Hernández, E. B., Guerra-Betancourt, K., Cruz-Fuxá, A. M. de la, & Reyes-Fornet, A. (2021). Gestión del resultado científico de proyectos de ciencia tecnología innovación. *Ciencias Holguín*, 27(4).
https://www.redalyc.org/journal/1815/181569023006/html/#redalyc_181569023006_ref2
- García, R. (2023). *La confianza como punto estratégico para el crecimiento comercial*.
<https://www.delineandoestrategias.com.mx/blog-de/confianza-como-punto-estrategico-para-crecimiento-comercial>
- García Ramirez, O. (2015, junio 23). *Competitividad, concepto e importancia*. Grupo Milenio.
<https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Gómez García, C. A. (2020). *Competitividad de la producción de jitomate en el estado de Oaxaca, región Valles Centrales* [UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO].
<http://repositorio.chapingo.edu.mx:8080/handle/20.500.12098/630>
- Hernández, E. G. (2020, octubre 23). *Administración tecnológica e innovación*. gestiopolis.
<https://www.gestiopolis.com/administracion-tecnologica-e-innovacion-en-la-estrategia-de-la-empresa/>
- Hernández Sampieri, R., Hernández Collado, C. F., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición). McGraw-Hill Education.
- Hernando, A. (2022, abril 25). Resultados, Discusión y Conclusiones. *Comunicar. Escuela de Autores*. <https://www.grupocomunicar.com/wp/escuela-de-autores/resultados-discusion-y-conclusiones/>
- Hurtado Epstein, A., Summer, A., & Glenie, J. (2016). *¿Qué es la cooperación al desarrollo?*
<https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-nacional-de-san-martin->

argentina/cooperacion-internacional/que-es-la-cooperacion-al-desarrollo-alonso-y-glennie/97274982

Hyman, J. (2024). *Fortalecimiento de la confiabilidad empresarial a través de asociaciones efectivas*. FasterCapital. <https://fastercapital.com/es/contenido/Fortalecimiento-de-la-confiabilidad-empresarial-a-traves-de-asociaciones-efectivas.html>

Ibáñez, D. P. S., Cabrera, B. C. C., Martínez, J. A. A., Martínez, A. R., & Maldonado, J. R. (2015). *ASOCIATIVIDAD PARA LA COMPETITIVIDAD EN LA AGROINDUSTRIA DE OAXACA, MÉXICO*.

Increta, P. (2022, marzo 10). Innovación Tecnológica en la Agricultura. *Tradecorp*. <https://tradecorp.es/innovacion-tecnologica-agricultura/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *PERÚ - INEI:: Cajamarca: Resultados Definitivos de los Censos Nacionales 2017*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1558/

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *ASOCIATIVISMO, MODELOS POSIBLES Y DIFICULTADES DEL RELACIONAMIENTO*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7126/BVE18040227e.pdf?sequence=1>

Instituto Peruano de Economía, I. (2023). *Presentación del Índice de Competitividad Regional—INCORE 2023*. <https://incoreperu.pe/portal/index.php/noticias/item/279-presentacion-del-indice-de-competitividad-regional-incore-2023>

Lakhdar, K., & Lindblad, F. (2023, febrero 22). *Confianza y rendimiento*. PwC. <https://www.pwc.com/co/es/pwc-insights/importante-garantizar-confianza-consumidores.html>

Larrazabal, M. (2020, mayo 9). Ventaja Competitiva de una Empresa Agropecuaria. Qué es, Tipos y Estrategias que Existen. *Marketing Agropecuario. Blog de Bialar. AgroMarketing Digital*. <https://www.bialarblog.com/ventaja-competitiva/>

- Liendo, M. G., & Martínez, A. M. (2001). *Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes*. <https://core.ac.uk/outputs/90646710>
- Llauradó, O. (2014, diciembre 12). *La escala de Likert: Qué es y cómo utilizarla*. <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
- López Fernández, J. M., Somohano Rodríguez, F. M., & Martínez García, F. J. (2018). Efecto de la innovación en la rentabilidad de las Mipymes en contextos económicos de recesión y expansión. *Tec Empresarial*, 12(1), 7-18. <https://doi.org/10.18845/te.v12i1.3567>
- López-Roldan, P., & Fachelli, S. (2015). *Metinvsocua a2016 cap2-3—METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA Pedro López-Roldán*. StuDocu. <https://www.studocu.com/es/document/uned/tecnicas-de-investigacion-social-aplicadas-a-la-criminologia/metinvsocua-a2016-cap2-3/11158101>
- Lozano, M. A. (2015). Modelos de asociatividad: Estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *Revista EAN*, 68, 175-178.
- Marín García, A. (2021, diciembre 4). *Cooperación*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/cooperacion.html>
- Márquez Pérez, M. (2001, noviembre 11). *Competitividad en las organizaciones*. gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com/competitividad-organizaciones/>
- Marquina, P., Avolio, B., Del Carpio, L., & Fajardo, V. (2023). *Resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2023*. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/194900>
- Mathews Salazar, J. C. (2014). *Asociatividad empresarial*.
- Mejía Jervis, T. (2017, mayo 4). *Investigación correlacional: Características, tipos y ejemplos*. <https://www.lifeder.com/investigacion-correlacional/>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2016). *Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego—MIDAGRI*. <https://www.gob.pe/midagri>
- Montaño Méndez, I. E., Valenzuela Patron, I. N., & Villavicencio Lopez, K. V. (2021). *Competitividad del tomate rojo de México en el mercado internacional: Análisis 2003-*

2017 | *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*.

<https://cienciasagricolas.inifap.gob.mx/index.php/agricolas/article/view/2531>

Mujica, M. (2019, noviembre 5). Invernadero: Conoce qué es, tipos, ventajas y desventajas.

Agrotendencia.tv. <https://agrotendencia.tv/agropedia/cultivos/cultivos-prottegidos/>

Noreña, J. J., & Rodríguez, V. P. (2006). *EL CULTIVO DE TOMATE BAJO INVERNADERO*.

Olivas, J. C. M. (2022). “*PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CULTIVO DE TOMATE (Solanum lycopersicum L.) EN EL PERÚ*.”

<http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12996/5279/mejia-olivas-juan-carlos.pdf;jsessionid=754AFB7ACC0BBB0022CCF41609FF3806?sequence=1>

Ollé, Y. (2019). *¿Qué es el p-valor y cómo interpretarlo? Ejemplo sencillo*.

<https://conceptosclaros.com/que-es-el-p-valor/>

Ordinola, M. (2017, diciembre 17). *Provisión de servicios y competitividad del sector agropecuario*. Agraria.pe Agencia Agraria de Noticias.

<https://agraria.pe/columna/provision-de-servicios-y-competitividad-del-sector-agropecua-15551>

Orellana Nirian, P. (2019, septiembre 6). *Liderazgo*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/liderazgo.html>

Ortega, C. (2019, mayo 28). *¿Qué es el coeficiente de correlación de Pearson?*

QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/coeficiente-de-correlacion-de-pearson/>

Pasapera Ramírez, V. L. (2018). *Propuesta de asociatividad para la gestión de los productores de cacao del centro poblado San Pedro de Perico—San Ignacio Cajamarca* [UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO].

<http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1583>

Peçanha, V. (2021, agosto 9). Participación de mercado: Qué es el market share y cómo calcularlo. *Rock Content - ES*. <https://rockcontent.com/es/blog/participacion-de-mercado/>

- Peiró, R. (2019). *Innovación—Qué es, definición y concepto | 2023 | Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- Pérez Espinoza, H. A., Chávez Morales, J., Carrillo Flores, G., Rodríguez Mendoza, M. de las N., Ascencio Hernández, R., Pérez Espinoza, H. A., Chávez Morales, J., Carrillo Flores, G., Rodríguez Mendoza, M. de las N., & Ascencio Hernández, R. (2017). Fertilización foliar en el rendimiento y calidad de tomate en hidroponía bajo invernadero. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 8(2), 333-343.
<https://doi.org/10.29312/remexca.v8i2.54>
- Pérez Porto, & Merino, M. (2021). *Definición de confianza—Definicion.de*. Definición.de.
<https://definicion.de/confianza/>
- Perilla, A., Rodríguez, L. F., & Bermúdez, L. T. (2011). Estudio técnico-económico del sistema de producción de tomate bajo invernadero en Guateque, Sutatenza y Tenza (Boyacá). *Revista Colombiana de Ciencias Hortícolas*, 5(2), Article 2.
<https://doi.org/10.17584/rcch.2011v5i2.1269>
- Pontificia Universidad del Perú. (2021). *Resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2021—Centrum*. Pontificia Universidad del Perú.
<https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/noticias-institucionales/resultados-ranking-competitividad-mundial-2021/>
- Porter, M. E. (1997). *La Ventaja Competitiva según Michael Porter*.
[http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)
- Pursell, S. (2022, mayo 13). Credibilidad de las empresas: Por qué importa y cómo desarrollarla. *Credibilidad de las empresas: por qué importa y cómo desarrollarla*.
<https://blog.hubspot.es/sales/credibilidad-empresas>
- Putman, R. (1994). *Social Capital: Measurement and Consequences*.
<https://www.redalyc.org/pdf/110/11028415005.pdf>

- Ramírez García, A. G., & Perez Peralta, C. M. (2018). Competitividad en las organizaciones de productores de aguacate en Sucre, Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15(81), 1-23. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr15-81.copa>
- Retos Directivos. (2021, abril 23). Competitividad empresarial: Qué es, 4 claves y ejemplos |EAE. *El blog de retos para ser directivo | Desafíos de la Gestión Empresarial*. <https://retos-directivos.eae.es/cuatro-decisiones-para-mejorar-la-competitividad-empresarial/>
- Rivera Mejía, S. (2016). *Análisis de la Competitividad del Cultivo de Tomate en Agricultura Protegida, en Valles Centrales, Oaxaca* [Universidad Autónoma Chapingo]. <http://repositorio.chapingo.edu.mx:8080/handle/20.500.12098/748>
- Rodriguez Sanchez, S. C., & Villar Hernandez, J. P. (2019). *LA ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA LA COMPETITIVIDAD DE CADENAS PRODUCTIVAS: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA* [UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27276/Rodr%c3%adguez%20S%c3%a1nchez%2c%20Segundo%20Carlos-Villar%20Hern%c3%a1ndez%2c%20Jennifer%20Patricia%20%28parcial%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas Ramírez, Z. C. (2021). *La gestión de la cadena productiva del café y la competitividad de la cooperativa aprocassi en la provincia de San Ignacio, departamento Cajamarca año 2021* [Universidad Nacional de Cajamarca]. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4515>
- Roldán, P. N. (2016, diciembre 2). *Competitividad*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Rosales, R. (1997, septiembre). *Revista Capítulos 51 SELA 7*. http://www.geocities.ws/webhugo2001/Electiva_2/Foro/local12.htm

- Sanabria Neira, N. C., & Salgado Beltrán, L. (2023). Aproximación al Concepto de Asociatividad Agropecuaria Como Desarrollo Rural. *Revista Vértice Universitario*.
<https://doi.org/10.36792/rvu.v25i94.68>
- Santana, M. (2021, julio 7). *Liderazgo en Equipos de Alto Rendimiento—Montaner*.
<https://montaner.com/blog/liderazgo-y-gestion-de-equipos-de-alto-rendimiento/>
- Serrano, V. (2021, febrero 20). Utilidades ▷ Qué es, Ejemplos 【 2022 】 . *Guía del Empresario*. <https://guiadelempresario.com/contabilidad/utilidades/>
- Sevilla Arias, A. (2015). *Rentabilidad*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Sevilla Arias, A. (2020). *Rentabilidad*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Solís, L. D. M. (2019, mayo 28). El enfoque cualitativo de investigación. *Investigalia*.
<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Soto Anacleto, O. A. (2014). *PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES DE PALTA EN EL DISTRITO DE MOTUPE - DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE*.
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/138/1/TL_Soto_Anacleto_OsmarAntonio.pdf
- Suanes, A. M. (2017). El acceso a mercados a través de la cooperación. *Dirección y Organización*, 94-94. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i33.91>
- Tejada Estrada, G. C., Cruz Montero, J. M., Uribe Hernandez, Y. C., & Rios Herrera, J. J. (2019). Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85). <https://www.redalyc.org/journal/290/29058864011/html/>
- TITONET. (2014, mayo 26). La confianza: Definición, niveles y construcción. *Titonet*.
<https://www.titonet.com/business/la-confianza-definicion-niveles-y-construccion.html>
- Torres, D. (2022, junio 7). *Rentabilidad de una empresa: Qué es, cómo calcularla y ejemplos*. <https://blog.hubspot.es/sales/rentabilidad-empresa>

- Torres, L. (2023, diciembre 7). *Perú asciende una posición en el Ranking de Competitividad Digital Mundial 2023*. Centrum. <https://cntrm.pucp.edu.pe/centrum-news/noticias-institucionales/peru-asciende-una-posicion-ranking-de-competitividad-digital-mundial-2023/>
- Torres Stail, G. (2021). *Principales habilidades de liderazgo para expandir su negocio*. Grant Thornton España. <https://www.grantthornton.es/perspectivas/global-trade/principales-habilidades-de-liderazgo-para-expandir-su-negocio/>
- Tradecorp. (2023, junio 14). *Tecnología Agrícola: Innovación En El Cultivo De Cosechas*. <https://eos.com/es/blog/tecnologias-en-la-agricultura/>
- Valle, M. G. (2024). *Utilidades, ¿qué es y cómo se calcula?* <https://www.buk.pe/blog/utilidades-que-es-y-como-se-calcula>
- Vallejo Chávez, L. M., Acosta Velasco, C. del C., & Govea Andrade, F. K. (2016). Factores de competitividad en las cadenas productivas: PYMES gastronómicas. *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje, 2016*, ISBN 978-84-9921-848-9, págs. 1909-1919, 1909-1919. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6030605>
- Velaochaga Eustaquio, K. J. (2021). *Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de Los pequeños productores de Mandarina del distrito de Huando, Huaral—Lima, periodo 2020* [UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8055>
- Vesty, J. (2019, mayo 30). *La confianza como mecanismo para un mejor negocio empresarial y un mundo mejor: 5 consejos para las nuevas empresas | Mises Institute*. <https://mises.org/es/power-market/la-confianza-como-mecanismo-para-un-mejor-negocio-empresarial-y-un-mundo-mejor-5-consejos-para-las-nuevas-empresas>
- Vinelli Ruiz, M. (2019, diciembre 5). *Asociatividad: Cómo vencer la desconfianza | Conexión ESAN*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/asociatividad-como-vencer-la-desconfianza>

Zambrano Paredes, A. (2009). *Cultivo de tomate en invernadero*.

https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/2196/43989_55756.pdf

f

Zaragoza Villanueva, J. (2023, febrero 10). Tomate: Propiedades, beneficios y valor nutricional. *FarmaZara Blog - Salud, Belleza, Dieta y Nutrición*.

<https://farmazara.es/blog/dietetica/alimentos/tomate/>

IX. ANEXOS O APÉNDICE

9.1. Anexo 01: Cuestionario



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Agronegocios



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
Escuela Académico Profesional de Ingeniería en Agronegocios



**“ASOCIATIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LOS PRODUCTORES DE TOMATE
(*Solanum lycopersicum*) BAJO INVERNADERO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA-
2022”**

Fecha:/...../.....

N° de cuestionario:

Se está realizando una investigación respecto a la cadena productiva de tomate bajo invernadero en el distrito de Bambamarca, con el fin de Determinar la influencia de la Asociatividad en la Competitividad de los productores asociados de tomate bajo invernadero en este distrito, es por ello, necesario su colaboración para el éxito de esta investigación. La información brindada será completamente confidencial, solo para fines de investigación.

I. INFORMACION PRELIMINAR.

1. Nombres y Apellidos:
2. Edad:
3. Lugar:
4. Sexo del encuestado
 1. Masculino
 2. Femenino
5. Nombre de la Organización a la que pertenece

Indique:

Para evaluar las variables, marcar una “X” en el casillero de su preferencia del ítem correspondiente, utilice la siguiente escala:

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|------------|--------------------------------|---------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo |



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
Escuela Académico Profesional de ingeniería en Agronegocios



| Nº | ITEMS | | | | | |
|-----------------------------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| VARIABLE 1: ASOCIATIVIDAD | | | | | | |
| DIMENSIÓN: Confianza | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | ¿Está de acuerdo que, existe mayor credibilidad estando en una organización, para concretizar contratos? | | | | | |
| 2 | ¿Considera importante que una organización tenga una imagen de reconocimiento y credibilidad? | | | | | |
| DIMENSIÓN: Cooperación | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | ¿Está de acuerdo en que, el compromiso de parte de todos los miembros de una organización es fundamental para el fortalecimiento de una organización? | | | | | |
| 4 | ¿Existe compromiso por parte de los socios en la ejecución de actividades realizadas por su organización? | | | | | |
| 5 | ¿Está de acuerdo en que, la responsabilidad dentro de una organización ayuda a cumplir mejor los objetivos planteados? | | | | | |
| 6 | ¿Dentro de su organización, la responsabilidad de los socios con las actividades programadas se practica a menudo? | | | | | |
| DIMENSIÓN: Liderazgo | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | ¿Está de acuerdo que, se logra mejores resultados en una organización, cuando se trabaja en equipo? | | | | | |
| 8 | ¿Está de acuerdo que, la integración de equipos alcanzada por parte de los socios dentro de su organización es adecuada? | | | | | |
| 9 | ¿Está de acuerdo que, la motivación por parte de los líderes en una organización es fundamental? | | | | | |
| 10 | ¿Está de acuerdo que, dentro de su organización, existe motivación constante por parte de los líderes para la mejora continua? | | | | | |
| VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD | | | | | | |
| DIMENSIÓN: Innovación | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | ¿Está de acuerdo que, formar parte de una organización, facilita el acceso a tecnologías innovadoras para la producción de tomate bajo invernadero? | | | | | |
| 12 | ¿El ser socio de su organización le ha permitido acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible? | | | | | |
| DIMENSIÓN: Rentabilidad | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, le ha ayudado a incrementar sus ingresos? | | | | | |
| 14 | ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, ha hecho que sus costos de producción disminuyan y por ende incrementar sus utilidades? | | | | | |
| DIMENSIÓN: Mercado | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | ¿Está de acuerdo que, la formalización de una organización o asociación de productores ayuda a obtener las condiciones necesarias para poder extenderse a otros mercados con su producto? | | | | | |
| 16 | ¿Está de acuerdo que, gracias a la asociatividad vende el producto en el mercado a un mejor precio? | | | | | |
| 17 | ¿Está de acuerdo que gracias a la asociatividad logró colocar permanentemente sus productos en el mercado? | | | | | |

9.2. Confiabilidad del instrumento.

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 77 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 77 | 100,0 |

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

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,923 | 17 |

9.3. Anexos 02: validación de cuestionario

**FICHA DE EVALUACIÓN
(JUICIO DE EXPERTOS)**

Título de la investigación: “Asociatividad y Competitividad en los productores de tomate (*solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca – 2022”

Autor: Vergara Alfaro Lizet Anali

| Nº | DIMENSIONES / Ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|
| | | Si | No | Si | No | Si | No |
| | Variable: ASOCIATIVIDAD | | | | | | |
| | Dimensión 1 | | | | | | |
| | Confianza | | | | | | |
| 1 | ¿Está de acuerdo que, existe mayor credibilidad estando en una organización, para concretizar contratos? | X | | X | | X | |
| 2 | ¿Considera importante que una organización tenga una imagen de reconocimiento y credibilidad? | X | | X | | X | |
| | Dimensión 2 | | | | | | |
| | Cooperación | | | | | | |
| 3 | ¿Está de acuerdo en que, el compromiso de parte de todos los miembros de una organización es fundamental para el fortalecimiento de una organización? | X | | X | | X | |
| 4 | ¿Existe compromiso por parte de los socios en la ejecución de actividades realizadas por su organización? | X | | X | | X | |
| 5 | ¿Está de acuerdo en que, la responsabilidad dentro de una organización ayuda a cumplir mejor los objetivos planteados? | X | | X | | X | |
| 6 | ¿Dentro de su organización, la responsabilidad de los socios con las actividades programadas se practica a menudo? | X | | X | | X | |
| | Dimensión 3 | | | | | | |
| | Liderazgo | | | | | | |
| 07 | ¿Está de acuerdo que, se logra mejores resultados en una organización, cuando se trabaja en equipo? | X | | X | | X | |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 08 | ¿Está de acuerdo que, la integración de equipos alcanzada por parte de los socios dentro de su organización es adecuada? | X | | X | | X | |
| 09 | ¿Está de acuerdo que, la motivación por parte de los líderes en una organización es fundamental? | X | | X | | X | |
| 10 | ¿Está de acuerdo que, dentro de su organización, existe motivación constante por parte de los líderes para la mejora continua? | X | | X | | X | |
| Variable: COMPETITIVIDAD | | | | | | | |
| Dimensión 1 | | Si | No | Si | No | Si | No |
| Innovación | | | | | | | |
| 11 | ¿Está de acuerdo que, formar parte de una organización, facilita el acceso a tecnologías innovadoras para la producción de tomate bajo invernadero? | X | | X | | X | |
| 12 | ¿El ser socio de su organización le ha permitido acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible? | X | | X | | X | |
| Dimensión 2 | | Si | No | Si | No | Si | No |
| Rentabilidad | | | | | | | |
| 13 | ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, le ha ayudado a incrementar sus ingresos? | X | | X | | X | |
| 14 | ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, ha hecho que sus costos de producción disminuyan y por ende incrementar sus utilidades? | X | | X | | X | |
| Dimensión 3 | | Si | No | Si | No | Si | No |
| Mercado | | | | | | | |
| 15 | ¿Está de acuerdo que, la formalización de una organización o asociación de productores ayuda a obtener las condiciones necesarias para poder extenderse a otros mercados con su producto? | X | | X | | X | |

FICHA DE EVALUACIÓN (JUICIO DE EXPERTOS)

Título de la investigación: “Asociatividad y Competitividad en los productores de tomate (*solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca – 2022”

Autor: Vergara Alfaro Lizet Anali

| N° | DIMENSIONES / Ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|
| | | Si | No | Si | No | Si | No |
| | Variable: ASOCIATIVIDAD | | | | | | |
| | Dimensión 1 | | | | | | |
| | Confianza | | | | | | |
| 1 | ¿Está de acuerdo que, existe mayor credibilidad estando en una organización, para concretizar contratos? | X | | X | | X | |
| 2 | ¿Considera importante que una organización tenga una imagen de reconocimiento y credibilidad? | X | | X | | X | |
| | Dimensión 2 | | | | | | |
| | Cooperación | | | | | | |
| 3 | ¿Está de acuerdo en que, el compromiso de parte de todos los miembros de una organización es fundamental para el fortalecimiento de una organización? | X | | X | | X | |
| 4 | ¿Existe compromiso por parte de los socios en la ejecución de actividades realizadas por su organización? | X | | X | | X | |
| 5 | ¿Está de acuerdo en que, la responsabilidad dentro de una organización ayuda a cumplir mejor los objetivos planteados? | X | | X | | X | |
| 6 | ¿Dentro de su organización, la responsabilidad de los socios con las actividades programadas se practica a menudo? | X | | X | | X | |
| | Dimensión 3 | | | | | | |
| | Liderazgo | | | | | | |
| 07 | ¿Está de acuerdo que, se logra mejores resultados en una organización, cuando se trabaja en equipo? | X | | X | | X | |

| | | | | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 08 | ¿Está de acuerdo que, la integración de equipos alcanzada por parte de los socios dentro de su organización es adecuada? | X | | X | | X | |
| 09 | ¿Está de acuerdo que, la motivación por parte de los líderes en una organización es fundamental? | X | | X | | X | |
| 10 | ¿Está de acuerdo que, dentro de su organización, existe motivación constante por parte de los líderes para la mejora continua? | X | | X | | X | |
| | Variable: COMPETITIVIDAD | | | | | | |
| | Dimensión 1 | Si | No | Si | No | Si | No |
| | Innovación | | | | | | |
| 11 | ¿Está de acuerdo que, formar parte de una organización, facilita el acceso a tecnologías innovadoras para la producción de tomate bajo invernadero? | X | | X | | X | |
| 12 | ¿El ser socio de su organización le ha permitido acceder a tecnologías de innovación de manera más accesible? | X | | X | | X | |
| | Dimensión 2 | Si | No | Si | No | Si | No |
| | Rentabilidad | | | | | | |
| 13 | ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, le ha ayudado a incrementar sus ingresos? | X | | X | | X | |
| 14 | ¿Está de acuerdo que, al formar parte de una organización, ha hecho que sus costos de producción disminuyan y por ende incrementar sus utilidades? | X | | X | | X | |
| | Dimensión 3 | Si | No | Si | No | Si | No |
| | Mercado | | | | | | |
| 15 | ¿Está de acuerdo que, la formalización de una organización o asociación de productores ayuda a obtener las condiciones necesarias para poder extenderse a otros mercados con su producto? | X | | X | | X | |

9.4. Anexos 03: Matriz de consistencia

| Problema General | Objetivo General | Hipótesis General | Variables |
|---|--|---|---------------------------------------|
| ¿Cómo influye la asociatividad en la competitividad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022? | Analizar la influencia de la Asociatividad en la competitividad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. | La Asociatividad influye de manera positiva en la competitividad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. | Variable X: Asociatividad |
| Preguntas auxiliares | Objetivos específicos | Hipótesis específicas | |
| P ₁ : ¿Cómo Influye la confianza en la innovación entre los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022? | O ₁ : Determinar la influencia de la confianza en la innovación entre productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. | H _{1a} : La confianza influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. | |
| P ₂ : ¿Cómo Influye la confianza en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022? | O ₂ : Determinar la influencia de la confianza en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. | H _{1b} : La confianza influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. | Variable Y: Competitividad |
| P ₃ : ¿Cómo Influye la confianza en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022? | O ₃ : Determinar la influencia de la confianza en acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022. | H _{1c} : La confianza influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022 | |

| | | |
|--|---|--|
| <p>P₄: ¿Cómo influye la cooperación en la innovación entre productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?</p> | <p>O₄: Determinar la influencia de la cooperación en la innovación entre los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022</p> | <p>H_{1d}: La cooperación influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.</p> |
| <p>P₅: ¿Cómo influye la cooperación en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?</p> | <p>O₅: Determinar la influencia de la cooperación en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.</p> | <p>H_{1e}: La cooperación influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.</p> |
| <p>P₆: ¿Cómo influye la cooperación en el acceso a nuevos mercados para productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?</p> | <p>O₆: Determinar la influencia de la cooperación en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022</p> | <p>H_{1f}: La cooperación influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022</p> |
| <p>P₇: ¿Cómo influye el liderazgo en la innovación entre los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?</p> | <p>O₇: Determinar cómo influye el liderazgo en la innovación entre los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022</p> | <p>H_{1g}: El liderazgo influye en la innovación entre los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.</p> |
| <p>P₈: ¿Cómo influye el liderazgo en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?</p> | <p>O₈: Determinar cómo influye el liderazgo en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.</p> | <p>H_{1h}: El liderazgo influye en la rentabilidad de los productores asociados de tomate (<i>Solanum lycopersicum</i>) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.</p> |

P₉: ¿Cómo influye el liderazgo en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022?

O₉: Determinar cómo influye el liderazgo en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022

H_{1i}: El liderazgo influye en el acceso a nuevos mercados para los productores asociados de tomate (*Solanum lycopersicum*) bajo invernadero del distrito de Bambamarca - 2022.

9.5. Anexos 04: Operacionalización

| ➤ TÍTULO: ASOCIATIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LOS PRODUCTORES DE TOMATE (<i>solanum lycopersicum</i>) BAJO INVERNADERO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA. | | | | |
|--|--|--|---------------------|-------------------------------------|
| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
| VARIABLE X: ASOCIATIVIDAD | La Asociatividad, es tanto una facultad social de las personas que deciden participar de manera voluntaria al grupo, con la finalidad de cumplir los objetivos planteados, para dar respuestas colectivas. Se caracterizan por compartir principios como confianza, unión voluntaria e igualitaria respecto al poder, cooperación y liderazgo, con el fin de mejorar su gestión, productividad y competitividad (Rosales,1997) | La asociatividad, es la unión de personas que comparten intereses, objetivos y principios (confianza, cooperación y liderazgo); con el fin de ser competitivos en el mercado. | Confianza | Credibilidad |
| | | | Cooperación | Compromiso Responsabilidad |
| | | | Liderazgo | Integración de equipo Motivación |
| VARIABLE Y : COMPETITIVIDAD | La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. Obteniendo así una posición destacada en su entorno; generalmente se basa en la, productividad, innovación, rentabilidad, mercado. Donde se compara el rendimiento de una organización con respecto a otras (Roldán, 2016). | La competitividad es la capacidad de una persona u organización que desarrolla ventajas competitivas frente a sus competidores. Reflejando su posición en el entorno mediante la productividad, innovación rentabilidad, crecimiento en el mercado e innovación. | Innovación | Tecnología |
| | | | Rentabilidad | Utilidades |
| | | | Mercado | Acceso a nuevos mercados |

9.6. Anexo 5: Costos de producción / invernadero de las organizaciones de estudio

Tabla 40: Costos de producción promedio por cada invernadero/campaña “Asociación Qori Marca”

| DESCRIPCIÓN | U. M | CANT. | P.U(S/) | P.T (S/) |
|--|----------|-------|----------|--------------------|
| I.COSTOS VARIABLES | | | | 3,380.00 |
| 1.MANO DE OBRA | | | | 1,500.00 |
| Preparación del terreno | Jornales | 08 | S/ 30.00 | S/ 240.00 |
| Siembra | Jornales | 02 | S/ 30.00 | S/ 60.00 |
| Riego | Jornales | 06 | S/ 30.00 | S/ 180.00 |
| Poda | Jornales | 06 | S/ 30.00 | S/ 180.00 |
| Tutorado | Jornales | 04 | S/ 30.00 | S/ 120.00 |
| Fumigación | Jornales | 02 | S/ 30.00 | S/ 60.00 |
| Cosecha | Jornales | 12 | S/ 30.00 | S/ 360.00 |
| Transporte | Jornales | 10 | S/ 30.00 | S/ 300.00 |
| 2. ABONOS ORGÁNICOS | | | | S/ 475.00 |
| Guano de isla | QQ | 04 | S/ 60.00 | S/ 240.00 |
| Abono orgánico Perú Verde | QQ | 05 | S/ 20.00 | S/ 100.00 |
| Cal Agrícola | QQ | 04 | S/ 15.00 | S/ 60.00 |
| Humos de lombriz | QQ | 05 | S/ 15.00 | S/ 75.00 |
| 3. FERTILIZANTES | | | | S/ 620.00 |
| Humega | Litros | 05 | S/ 50.00 | S/ 250.00 |
| Fulvex | Litros | 05 | S/ 40.00 | S/ 200.00 |
| Biol liquido (Bioflora) | Litros | 05 | S/ 34.00 | S/ 170.00 |
| 4. MATERIA PRIMA | | | | S/ 585.00 |
| Plántulas de tomate | unidad | 450 | S/ 1.30 | S/ 585.00 |
| 5. MATERIALES | | | | S/ 200.00 |
| Hilo pavilo | Kg | 25 | S/ 8.00 | S/ 200.00 |
| II. COSTOS FIJOS | | | | S/ 87.00 |
| Pago de luz | mes | 06 | S/ 12.00 | S/ 72.00 |
| pago de agua | mes | 06 | S/ 2.50 | S/ 15.00 |
| III.COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR INVERNADERO/CAMPAÑA | | | | S/ 3,467.00 |

Nota: En la tabla 40 se muestra información correspondiente a los costos de producción de la “Asociación Qori Marca”, lo cual el total de costos promedio de producción por invernadero/campaña es de S/ 3,467.00 que incluye: plantas, abonos orgánicos, Desinfectantes, fertilizantes, insecticidas orgánicos, materiales, mano de obra, entre otros costos.

Tabla 41: Costos de producción promedio por invernadero/campaña de la Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón

| DESCRIPCIÓN | U. M | CANT. | P.U(S/) | P.T (S/) |
|--|----------|-------|----------|--------------------|
| I.COSTOS VARIABLES | | | | 3,845.00 |
| 1.MANO DE OBRA | | | | 1,950.00 |
| Preparación del terreno | Jornales | 12 | S/ 30.00 | S/ 360.00 |
| Siembra | Jornales | 10 | S/ 30.00 | S/ 300.00 |
| Riego | Jornales | 06 | S/ 30.00 | S/ 180.00 |
| Poda | Jornales | 04 | S/ 30.00 | S/ 120.00 |
| Tutorado | Jornales | 08 | S/ 30.00 | S/ 240.00 |
| Fumigación | Jornales | 03 | S/ 30.00 | S/ 90.00 |
| Cosecha | Jornales | 12 | S/ 30.00 | S/ 360.00 |
| Transporte | Jornales | 10 | S/ 30.00 | S/ 300.00 |
| 2. ABONOS ORGÁNICOS | | | | S/ 475.00 |
| Guano de isla | QQ | 04 | S/ 60.00 | S/ 240.00 |
| Abono orgánico Perú Verde | QQ | 05 | S/ 20.00 | S/ 100.00 |
| Cal Agrícola | QQ | 04 | S/ 15.00 | S/ 60.00 |
| Humos de lombriz | QQ | 05 | S/ 15.00 | S/ 75.00 |
| 3. FERTILIZANTES | | | | S/ 620.00 |
| Humega | Litros | 05 | S/ 50.00 | S/ 250.00 |
| Fulvex | Litros | 05 | S/ 40.00 | S/ 200.00 |
| Biol liquido (Bioflora) | Litros | 05 | S/ 34.00 | S/ 170.00 |
| 4. MATERIA PRIMA | | | | S/ 600.00 |
| Plántulas de tomate | unidad | 500 | S/ 1.20 | S/ 600.00 |
| 5. MATERIALES | | | | S/ 200.00 |
| Hilo pabilo | Kg | 25 | S/ 8.00 | S/ 200.00 |
| II. COSTOS FIJOS | | | | S/ 72.00 |
| Pago de luz | mes | 06 | S/ 10.00 | S/ 60.00 |
| pago de agua | mes | 06 | S/ 2.00 | S/ 12.00 |
| III.COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR INVERNADERO/CAMPAÑA | | | | S/ 3,917.00 |

Nota: En la tabla 41 se muestra información correspondiente a los costos de producción de la “Asociación de Multiservicios y Productores Espumas de Plata - El Cardón”, lo cual el total de costos promedio de producción por invernadero/campaña es de S/ 3,917.00 que incluye: plantas, abonos orgánicos, desinfectantes, fertilizantes, materiales, mano de obra, entre otros.

Tabla 42: Costos de producción promedio de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”

| DESCRIPCIÓN | U. M | CANT. | P.U(S/) | P.T (S/) |
|--|----------|-------|----------|--------------------|
| I.COSTOS VARIABLES | | | | 4,742.00 |
| 1.MANO DE OBRA | | | | 1,680.00 |
| Preparación del terreno | Jornales | 10 | S/ 30.00 | S/ 300.00 |
| Siembra | Jornales | 08 | S/ 30.00 | S/ 240.00 |
| Riego | Jornales | 04 | S/ 30.00 | S/ 120.00 |
| Poda | Jornales | 04 | S/ 30.00 | S/ 120.00 |
| Tutorado | Jornales | 08 | S/ 30.00 | S/ 240.00 |
| Fumigación | Jornales | 02 | S/ 30.00 | S/ 60.00 |
| Cosecha | Jornales | 10 | S/ 30.00 | S/ 300.00 |
| Transporte | Jornales | 10 | S/ 30.00 | S/ 300.00 |
| 2. ABONOS ORGANICOS | | | | S/ 535.00 |
| Guano de isla | QQ | 05 | S/ 60.00 | S/ 300.00 |
| Abono orgánico Perú Verde | QQ | 05 | S/ 20.00 | S/ 100.00 |
| Cal Agrícola | QQ | 04 | S/ 15.00 | S/ 60.00 |
| Humos de lombriz | QQ | 05 | S/ 15.00 | S/ 75.00 |
| 3. FERTILIZANTES | | | | S/ 942.00 |
| Humega | Litros | 07 | S/ 50.00 | S/ 350.00 |
| Fulvex | Litros | 08 | S/ 40.00 | S/ 320.00 |
| Biol liquido (Bioflora) | Litros | 08 | S/ 34.00 | S/ 272.00 |
| 4.INSECTICIDAS ORGÁNICOS | | | | S/ 280.00 |
| INSECTICIDAS ORGÁNICOS | Litros | 04 | S/ 70.00 | S/ 280.00 |
| 5. MATERIA PRIMA | | | | S/ 1,080.00 |
| Plántulas de tomate | unidad | 900 | S/ 1.20 | S/ 1,080.00 |
| 6. MATERIALES | | | | S/ 225.00 |
| Hilo pabilo | Kg | 25 | S/ 9.00 | S/ 225.00 |
| II. COSTOS FIJOS | | | | S/ 66.00 |
| Pago de luz | mes | 06 | S/ 8.00 | S/ 48.00 |
| pago de agua | mes | 06 | S/ 3.00 | S/ 18.00 |
| III.COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN POR INVERNADERO/CAMPAÑA | | | | S/ 4,808.00 |

Nota: En la tabla 42 se muestra información correspondiente a los costos de producción de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”, lo cual el total de costos promedio de producción por invernadero/campaña es de S/ 4,808.00 que incluye: plantas, abonos orgánicos, desinfectantes, fertilizantes, insecticidas orgánicos, materiales, mano de obra directa

9.7. Anexo 06: Relación de productores de las organizaciones de estudio

| LISTA DE SOCIOS DE LA “ASOCIACIÓN DE MULTISERVICIOS Y PRODUCTORES ESPUMAS DE PLATA- EL CARDÓN AMPEPC” | | |
|--|-----------------------------------|------------|
| RUC: 20607404586 | | |
| N° | APELLIDOS Y NOMBRES | DNI |
| 1 | MEDINA VILLANUEVA MARIA OLGA | 27544920 |
| 2 | LLANOS SANCHEZ SANTOS SERAPIO | 26678642 |
| 3 | CAMPOS MARIN MAICOL | 75062220 |
| 4 | COTRINA CARUAJULCA NEYRA LIZETH | 73711434 |
| 5 | CUBAS ROJAS JOSE AUGUSTO | 27551772 |
| 6 | VASQUEZ CARRANZA MARIA CLEOFE | 27571635 |
| 7 | MEDINA VILLANUEVA TOMASA | 27544324 |
| 8 | MEDINA VILLANUEVA SALOMON RODRIGO | 27570887 |
| 9 | LOBATO VILLENA JENNY MELLISA | 73702777 |
| 10 | CUBAS ROJAS DORALIZA | 41700828 |
| 11 | CUBAS MEDINA WILLIAN | 45326600 |
| 12 | CUBAS MEDINA ELVER JHON | 75986691 |
| 13 | COTRINA SAAVEDRA PORFIRIO | 27544160 |
| 14 | COTRINA MEDINA PORFIRIO PEPITO | 80370855 |
| 15 | COTRINA MEDINA MARIA ERLITA | 43558162 |
| 16 | COTRINA MEDINA JUAN | 40751648 |
| 17 | COTRINA CARUAJULCA WINNI IDUVINA | 73702766 |
| 18 | COTRINA BAUTISTA MELISSA JUDITH | 70658703 |
| 19 | CARUAJULCA COTRINA IDUBINA | 27569379 |
| 20 | CARDENAS LOPEZ YENNY LISBETH | 40924814 |
| 21 | COTRINA MEDINA WILDER | 27576024 |
| 22 | MEDINA VASQUEZ NILTON ELI | 70806444 |
| 23 | BAUTISTA PAREDES DORIS | 40750841 |
| 24 | COTRINA CARUAJULCA MERLIN YANINA | 73711433 |
| 25 | LLANOS ORTIZ LUIS CARLITOS | 45122032 |

LISTA DE SOCIOS DE LA "ASOCIACIÓN QORI MARCA"
RUC: 20607475408

| N° | APELLIDOS Y NOMBRES | DNI |
|-----------|-----------------------------------|------------|
| 1 | BECERRA AGUILAR JULIO CESAR | 74559902 |
| 2 | BECERRA AGUILAR RAMIRO | 40147072 |
| 3 | BURGA CUBAS YESSICA ROXANA | 76948900 |
| 4 | CARUAJULCA CORONEL CINTIA MARILU | 44350437 |
| 5 | CARUAJULCA CORONEL EDINSON HENRY | 46070486 |
| 6 | CARUAJULCA COTRINA FREDESVINDO | 27544745 |
| 7 | CARUAJULCA COTRINA ROGELIO | 27571196 |
| 8 | CARUAJULCA MEDINA JENY MARDELI | 47633708 |
| 9 | CARUAJULCA MEDINA MAYLI OLIVIA | 74541483 |
| 10 | CRUZADO BENAVIDES AMELIA DORIS | 40419542 |
| 11 | CRUZADO BENAVIDES ANGEL RAMIRO | 16717726 |
| 12 | CRUZADO BENAVIDES CARLOS HUMBERTO | 16717391 |
| 13 | CRUZADO BENAVIDES IRMA ELIZABETH | 27557615 |
| 14 | CRUZADO BENAVIDES JOSE LUIS | 16717727 |
| 15 | CRUZADO BENAVIDES MIGUEL HUGO | 27997026 |
| 16 | CRUZADO RUIZ SEGUNDO ANGEL | 16717736 |
| 17 | CRUZADO SALVADOR JOSE CARLOS | 71773033 |
| 18 | CUBAS CUBAS ALVARO ISAIAS | 73432889 |
| 19 | CUBAS MEDINA YOVANY | 47037366 |
| 20 | CUBAS ROJAS ESPERANZA | 27571699 |
| 21 | MEDINA RAMOS MARIA LUZ DINA | 41948471 |
| 22 | ORTIZ DELGADO GILMER | 72416202 |
| 23 | PEREZ CARUAJULCA YOHANA PAMELA | 74567266 |
| 24 | TIRADO CRUZADO GABRIELA ELIZABETH | 71977296 |
| 25 | TIRADO CRUZADO MANUEL ANGEL | 71977297 |

LISTA DE SOCIOS DE LA “COOPERATIVA AGRARIA HORIZONTE AGRARIO”
RUC: 20605113860

| N° | APELLIDOS Y NOMBRES | DNI |
|----|-----------------------------------|----------|
| 1 | BURGA AGUILAR INELBA | 45456373 |
| 2 | BLANCO AZAÑERO EBENZON | 41440922 |
| 3 | BUENO HERRERA PABLO NORBERTO | 27997244 |
| 4 | GALVEZ VASQUEZ ZELMA VALERIA | 72441143 |
| 5 | AZAÑERO CARUAJULCA ALFONSO | 41440921 |
| 6 | BUENO HERRERA ROLANDO | 43135225 |
| 7 | CRUZADO CARUAJULCA WILFER | 44511178 |
| 8 | BARBOZA CABRERA ALAMIRO | 27575070 |
| 9 | AZAÑERO CARUAJULCA VICTOR OCTAVIO | 40785414 |
| 10 | BLANCO SALAZAR LEONCIO | 42348779 |
| 11 | MEDINA AZAÑERO PERCILES | 27576108 |
| 12 | BUENO CRUZADO TEOFILO | 27550025 |
| 13 | BLANCO VASQUEZ MARIBEL | 43328914 |
| 14 | AZAÑERO BURGA GILMER ELISBAN | 76562789 |
| 15 | BURGA AGUILAR LUZ ANGÉLICA | 42051560 |
| 16 | CORTEZ VARGAS JOSEFA | 45934410 |
| 17 | GALVEZ BLANCO LINO JESUS | 27577305 |
| 18 | AZAÑERO SAUCEDO FLOR CONSUELO | 46741030 |
| 19 | AZAÑERO CARUAJULCA HILDA | 27576357 |
| 20 | AZAÑERO BLANCO JOSE LUIS | 72416080 |
| 21 | AZAÑERO SALAZAR VICTOR HERIBERTO | 27569829 |
| 22 | CRUZADO MIRES GABINO | 27551596 |
| 23 | MARRUFO AGUILAR NORBEL ROGELIO | 06813447 |
| 24 | BLANCO MARRUFO OSCAR AUGUSTO | 27554665 |
| 25 | BLANCO AZAÑERO DORILA | 27576157 |
| 26 | AGUILAR CARUAJULCA IRMA DELINDA | 40326839 |
| 27 | HERNANDEZ LEIVA NELIDA | 27570295 |

9.8. Anexo 07: Fichas Ruc de las organizaciones de estudio

“Asociación Qori Marca”

Consulta RUC

| |
|---|
| Resultado de la Búsqueda |
| Número de RUC: 20607475408 - ASOCIACIÓN QORI MARCA |
| Tipo Contribuyente: ASOCIACION |
| Nombre Comercial: - |
| Fecha de Inscripción: 22/06/2023 Fecha de Inicio de Actividades: 22/06/2023 |
| Estado del Contribuyente: ACTIVO |
| Condición del Contribuyente: HABIDO |
| Domicilio Fiscal: JR. JOSE GALVEZ NRO. 372 (A ESPALDAS DE LA PLAZA DE ARMAS) CAJAMARCA - HUALGAYOC - BAMBAMARCA |
| Sistema Emisión de Comprobante: MANUAL Actividad Comercio Exterior: SIN ACTIVIDAD |
| Sistema Contabilidad: MANUAL |
| Actividad(es) Económica(s): Principal - 9411 - ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES |
| Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): NINGUNO |

| |
|---|
| Sistema de Emisión Electrónica: - |
| Emisor electrónico desde: - |
| Comprobantes Electrónicos: - |
| Afiliado al PLE desde: - |
| Padrones: NINGUNO |
| Fecha consulta: 08/09/2024 18:58 |

Multiservicios y Productores Espumas de Plata- El Cardón AMPEPC”

Consulta RUC

| |
|--|
| Resultado de la Búsqueda |
| Número de RUC: 20607404586 - ASOCIACION DE MULTISERVICIOS Y PRODUCTORES ESPUMAS DE PLATA-EL CARDON |
| Tipo Contribuyente: ASOCIACION |
| Nombre Comercial: - |
| Fecha de Inscripción: 03/02/2021 Fecha de Inicio de Actividades: 01/02/2021 |
| Estado del Contribuyente: ACTIVO |
| Condición del Contribuyente: HABIDO |
| Domicilio Fiscal: PRO.ALFONSO UGARTE NRO. 346 CENTRO BAMBAMARCA CAJAMARCA - HUALGAYOC - BAMBAMARCA |
| Sistema Emisión de Comprobante: MANUAL Actividad Comercio Exterior: SIN ACTIVIDAD |
| Sistema Contabilidad: MANUAL |
| Actividad(es) Económica(s): Principal - 9499 - ACTIVIDADES DE OTRAS ASOCIACIONES N.C.P. |
| Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): NINGUNO |

| |
|---|
| Sistema de Emisión Electrónica: - |
| Emisor electrónico desde: - |
| Comprobantes Electrónicos: - |
| Afiliado al PLE desde: - |
| Padrones: NINGUNO |
| Fecha consulta: 08/09/2024 18:56 |

“Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”

Consulta RUC

| |
|--|
| Resultado de la Búsqueda |
| Número de RUC: 206051 13860 - COOPERATIVA AGRARIA HORIZONTE AGRARIO |
| Tipo Contribuyente: COOPERATIVAS, SAIS, CAPS |
| Nombre Comercial: - |
| Fecha de Inscripción: 12/08/2019 Fecha de Inicio de Actividades: 01/08/2019 |
| Estado del Contribuyente: ACTIVO |
| Condición del Contribuyente: HABIDO |
| Domicilio Fiscal: NRO. S/N CAS. AHUADERO LACAMACA (50 METROS DE LA CASA COMUNAL) CAJAMARCA - HUJALGAYOC - BAMBAMARCA |
| Sistema Emisión de Comprobante: MANUAL Actividad Comercio Exterior: SIN ACTIVIDAD |
| Sistema Contabilidad: MANUAL |
| Actividad(es) Económica(s): Principal - 0161 - ACTIVIDADES DE APOYO A LA AGRICULTURA |
| Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): NINGUNO |

| |
|---|
| Sistema de Emisión Electrónica: - |
| Emisor electrónico desde: - |
| Comprobantes Electrónicos: - |
| Afiliado al PLE desde: - |
| Padrones: NINGUNO |
| Fecha consulta: 08/09/2024 18:59 |

9.9. Anexo 08: Galería de fotos

“Asociación Qori Marca”



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”*



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación Qori Marca”*

“Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”*



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Asociación de multiservicios y productores espumas de plata- el cardón AMPEPC”

“Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: *Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”*



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”



Nota: Visita a campo con fin de aplicar el cuestionario a los socios de la “Cooperativa Agraria Horizonte Agrario”