

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Negocios Internacionales

**“ASOCIATIVIDAD EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE
TARA DEL NORTE, SAN MARCOS, CAJAMARCA 2021.”**

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Doris Sarita Huaccha Rafael

Ruth Elisa Ramos Acuña

Asesor:

Mg. Gustavo Isaac Barrantes Morales

Cajamarca - Perú

2021

DEDICATORIA

La presente tesis la dedicamos a toda nuestra familia, principalmente a nuestros padres y hermanos que han sido un pilar fundamental en nuestra formación como profesionales, por brindarnos la confianza de tomar este camino, por el apoyo moral, sus sabios consejos y recursos para lograrlo. También a nuestro asesor de tesis, por su tiempo y orientación ofrecida.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por derramar sus bendiciones sobre nosotras y brindarnos la fuerza para vencer cada obstáculo de vida y cumplir nuestras metas, a la Universidad Privada del Norte, por ser nuestra Alma Máter, lugar donde obtuvimos la mejor enseñanza y pasamos estos inolvidables años de nuestras vidas.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad problemática.....	11
1.2 Justificación.....	13
1.3 Antecedentes.	14
<i>1.3.1 Antecedentes Internacionales.</i>	<i>14</i>
<i>1.3.2 Antecedentes Nacionales</i>	<i>18</i>
1.4 Bases teóricas	21
<i>1.4.1 Asociatividad</i>	<i>21</i>
<i>1.4.2 Estrategias.</i>	<i>24</i>
<i>1.4.3 Ventaja competitiva.</i>	<i>26</i>
<i>1.4.4 Cooperación</i>	<i>28</i>
1.5 Formulación del problema.	28

<i>1.5.1 Problema general</i>	28
<i>1.5.2 problemas específicos.</i>	28
1.6 OBJETIVOS	29
<i>1.6.1 Objetivo general.</i>	29
<i>1.6.2 Objetivos Específicos.</i>	29
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	30
2.1 Tipo de investigación.	30
<i>2.1.1 Diseño de la investigación.</i>	31
2.2 población y muestra.	31
<i>2.2.1 Población.</i>	31
<i>2.2.2 Muestra.</i>	32
<i>2.2.2.1 Criterios de Inclusión</i>	33
<i>2.2.2.2 Criterios de Exclusión</i>	33
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	34
<i>2.3.1 Técnicas.</i>	34
<i>2.3.2 Instrumento.</i>	34
<i>2.3.3 Validación del instrumento.</i>	35
2.4 Procedimiento de recolección de datos	35
<i>2.4.1 Procedimiento</i>	35
2.5 Análisis de datos	36
2.6 Aspectos éticos.....	36

CAPÍTULO III. RESULTADOS	37
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	64
4.1 Limitaciones.....	64
4.2 Discusión.....	65
4.3 Implicancias	67
4.4 Conclusión.....	67
REFERENCIAS	71
ANEXOS	77
ANEXO N° 1: Matriz de categorización	77
Guía de entrevista a la cooperativa agraria productores de Tara de Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.....	78
Experto 1: Mg Dany Requejo Granados	80
Experto 2: Mg José Sánchez Porras	84
Experto 3: Mg Jimmy Herrera Gutiérrez	88
Certificación orgánica, cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.....	92
Carta de autorización.....	95
Gerente general de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.....	96
Encargado de certificación de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.....	97

Encargado de ventas de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.....	98
Socio / productor de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos de los entrevistados.	33
Tabla 2: Entrevista sobre acciones establecidas.....	42
Tabla 3: Entrevista sobre resultados esperados.....	43
Tabla 4: Entrevista sobre toma de decisiones.....	46
Tabla 5: Entrevista sobre clientes.....	47
Tabla 6 : Entrevista sobre atributos.....	49
Tabla 7: Entrevista sobre recursos.....	51
Tabla 8: Entrevista sobre competencia.....	53
Tabla 9: Entrevista sobre producción.....	55
Tabla 10: Entrevista sobre objetivos.....	57
Tabla 11: Entrevista sobre acuerdos.....	59
Tabla 12: Entrevista sobre negociación.....	61
Tabla 13: Entrevista sobre actividades.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1. *Beneficios de la asociatividad..... 22*

Figura N°2: *Elementos de la estrategia de la cooperativa agraria productores de tara del norte, San Marcos, Cajamarca 2021 39*

FIGURA N°3: *Certificación Orgánica de la cooperativa productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca..... 40*

Figura N° 4: *Organigrama de la cooperativa productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca..... 41*

RESUMEN

En la presente investigación se determinó las características de la asociatividad en una cooperativa agraria, tiene como objetivo principal, describir las características de la asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021. Es una investigación básica con enfoque cualitativo de nivel descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó la técnica de entrevista y el instrumento es la guía de entrevista semiestructurada constituida por 16 preguntas, divididas según indicadores de la categoría. Los resultados obtenidos a través del instrumento de la recolección de datos en base a las características de la asociatividad para una organización fueron: asesoramiento continuo, alianzas estratégicas para aumentar las ventas y fortalecimiento de la cadena de valor. Además, ayuda a los productores obtener mayores ingresos, apoyo técnico durante la producción para obtener un producto de calidad y así generar una ventaja competitiva para lograr la exportación. Se concluyó que las características de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca; es brindar apoyo técnico desde la producción hasta la cosecha, además el fortalecimiento de la cadena de valor, logrando la cooperación de los socios para mantener la certificación e implementación de la planta de extracción.

Palabras clave: Asociatividad, Estrategia, ventaja competitiva, Cooperación.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática.

Según Muñoz (2019) las pequeñas y medianas empresas a nivel mundial tienen problemas de negociación, dificultades para acceder a un financiamiento y falta de capital social, también presentan insuficiencias en su estructura organizacional. Ante esta problemática, traza un modelo de asociatividad empresarial como estrategia para la competitividad de las pymes, las cuales brindan mayores posibilidades para superar las limitaciones como el acceso de financiamiento, tecnología e información del mercado, y obtener un mayor crecimiento en el mercado.

Ministerio de desarrollo agrario y riego, Minagri (2019) vienen promoviendo alianzas estratégicas para mejora de la agricultura familiar en unión a 40 empresarios nacionales y asociaciones agropecuarias del sector rural.

De acuerdo con el autor Delgado (2019) indicó que se está fomentando el aumento de las capacidades de producción para acceder a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales, impulsando a trabajar en sociedad a nivel nacional y de esa manera contribuir a mejorar la economía de los pequeños productores.

El autor Herrera (2020) comentó que El gobierno regional de Cajamarca, juntamente con sus instituciones dependientes viene trabajando a favor de los agricultores y población del sector rural, motivando a los productores a formar una asociatividad para mejorar la producción y rendimiento agrario”.

Según, la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo (Promperú, 2017) la asociatividad nace como un componente de la cooperación que se

da entre pequeñas y medianas empresas las cuales buscan iniciar un nuevo proceso y expandirse en la diversificación en su oferta exportable, donde su participación es de forma voluntaria para lograr un objetivo determinado, sin embargo se debe recordar, que a pesar de formar parte de una asociación de empresarios, cada uno sigue mantenido su autonomía e su independencia jurídica.

Según, Quintanilla (2019) afirma que de acorde a la estructura de las empresas en el Peruanas, existe un segmento con vulnerabilidad , las cuales son las pequeñas y medianas empresas, las que compiten con las grandes empresas obligatoriamente con menores costos debido a su economía de escala además de las empresas informales que evaden los impuestos y además no presentan gastos laborales, otra situación que se presenta en las pymes y en los pequeños empresarios son principalmente los costos financieros, que por sus altas tasas de interés del sistema financiero les dificulta obtener créditos bancarios para mejorar su oferta exportable. Para evitar estos riesgos, nace la asociatividad como una nueva alternativa para el desarrollo.

En cuanto a la Cooperativa Agraria Productores de Tara del Norte, es una organización que no tiene fines de lucro, su objetivo principal es fomentar la producción y comercialización de diferentes productos como la tara, la quinua, entre otros; además mejorando las capacidades de sus socios y brindando servicios que permitan mejorar sus condiciones de vida e ingresos, como principal servicio de mejora tienen: certificación orgánica, microcréditos de bajo interés y un fondo mortuario para el asociado y su conyugue. Al año 2020 la primera Cooperativa Agraria Productores de Tara del Norte es quien produce, acopia, transforma y a la vez es reconocida a nivel local, nacional.

Por ello la presente investigación tiene como objetivo general describir los beneficios y características de la asociatividad dentro de la cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos -Cajamarca, que permite generar competitividad en dichos productores.

1.2 Justificación

Según Salas (2019) es significativo ejecutar la justificación de la investigación ya que debemos ser competentes de explicar la relevancia social que existe en el estudio; es decir, definir que se tiene claro acerca de los conocimientos y aprendizajes que se obtengan del proceso investigativo, las cuales ofrecen respuestas válidas y significativas en cuanto a una problemática determinada, fenómeno social o natural. Es por ello que la presente investigación se justifica por la recepción y contribución de información, en cuanto al tema de asociatividad en la Cooperativa Agraria Productores de Tara del Norte, en el departamento de Cajamarca, distrito de San Marcos 2021.

Dimensión social; la presente investigación permitirá conocer el contexto actual de los productores de tara en el distrito de San Marcos-Cajamarca 2021, y de la misma manera permitirá a los demás agricultores tener un mayor conocimiento acerca de la asociatividad, de tal manera que tengan la iniciativa de generar nuevas cooperativas, para que así logren incrementar la competitividad de su producto y logren ingresar a nuevos mercados.

Dimensión teórica; la investigación permitirá comprender la definición en cuanto a la asociatividad para lograr su aplicación correcta dentro de la Cooperativa Agraria Productores de Tara del Norte.

Dimensión metodológica; sustenta la técnica e instrumento para la recolección de datos, siendo la población de estudio, los socios de la cooperativa Agraria Productores de Tara del Norte.

1.3 Antecedentes.

1.3.1 Antecedentes Internacionales.

Ahumada (2017) en la investigación académica titulada: “*Proyecto Asociativo de Exportación De Almendras*” tesis para optar al grado de magíster en la Universidad de Chile. el objetivo general fue definir un modelo de negocio que permita aumentar rentabilidad a la actividad agraria de productores de almendra mediante la creación de una empresa que acceda a una participación más integrada en la cadena de comercialización y exportación de su producción. En el aspecto metodológico se realizó una encuesta mostrada a una pequeña muestra de medianos productores de almendra; encuesta que se ha obtenido la información cualitativa que logrará guiar la gestión de la estrategia de la asociatividad. Como resultado el Proyecto Asociación para la Exportación de almendras, brinda una alternativa viable en cuanto a la problemática con la que se implantó el presente proyecto. De esta manera el proyecto brinda, herramientas simples, estrategias de administración, logísticas y comerciales que permitirán una unión escalable a los productores para comercializar su producción de todos sus campos. En la investigación se concluyó que, con herramientas simples, estrategias de administración, logísticas y comerciales permitiendo una unión escalable a los productores para lograr comercializar la producción de todos sus campos.

Serrano et. al (2020) en su estudio sobre la propuesta de Asociatividad para productores hortícolas en Colombia, tiene como objetivo la mejora de la competitividad de

los asociados en los mercados, para aumentar los ingresos de sus operaciones, progresar el bienestar familiar y favorecer al desarrollo económico de las comunidades rurales. La metodología aplicada fue la aplicación de encuestas y análisis de datos numéricos, por esta razón se hace necesario la combinación del enfoque cualitativo y cuantitativo con el fin de triangular la información y cumplir con el objetivo general. Como resultado se obtuvo plantear estrategias las cuales están socializadas con los productores del municipio de Sogamoso, con el ánimo de desarrollarlas a un mediano plazo dentro de las estrategias económicas que se determinaron es diseñar apoyo gubernamental por medio de la academia (Universidad y Sena) para conservar positivamente la introducción de estos productores para la elaboración de bienes económicos que les ayude a participar en proyectos productivos conforme a los conocimientos por parte de la comunidad. Se concluyó que, es primordial ejecutar estrategias asociativas, suministrar a conocer a los productores la importancia de incorporar en estas agremiaciones y romper paradigmas que manejan durante muchos años relacionados con este importante tema, manifestando las ventajas de la asociatividad fundamentalmente en la fase de comercialización, resaltando la necesidad de mostrar los productos con una mejor imagen y manejo de pos cosecha con el fin de posicionar estos productos a nivel nacional y ser más competitivos en el mercado.

Peñañiel (2018) realizó la investigación “*Impacto de la Asociatividad en la Comercialización de la Zanahoria (Daucus Carota) en la Asopavit, Chimborazo.*” Tesis para optar el grado de magister en la escuela superior politécnica de Chimborazo-Ecuador. El objetivo general fue apreciar el impacto en la comercialización de la zanahoria (Daucus carota) en la ASOPAVIT, Chimborazo. En el aspecto metodológico se hizo una combinación de los métodos de indagación bibliográfica en la cual se aplicó un análisis comparativo

mediante el uso de una encuesta; cuya información fue estructurada y tabulada. La población está conformada por los 35 socios de la Asociación de Producción Agrícola Vida Tierra “ASOPAVIT”. Como resultado se obtuvo que, para comercializar la zanahoria de manera asociada, contribuye de forma positiva la entrada a servicios de asistencia técnica y capacitación a los socios de la ASOPAVIT, por versar temas relacionados en cuanto a la comercialización en la asociativa, permitiendo que todos sus socios tengan un conocimiento claro de estos temas para las futuras negociaciones. La presente investigación concluyó que la asociatividad en la comercialización de la zanahoria favorece al productor en la mejora de sus ingresos económicos.

Naranjo (2017) en la investigación académica titulada: *“La Asociatividad y su Incidencia en los Ingresos Económicos de los Productores de Artículos de Cuero, en la Parroquia Quisapanicha, Cantón Ambato”-Ecuador*. Trabajo de investigación previo a la obtención del grado Académico de Master en Gestión de proyectos Socio-Productivos. Presenta como objetivo general analizar como repercute la asociatividad en los ingresos económicos de los productores de artículos de cuero, en la parroquia Quisapanicha, Cantón Ambato. En el aspecto metodológico se empleó encuestas como una técnica para la recolección de información, de la misma manera como instrumentos se aplicó cuestionarios de forma congruente con la operacionalización de variables y a través de las preguntas planteadas hubo respuesta a nuestras inquietudes. La población fue de 260 productores y comerciantes. Como resultado se obtuvo que la mayoría de los involucrados están de acuerdo en trabajar de manera asociada ya que se resolverán fácilmente los problemas existentes en su actividad diarias. Se concluyó que la barrera principal para asociarse según el 35% de los encuestados es la falta de unión la cual no ha permitido obtener una buena y correcta

estructura asociativa y liderazgo, esto hace que un 29% tengan la idea de que realmente los beneficiados son pocos, es por ello, que se determina que estos factores han detenido la producción del sector teniendo apenas un 35% de productores que pertenecen a algún tipo de asociación.

Cerroblanco (2021) desarrollo su investigación “*Asociatividad y Cadenas de Valor: Estudio de Caso de una Marca Colectiva de Mezcla en Guanajuato-México*”. El objetivo general fue estudiar una marca colectiva de mezcal en San Felipe, Guanajuato, México, determinando la asociatividad en la cadena de valor. En el aspecto metodológico se basó en un enfoque mixto. Se examinan los Censos Económicos 2019 y se emplearon entrevistas semiestructuradas. Como resultados en el presente estudio revelan que la asociación y la gobernanza de la marca colectiva en la cadena de valor se ha conseguido su desarrollo, logrando un mejor posicionamiento dentro del mercado. Se concluyó que la asociatividad en las pequeñas empresas deben formar una estrategia para el desarrollo local, a través de iniciativas y bienes económicos por miembros del sector empresarial y gubernamental en unión con los asociados locales, con el propósito de establecer alianzas para conseguir oportunidades o facilitar soluciones a los problemas. De la misma manera, la gobernanza permite la vinculación entre los sectores, con la intención de lograr los objetivos de la sociedad, de esa manera proponiendo nuevas oportunidades de negocio.

1.3.2 Antecedentes Nacionales

Algalobo y Pusse (2017) en su tesis titulada “*Asociatividad como Estrategia para la Exportación del Limón Sutil del Distrito de Olmos*”, tesis para optar título de licenciado en la Universidad Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque; tuvo como objetivo principal evaluar si la asociatividad es una estrategia que permitirá alcanzar la exportación de limón sutil del distrito de Olmos (estrategia y desarrollo de las exportaciones). La metodología que se utilizó una investigación bajo un enfoque cualitativo de tipo descriptivo y propositivo, además se usó un diseño mixto el cual se basa en datos cualitativos y cuantitativo según la observación y a la opinión técnica y especializada; a la vez la revisión de datos anteriores en cuanto a la producción y comercialización del limón sutil a nivel nacional y mundial. La población está determinada por 250 productores de Limón del distrito de Olmos, de la Región Lambayeque. Aplicado a una muestra de 149 productores de Limón. Como resultado se obtuvo que es un proceso muy complejo el cual comprende una amplia gama de posibilidades, siguiendo como objetivo principal unir fuerzas para alcanzar el éxito de la asociación. Se concluyó que los principales problemas encontrados en la asociatividad, están relacionados con la desconfianza, individualismo, irresponsabilidad y falta de cooperación los cuales son los factores que detienen el desarrollo de la actividad agrícola; a pesar de ello el 95% de productores estarían dispuesto a formar parte de una asociatividad y trabajar de manera conjunta.

Deza (2017) realizó la investigación “*Asociatividad para la Agricultura Exportadora en Productores de Uva del Distrito de San Benito. Contumazá – 2017*”. Tesis de licenciatura en la Universidad Cesar Vallejo, la presente investigación se realizó con el objetivo de establecer factores de obstáculos en la asociatividad para la agricultura exportadora en

productores de uva del distrito de San Benito, Contumazá 2017. La metodología empleada fue no experimental de corte transversal, de tipo descriptivo. Para acopiar los datos se empleó una encuesta a un total de 98 agricultores del distrito de San Benito, asimismo se examinó documentos de origen pública. Como resultado los factores limitantes son el bajo nivel de: educación, confianza entre los productores, desinterés en asociarse, cultura de cooperación y carencia de una institución pública o privada que incite a la asociatividad. Concluyendo que los factores limitantes de asociatividad son el bajo nivel de: educación, confianza, desinterés de asociarse y la carencia de instituciones públicas o privadas de asociatividad.

Mucha (2017) realizó la investigación titulada “*Asociatividad como estrategia para el desarrollo de La oferta exportable de quinua de la Región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur*”, tiene como objetivo principal establecer la magnitud de la asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de la quinua de la región de Junín para el ingreso a potenciales mercados, tal es el caso de Corea del Sur. La metodología utilizada es un diseño mixto, donde se utilizaron gráficos y números para una excelente ejemplificación y comprensión con un enfoque descriptivo y explicativo. Prefiriendo trabajar con 3 poblaciones, la primera está conformada por 11 organizaciones, la segunda por 11 pequeñas corporaciones de productores y comercializadores de quinua de la región de Junín y la tercera por especialistas de quinua de la región de Junín. Como resultado de la investigación se estableció que las asociaciones de productores y comercializadores de quinua de la región tienen conocimiento sobre la importancia de la asociatividad, la cual permite generar mayores oportunidades. Concluyendo que si se realiza una buena gestión y se efectuó el modelo apropiado de acuerdo a las necesidades del mercado, de acuerdo a las características

de los productores y comercializadores, esto quiere decir que se está desarrollando de manera correcta la asociatividad.

Gutiérrez (2017) realizó la investigación titulada *“Asociatividad agraria y la mejora de la calidad de vida del productor agropecuario en el Perú según la percepción de los especialistas del Minagri. Lima- Perú”*. Su objetivo general fue determinar la relación existente entre la asociatividad agraria y la calidad de vida del productor agropecuario-2017, en la presente investigación se usó una metodología con un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de tipo básica sustantiva, nivel descriptivo correlacional, de corte transversal, método hipotético deductivo con el fin de medir la relación existente entre las variables, para el recojo de datos de la información se empleó el cuestionario tipo Likert y como técnica se aplicó la encuesta, con una población de 70 especialistas del MINAGRI. Como resultado el nivel de asociatividad agraria del productor agropecuario tiene un nivel de tendencia mala. Se tuvo como conclusión que si existe una relación directa y significativa entre la asociatividad agraria y la calidad de vida del productor agrario.

Ascencios (2019) en su tesis titulada *“Asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha, Ucayali 2018”*. Tesis para optar el grado de magister en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán-Ucayali- Perú. La presente investigación tuvo como objetivo principal establecer la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha-Ucayali, 2018. En el aspecto metodológico es del tipo hipotético deductivo, descriptivo correlacional, cuantitativa. También se utilizó un diseño no experimental transversal. La muestra estuvo comprendida por 82 productores de Camu Camu, como instrumento se utilizó el cuestionario de apreciación en cuanto a la

asociatividad y la competitividad en productores, el cual fue diseñado por el propio investigador. Como resultado se obtuvo que hubo aumento en cuanto a la cantidad de producción y productos del accionar colectivo de los socios. La investigación tuvo como conclusión que la asociatividad como estrategia si se relaciona significativamente con la competitividad de la red de productores de camu camu en Yarinacocha- Ucayali, 2018, donde se observó que el nivel de influencia es alta y la significancia que si estadística indica que si existe una influencia significativa.

1.4 Bases teóricas

1.4.1 Asociatividad

Según los autores Llaque y Riveros (2004) entienden la asociatividad como la facultad de una empresa de unirse con otras para realiza un mismo trabajo conjuntamente para satisfacer sus necesidades y, como resultado conseguir el beneficio para los todos os socios involucrados. Los autores también consideran a la asociatividad como un concepto subjetivo, ya que está relacionado primeramente en identificar una o varias necesidades, mantener voluntad y ganas de trabajar de forma coordinada para satisfacer y así mismo, tener la capacidad para plasmar una estrategia conjuntamente entre socios y de esa manera puedan beneficiarse los involucrados.

Rosales (2013) sistema económico latinoamericano y del caribe- SELA, menciona que la asociatividad es un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales, pequeñas, medianas o micro empresas, en donde cada unidad productiva es participe, manteniendo su integridad jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente cooperar en 33 un esmero en unión con los otros involucrados para la búsqueda de un o varios objetivos en común que estipula la asociación.

Según los autores Zevallos (2007) es una estrategia encaminada a fortalecer el logro de una ventaja competitiva, en el que cada uno de los asociados involucrados mantiene su integridad jurídica y autonomía gerencial, tomando la decisión de integrarse o no en un esmero en unión para el logro de los determinados objetivos que tienen en común.

Según Gómez (2011) puede definirse como una estrategia encaminada a fomentar el resultado de una ventaja competitiva mediante una empresa a través de la cooperación o la creación de acuerdos con otras asociaciones o empresas, para la ejecución de una escala de actividades internamente de la cadena de valor del servicio o producto que conduzcan a una superior apariencia de la sociedad en uno o varios mercados.

Figura 1. *Beneficios de la asociatividad*



Nota. La figura muestra los beneficios de la asociatividad, los cuales son financieros, organizacionales y de comercialización. Fuente: Mincetur (2016).

Objetivos de la asociatividad

Financieras

Según Romero (2009) acceder a un financiamiento, cuando se requieren garantías que no pueden ser cubiertas individualmente por cada persona, mientras que en grupo, es cubierto equitativamente por parte de cada uno de los involucrados.

Organizacionales

La asociatividad brinda mejoramiento en cuanto a procesos productivos, adaptar innovadoras formas de administración, instituir planeamientos estratégicos, intercambiar información productiva o tecnológica, capacitación de manera conjunta, crear economías escala, acceso a más recursos o habilidades críticas, acceder a mas tecnología en cuanto a productos o procesos, ay el incremento de recursos para la negociación

De comercialización

En cuanto a la comercialización, la asociatividad es muy importante para mejorar el impulso de productos nuevos hacia el mercado, También para intercambiar información comercial, análisis de nuevos mercados, formar alianzas estratégicas para incrementar la venta, servicios conjuntos post venta, inversión de forma grupal, Logística y distribución.

Según Iguera (2003) la Asociatividad tienen la independencia gerencial y jurídica. En diferentes casos existen empresas son especialmente reacias para compartir su información con otras (especialmente si comparten información del mercado), debido a eso, temen que a una sociedad las obliguen a quebrantar esta confidencialidad. Este tipo de asociación,

permiten a los participantes a mantener su independencia, brindando seguridad para cada participante conserve de manera confidencial sus recursos más valiosos.

Características de la asociatividad

Según los autores Liendo y Martínez (2001) La asociatividad es un desarrollo bastante complejo ya que comprende una gama alta de posibilidades, pero siempre teniendo en cuenta el objetivo principal el cual es unir fuerzas para alcanzar el éxito de forma grupal. Primeramente, el desarrollo de las características de la asociación, es importante mencionar ciertas que condiciones específicas que brinden viabilidad de las mismas. Entre los requisitos más importantes se debe mencionar: proyecto común, compromiso recíproco, objetivos comunes y riesgos compartidos sin hacer a un lado la autonomía de cada uno de los participantes.

1.4.2 Estrategias.

Según Rivkin (2020), define la estrategia como un determinado conjunto de acciones, que posicionan a la sociedad en un negocio para aumentar una rentabilidad óptima en el transcurso, El autor indica que, si no hay estrategia no puede haber más contingencia. Indica que la estrategia es notable para la toma de decisiones acerca de nuevos mercados en los que se va a enfrentar, con un modelo de negocio y prototipo de cliente potencial.

De igual manera Chandler (2021) explica la estrategia como, “la determinación de las metas y objetivos a largo plazo de una sociedad, y la aceptación de acciones y la concesión de bienes necesarios para la obtención de dichos objetivos”.

Roncancio (2019) define estrategia, como el puente que hay entre las políticas o las metas más altas y las tácticas o medidas concretas para lograr la meta establecida. En este contexto es significativo indicar que la palabra estrategia proviene de la palabra griega "stratos" (ejército) "agein" (lider), que significa líder militar, por lo cual estrategia surge de una concepción puramente militar que se ha ido generalizando a lo largo de los años a otras áreas del conocimiento como los negocios y la administración.

Tipos de estrategia.

Estrategia militar.

Se considerada como el arte y la ciencia de regir y proyectar el uso de las fuerzas armadas de una nación para asegurar los objetivos de la política nacional llegando aplicar la fuerza o la amenaza de usar la fuerza. Ubicando a las fuerzas armadas en un lugar específico donde tenga de ventaja frente a la amenaza donde el enemigo es el objetivo principal de la estrategia militar.

Estrategia empresarial.

Es la distribución de la organización a través de ideas, planeamiento aspectos que se plasman en la Misión, Visión empresarial y los Valores, que responde a las preguntas ¿Qué hago? ¿Cómo lo hago? ¿A dónde quiero llegar? ¿Cuál será mi valor agregado? ¿Cómo lo haré? ¿Cuáles son mis recursos?, pero lo más importante es lo que implara la empresa por encima de las demás, para lograr una ventaja competitiva.

La estrategia corporativo o empresarial se puede distribuir según su campo de acción en Estrategia Operativa, Estrategia de Marketing, Estrategia Directiva y Estrategia de negocio.

Estrategia de aprendizaje.

Es la aplicación de formas, procedimientos y modelos para adquirir un mayor conocimiento. Generando acciones para el aprendizaje con un objetivo específico. Se considera una estrategia a un procedimiento de aprendizaje siempre y cuando sea consciente e intencional la meta de cumplir unos objetivos específicos de aprendizaje.

1.4.3 Ventaja competitiva.

Según Porter (2009) La ventaja competitiva surge del hecho de que las condiciones de la competitivas han cambiado, aunque nunca se ha confirmado del todo, han sido más contundentes en tiempos fragmentación de la mayoría de los sectores, la producción ha sido más intensiva en la explotación de los factores que en su especialización y por lo tanto, los costos son la forma fundamental en que se compararon los productos y se llevó acabo la competencia en el precio.

Por su parte Sevilla (2016) define la ventaja competitiva, como los atributos que contribuyen a tener una mayor competitividad, por ejemplo el acceso ventajoso recursos naturales (como minerales de alto grado o fuentes de energía de bajo coste), mano de obra altamente calificada, ubicación geográfica o barreras de entrada altas, que se pueden potenciar si tenemos un producto difícilmente imitable o contamos con una gran marca, la facilidad para acceder a nuevas tecnologías.

Tipos de ventaja competitiva.

Según Porter (2009), en su análisis sobre las estrategias genéricas de las empresas diferencia dos tipos de ventaja competitiva.

Ventaja competitiva en costes.

Consiste en que el tiempo de fabricación de una unidad de producto disminuye conforme se va produciendo mayor número de unidades de ese producto. Esta disminución del tiempo de realización supone una disminución en los costes unitarios de la mano de obra directa y del producto, lo cual provoca que la experiencia acumulada por la empresa disminuya en términos unitarios el coste real del valor añadido total de la empresa. El efecto experiencia constituye una fuerte barrera de entrada para los nuevos competidores. La existencia de esta barrera de entrada supone una ventaja competitiva sólida para la empresa que acumula más efecto experiencia.

Ventaja competitiva en diferenciación de productos.

Se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva en diferenciación de producto cuando ofrece un producto o servicio que, siendo comparable con el de otra empresa, tiene ciertos atributos o características que lo hacen que sea percibido como único por los clientes. Por ello, los clientes están dispuestos a pagar más para obtener un producto de una empresa que de otra. En general, puede decirse que para un producto que es simple y que es producido con una técnica específica estandarizada, las oportunidades de diferenciación son reducidas.

1.4.4 Cooperación.

En este contexto siguiendo a Cobo y Hervé (2008) la cooperación empresarial consiste en un acuerdo voluntario con socios jurídicamente independientes, que uniendo o compartiendo parte de sus capacidades y/o recursos, con objetivos compatibles, instauran un cierto grado de interrelación, para realizar diversas actividades contribuyendo a incrementar su competitividad. De manera que, en tanto estrategia de negocios, se relaciona con la forma de competir en los mercados.

De acuerdo a la definición la cooperación empresarial es conveniente en particular para las empresas de reducido tamaño, que frecuentemente afrontan situaciones en las cuales sus recursos no son suficientes para obtener resultados positivos a nivel nacional e internacional, por ello no producen un volumen de oferta exportable, en la cual presentan escasos niveles de inversión, se limitan al mercado interno, entre otros aspectos. En este caso la cooperación empresarial podría contribuir a superar las debilidades, al fomentar negociaciones conjuntas, así como el uso compartido de recursos.

1.5 Formulación del problema.

1.5.1 Problema general

¿Cuáles son las características de la asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?

1.5.2 problemas específicos.

¿Cómo se establece la estrategia en la Cooperativa Agraria Productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?

¿Cuál es la ventaja competitiva de la Cooperativa Agraria Productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?

¿Cómo funciona la cooperación en la Cooperativa Agraria Productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo general.

Determinar las características de asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos- Cajamarca 2021.

1.6.2 Objetivos Específicos.

Describir como se establece la estrategia en la Cooperativa Agraria Productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

Identificar cuál es la ventaja competitiva en la Cooperativa Agraria Productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

Determinar cómo funciona la cooperación en la Cooperativa Agraria Productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación.

El tipo de la presente investigación es básica, ya que tiene como objetivo, obtener información de conocimientos teóricos, para poder explicar los fenómenos de la asociatividad, pero sin adentrarse en sus posibles aplicaciones.

De acuerdo a los autores Escudero y Cortez (2018) define que “la investigación básica está orientada a descubrir las leyes o principios básicos, así como en profundizar los conceptos de una ciencia, considerándola como el punto de apoyo inicial para el estudio de los fenómenos o hechos” (p.19).

El tipo de investigación del presente trabajo es descriptiva, puesto que busca medir o recoger información sobre la categoría a investigar y se encarga de puntualizar las características de la población que se está estudiando. Según (Martínez, 2018) menciona que “el tipo de investigación tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (p.4).

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que tiene una gran amplitud de ideas e interpretaciones que van a enriquecer nuestra investigación. Según Vara (2008) la investigación “cualitativa le interesa más sintetizar un proceso, describirlo, esquematizarlo y sobre todo se realiza en poblaciones pequeñas. Utiliza técnicas tales como entrevistas en profundidad, observación participante entre otras” (p.72). En tal sentido la presente

investigación tiene como objetivo Determinar las características de asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos- Cajamarca 2021.

2.1.1 Diseño de la investigación.

El presente estudio es de diseño no experimental, ya que las categorías de estudio no son manipuladas y los datos que se recolectados se examinan sin cambios, sin intervención para un análisis posterior.

Según Hernández et al. (2014) comenta que “un estudio no experimental no construye una situación, si no que observa situaciones preexistentes y no es provocado intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han aparecido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control, no puede influir en estas variables porque ya han ocurrido y sus efectos (p.184).

De la misma manera, la investigación es de corte transversal o transaccional; de modo que Hernández et al. (2014) menciona que “su propósito es describir las variables y analizar su frecuencia y relaciones en un momento dado” (p.187). de esta manera permitiendo analizar la asociatividad en la Cooperativa Agraria del Norte, San Marcos- Cajamarca 2021; ya que la recolección de datos se realizó en un solo periodo establecido.

2.2 población y muestra.

2.2.1 Población.

La población de una investigación, es el conjunto de personas u objetos que se desea analizar o conocer en dicha investigación, con el propósito de obtener un resultado y sacar conclusiones. Según Vara (2008) define que,” la población es el conjunto de individuos que

tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo” (p.238).

De tal modo, se puede decir que la población es el conjunto de individuos que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo. La presente investigación corresponde a 119 productores de la Cooperativa Agraria productores de tara del Norte, San Marcos- Cajamarca 2021.

2.2.2 Muestra.

La presente investigación se llevará a cabo, mediante una muestra representativa, ya que sus características son similares a las de la población. Según Vara (2008) define que “es el conjunto de casos extraídos de una población, seleccionados por algún método de muestreo. La muestra siempre es una parte de la población” (p.239).

En la presente investigación se usó un muestreo no probabilístico, ya que son más económicos, rápidos y menos complicados; de tal modo Hernández et al. (2014) define el muestreo no probabilístico como un “pequeño grupo de la población donde la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino sobre de las características de la investigación” (p.209). de modo que en el muestreo no probabilístico no todos los miembros de la población tienen la oportunidad de participar en el estudio. Por ello la muestra se realizará a 4 productores de la cooperativa agraria productores de tara del norte, san Marcos- Cajamarca 2021.

2.2.2.1 Criterios de Inclusión

Productores y trabajadores que se hayan convertido en socios en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

Trabajadores que cuenten con un puesto de supervisor, coordinador, certificación y productor.

Socios y productores que participen de forma activa dentro de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

2.2.2.2 Criterios de Exclusión

Socios que se hayan incorporado en el último año en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

Trabajadores que no cuenten con un puesto de supervisor, coordinador, certificación y productor.

Socios y productores que no hayan participado de forma activa dentro de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

Tabla N°1:

Datos de los entrevistados.

Entrevistados	Nombres	Cargo
EN1	Víctor Quiroz	gerente general
EN2	Miguel Meléndez	Responsable de certificación
EN3	Tadita Meléndez	Coordinadora de ventas
EN4	Aparicio Cerna	Socio/productor

Nota: La presente tabla muestra los datos de los entrevistados de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca. Fuente: elaboración propia.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.

2.3.1 Técnicas.

La técnica hace referencia a los procedimientos y medios que hacen operativos los métodos; según Vara (2008) define la técnica como” La selección de las técnicas que se requieren depende de la naturaleza del problema y la metodología de trabajo” (p.267).

Para la presente investigación, se aplicará la técnica de la entrevista, ya que dicha técnica se basa en recolectar información referente a las preguntas de interés.

2.3.2 Instrumento.

El cuestionario logra que el investigador centre su atención en ciertos aspectos y se sujeta a determinadas condiciones, según Chávez (2007), “los instrumentos son cualquier recurso, dispositivo o formato, que se utiliza para obtener, registrar o almacenar la información; entre los cuales se puede mencionar: los cuestionarios, entrevistas y otros” (p.173).

Según, Hernández y Mendoza (2018) comentan que “las entrevistas semiestructuradas se basan en un tema o guía de preguntas y el entrevistado es libre de ingresar preguntas adicionales para aclarar conceptos u obtener más información” (p. 449).

En la presente investigación se usará como instrumento para la recopilación de información la guía de entrevista semiestructurada que fue desarrollada con una serie de preguntas abiertas relacionadas con los indicadores de estudio, realizada durante la visita a los productores de la cooperativa agraria productores de tara del norte, san marcos- Cajamarca 2021.

2.3.3 Validación del instrumento.

Para realizar la entrevista se validó el instrumento por docentes expertos de la universidad privada del Norte; Dany Requejo Granados, Jimmy Herrera Gutiérrez y José Sánchez Porras, quienes gentilmente nos apoyaron con la revisión del instrumento a aplicar mediante un formato de validez donde se podía colocar la valoración y la observación por cada pregunta.

2.4 Procedimiento de recolección de datos

2.4.1 Procedimiento

El instrumento fue validado por expertos mencionados anteriormente previo a la elaboración. La entrevista fue aplicada a 4 socios de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca de diferentes áreas, para ello se realizó una visita a las instalaciones de la cooperativa cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad por la emergencia sanitaria que se vive actualmente; las preguntas y respuestas fueron grabadas con autorización de los involucrados. El instrumento que se aplicó fue una guía de entrevista semiestructura contando con 16 preguntas, cada una de ellas estaba conforme a la subcategoría de estudio; en base a ello la respuesta de los entrevistados fueron de suma importancia para realizar el análisis de las características de la asociatividad en la cooperativa. Finalmente, se resumieron todos los resultados en una serie de tablas para una mejor visualización y análisis.

2.5 Análisis de datos

Después de realizar la guía de entrevista semiestructurada. Se iniciará la transcripción de forma literal y exacta de la respuesta de todos los entrevistados de manera presencial. De la misma manera, se ordenarán y analizarán los datos obtenidos para seleccionar los puntos relacionados con la presente investigación para describir las características de la asociatividad.

Posteriormente se procederá a realizar la codificación de la información obtenida. Según Monge (2015) menciona que “la codificación es una expresión que brinda un proceso sistemático y riguroso y conceptualización por medio del cual se aplican procedimientos y estrategias que culminan en el cual se usan procedimientos y estrategias que terminan con el apareamiento de una nueva categoría central en la cual la caracterización es expresada en términos de una teoría emergente” (p.3). Es decir, la codificación representa las categorías de nuestro estudio en base a las preguntas y objetivos de investigación.

2.6 Aspectos éticos

La presente investigación respalda la propiedad intelectual de los autores citando de manera apropiada y correcta, en la cual se anuncia la fuente bibliográfica de cada uno de los libros virtuales y artículos científicos; respecto a los socios entrevistados de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca; se realizó una entrevista semiestructurada a cada socio de forma presencial cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad.

El presente trabajo de investigación servirá como antecedente para otros trabajos realizados a futuro.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Los resultados es una parte muy fundamental, cuya función es presentar los resultados obtenidos haciendo uso del instrumento, ya que brindara consistencia y peso a nuestro proceso de investigación a través de la entrevista que fue el instrumento aplicado con el fin de validarlas. Según el autor Fuentes et al., (2020) indica que “los resultados corresponden a los datos obtenidos una vez se aplique la técnica y el instrumento de medición. En ellos se reflejan los resultados de las variables, las dimensiones y los indicadores del estudio. Deben responder a los objetivos planteados, según la metodología desarrollada” (p-72).

En la presente investigación se presentarán los resultados obtenidos donde se buscará responder a nuestra pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la asociatividad de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca? A través del instrumento aplicado de la guía de entrevista semiestructurada que permitirá analizar y relacionar con los objetivos de estudio, con una muestra de 04 socios de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca, donde se tiene como objetivo general, determinar las características de la asociatividad de los productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

En razón a lo expuesto anteriormente, se presentarán los resultados de la investigación por cada una de las dimensiones trabajadas, por lo tanto, para responder a la pregunta general de investigación, primero se detallarán los resultados por cada objetivo específico, para que finalmente se presente los resultados generales del objetivo general.

3.1 Descripción de resultados

Por practicidad se está codificando a los entrevistados de la siguiente manera:

Entrevistado 1: Se refiere a Víctor Quiroz, gerente general (EN1)

Entrevistado 2: Se refiere a Miguel Meléndez, responsable de certificación (EN2)

Entrevistado 3: Se refiere a Tadita Meléndez, coordinadora de ventas (EN3)

Entrevistado 4: Se refiere a Aparicio Cerna, socio/ productor (EN4)

Según lo analizado en capítulos anteriores determinado en la matriz de categorización las categorías y sub categorías de la presente investigación están basadas en determinar las características de la asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del norte, San Marcos, Cajamarca 2021.

Estrategia en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021

El EN1 menciona que la estrategia influye mucho al establecer contacto directo con los clientes, se buscan mejorar el empaque y mantener la certificación orgánica. Mientras que el EN2 considera una estrategia fortalecer la cadena de valor y enfocarse en las necesidades del consumidor, asimismo el EN3 considera como una estrategia la aplicación de la tecnología existente para contactar a los clientes, por su parte el EN4 indica que parte de su estrategia es enfocarse al cuidado de su producción para brindar un buen producto y de esa manera apoyar en la estrategia de la cooperativa.

Figura N°2

Elementos de la estrategia de la cooperativa agraria productores de tara del norte, San Marcos, Cajamarca 2021



Nota. La figura muestra cuales son los elementos de la estrategia en la cooperativa, las cuales son: ferias agrarias, cadena de valor, calidad de producto, aplicación de tecnología y cuidado de su producción. Fuente: Elaboración propia

Ventaja competitiva en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021

El EN1 menciona que contar con un producto orgánico es una de sus ventajas competitivas, participan en ferias agrarias tanto en Cajamarca como en Lima, también comentó que cuentan con una medalla de tercer puesto otorgado MINAGRI y una autorización de SENASA, Por su parte el EN2 resalta el trabajo social y la certificación orgánica como una ventaja competitiva, a la vez cuentan con terrenos, infraestructura,

movilidades y equipos propios; además ellos mismos brindan la semilla y equipo técnico para obtener un producto orgánico de calidad. Asimismo, el EN3 coincide con el EN1 y EN2 donde indican que su producto orgánico por lo cual ya generan ventaja competitiva frente a su competencia. Por último, el EN4 menciona que ellos se encargan de brindar un producto orgánico y de calidad a la cooperativa de tal modo que generen una ventaja competitiva.

FIGURA N°3

Certificación Orgánica de la cooperativa productores de tara del Norte.



PERÚ Ministerio de Agricultura y Riego

inia INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

LABORATORIO DE SERVICIO DE SUELOS, AGUAS, ABONOS Y PASTOS

NOMBRE : COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE
 PROCEDENCIA : Cajamarca FECHA: 02/06/2017
 TIPO DE MUESTRA : Varios
 RESULTADOS DEL ANÁLISIS

Descripción de la muestra	Procedencia	Código Laboratorio	Humedad %	Materia seca %	Cenizas %	Proteína %	Extracto Etéreo %	Fibra %	ELN %
Pallar Bicolor	Azufré – San Marcos	PX008-EEBI-17	16.07	83.93	--	--	--	--	--
Frijol Huevo de Paloma	Pampa Alegre-José Sabogal	PX009-EEBI-17	18.27	81.73	--	--	--	--	--
Nuña Pavón Negro	Cajabamba	PX010-EEBI-17	9.13	90.87	--	--	--	--	--
Maíz Amarillo	La Tiza- San Marcos	PX011-EEBI-17	13.21	86.79	--	--	--	--	--
Lenteja	Pampa Alegre – José Sabogal	PX012-EEBI-17	13.41	86.59	--	--	--	--	--

* La toma de muestras es responsabilidad del usuario

Jr. Wiracocha s/n – Baños del Inca – Cajamarca
 Telefono: 076- 348648; Fax: 076- 348386 E-mail: bincad@inia.gov.pe

Av. La Molina 181, La Molina
 T: (051) 349 2600
 www.inia.gov.pe
 www.mimagri.gov.pe

INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA
 Estación Experimental Baños del Inca
 Tuto A. Velásquez Comacho
 JEFE LABORATORIO DE SUELOS

Trabajando para todos los peruanos

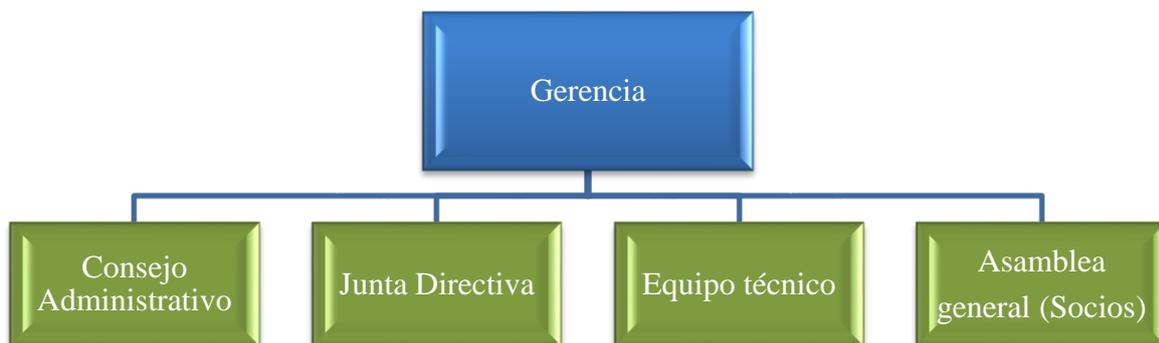
Nota: Se muestra la imagen de la certificación orgánica que cuenta la cooperativa. Fuente: Pagina web de la Cooperativa productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca (2017).

Cooperación en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021

El EN1 menciona que dentro de la cooperación vienen realizando el trabajo conjunto para la implementación de su planta de extracción y todos los acuerdos lo realizan a través de jerarquías, empiezan por el consejo administrativo, Junta directiva, equipo técnico y asamblea general por lo cual concuerdan con el EN2, EN3 Y EN4. Por su parte el EN2 menciona que tienen como objetivo llegar a exportar directamente en coordinación de todos los socios y las actividades que realizan van acorde a sus cargos establecidos; Mientras que el EN3 tiene como objetivo lograr la sostenibilidad de la cooperativa y como parte de la cooperación brindan apoyo técnico a todos los socios durante toda la producción. En cuanto el EN4 menciona que por su parte coopera con la cooperativa brindando calidad en el producto.

Figura N° 4

Organigrama de la cooperativa productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca



Nota: La figura muestra la jerarquía establecida para la toma de decisiones dentro de la Cooperativa agraria productores de tara del Nortes, San Marcos, Cajamarca. Fuente: Elaboración propia.

Estrategia – Acciones establecidas

Tabla 2

Entrevista sobre acciones establecidas

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Acciones	Coordinar el stock de los productos, para coordinar con el personal de ventas en recojo, empaque y envío del producto (todos los sábados), verificar las labores diarias del personal de todas las áreas, verificar el avance de proyectos en curso (mantener la certificación orgánica, mejora de empaque).	Brindar asistencia técnica en campo a los productores, coordinar los envíos de los productos, dinamizar nuevas líneas y responsable del control de la certificación orgánica.	Soy la persona encargada de la recepción de pedidos, envío de pedidos, compras y venta de productos, prácticamente mis acciones que realizo es todo lo que tiene que ver con inventario.	Mis acciones como socio y productor es cultivar mis productos sin ningún químico y vender un producto de calidad a la cooperativa.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados las acciones que realizan diariamente varían según el cargo que ocupan; gerencia se ocupa de coordina y verificar al personal de todas las áreas, y en el área de certificación y ventas son las personas encargadas de verificar la producción hasta el consumidor final mientras que el productor se encarga de preservar un producto orgánico.

Estrategia – Resultados esperados

Tabla 3

Entrevista sobre resultados esperados

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Resultados esperados	Con la actual coyuntura que se vive es un poco difícil tener claro los resultados que se espera, pero esperamos aumentar las ventas con un nuevo empaque ya que actualmente solo se logra enviar de dos a 3 toneladas y nuestro principal	Como cooperativa nosotros tenemos dentro de nuestro plan estratégico seguir fortaleciéndonos en las cadenas de valor, en menestras, cereales, leguminosas y tubérculos, el	Nuestra meta de acá a tres meses es llegar a tener 2 toneladas en harinas y venderlo todo.	El resultado que espero es vender todo el producto que requiere la cooperativa. Ya que por causa de las plagas o cambios en el clima no

mercado es lima, por ello deseamos abrir nuevos mercados en el exterior, con el nuevo laboratorio que se está implementando, esperamos enviar nuestros productos ya procesados, porque actualmente todo se envía como materia prima a excepción de harinas que se muele en un molino de piedra que es propio de la cooperativa.

otro tema es seguir brindando otras alternativas o introducir otros cultivos que sean rentables y que para nuestros socios sea atractivo económicamente.
Lograr una exportación, mejorar nuestro empaque ya que nuestra presentación aún es muy básica.

se pudo obtener la cantidad que se esperaba.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados cada uno tiene diferentes puntos de vista; el gerente y la coordinadora del área de ventas esperan aumentar las ventas e implementar un nuevo laboratorio mientras que el encargado de certificación espera fortalecer su cadena de valor para poder lograr una exportación y mejorar su empaque. A diferencia del socio o productor que espera suplir del producto necesario a la cooperativa.

Estrategia – Toma de decisiones

Tabla 4

Entrevista sobre toma de decisiones

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Toma de decisiones	Para tomar decisiones que sean simples y urgentes las tomo yo con alguno de los socios presentes; pero si ya es una decisión compleja, se reúne al consejo de administración y vigilancia, se llama a todos los socios para realizar una asamblea y se tome una decisión con unanimidad.	Para el proceso de toma de decisiones pasaría primeramente por el consejo administrativo, luego gerencia juntamente con el consejo y por ultimo pasaría a una asamblea de la cooperativa.	Para la toma de decisiones en mi cargo lo podemos realizar con la junta directiva, con el gerente o el equipo técnico de acuerdo a la situación. Por ejemplo, si es de campo, se toma la decisión con el equipo técnico, si es del mercado hay que tomar la decisión con el gerente, si hay que tomar decisiones por el bien con la cooperativa en general se toma la decisión con la junta directiva.	Para la toma de decisiones siempre nos reúnen en una asamblea general y nosotros como socios de la cooperativa tomamos la decisión.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los entrevistados de todas las áreas concuerdan que para la toma de decisiones en la cooperativa influye mucho la situación, según la complejidad del caso se recurre a una asamblea respetando la jerarquía establecida. Primeramente, la gerencia, luego con el consejo de administración y finalmente una asamblea que son todos los socios

Estrategia – Clientes

Tabla 5

Entrevista sobre clientes

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Clientes	Para establecer contacto con los clientes se realiza visitas directas con el personal asignada; se	A nuestros clientes les contactamos a través de llamadas telefónicas,	Establecemos contactos con los clientes a través de llamadas telefónicas,	Nosotros como productores y socios vendemos el producto

busca al posible comprador a través de páginas de internet, redes sociales o referidos por otros clientes; se pasa un filtro según el producto que brindamos, se llega a un acuerdo para una visita y mostrar el producto que se maneja y de esa manera se llega a un acuerdo en cuanto a precio y cantidad.

búsquedas en páginas de internet exclusivas de acuerdo a la característica del cliente que queremos llegar. Por ejemplo, si deseamos para harinas buscamos panaderías, si queremos para menestras buscamos biotiendas o también nuestros contactos que tenemos en lima nos contactan telefónicamente a otros clientes.

los buscamos por internet, WhatsApp y toda la tecnología existente.

a la cooperativa y ellos se encargan de la búsqueda del cliente, nosotros nos encargamos solo de la producción.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de entrevistados, el gerente el responsable de la certificación y coordinadora de ventas concuerdan con la misma metodología para la búsqueda de clientes, la se realiza a través de página web, redes sociales y referidos de aliados estratégicos, Sin embargo, el socio o productor solo se encarga vender su producto orgánico directo a la cooperativa.

Ventaja competitiva – Atributos

Tabla 6

Entrevista sobre atributos

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Atributos	Un gran atributo que tenemos, es que nuestros productos son 100% natural, ya que son molidos en nuestro molino de piedra, contamos con un registro sanitario y nuestros productos son totalmente orgánicos.	Uno de los atributos que hay que resaltar es que es una organización enfocada en el trabajo social buscando siempre el beneficio del productor, donde tratamos de que evitar el negocio entre los intermediarios si no de frente llegar al productor para no comprar a un tercero, porque el negocio funciona productor, intermediario y consumidor final y nosotros tratamos de esquivar al intermediario y vamos de frente al productor. Nosotros le brindamos la	Nuestro producto es orgánico y de calidad, libre de químicos además contamos con un laboratorio de control biológico, entonces nosotros le damos alternativa al productor para que no usen químicos y de esa manera cuidamos el medio ambiente, la conservación de los suelos y que llegue un alimento sano al consumidor.	Nos brindan semilla y equipo técnico durante toda la producción y hasta la cosecha.

semilla, ellos nos devuelven la semilla y
nos venden el producto.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según de los entrevistados el gerente y la coordinadora de venta coinciden que uno de sus atributos es que su producto es orgánico ya que cuentan con un molino de piedra, mientras que el responsable de certificación menciona que uno de sus atributos es el trabajo social y siempre buscando el beneficio del productor, el atributo que resalta el productor es el apoyo que reciben a través del apoyo con semilla y equipo técnico.

Ventaja competitiva – Recursos

Tabla 7

Entrevista sobre recursos

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Recursos	<p>Actualmente no tenemos mucho, pero lo que podemos resaltar es la experiencia que tenemos en cuanto a producción ya que estamos capacitados en el tema agrícola y contamos con una medalla que ganamos en una feria organizada por el MINAGRI, el cual es un gran logro para nosotros, porque esto nos hace ganar la confianza del mercado, es por ello que siempre participamos de las ferias agroindustriales realizadas en Cajamarca y en lima, ya que también es una manera de ganar más clientes.</p> <p>También contamos con un pequeño capital propio de la cooperativa que es resultado de las ventas.</p>	<p>Básicamente tenemos lo que son económicos, equipos, terrenos, movilidades (2 motos y una camioneta), local propio y el recurso más importante que tenemos son nuestros asociados.</p>	<p>Contamos con terrenos, infraestructura propia y almacenes.</p>	<p>Tenemos terrenos donde cultivamos nuestros productos para aumentar nuestra producción.</p>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados todos concuerdan que los recursos con los que cuenta la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca, son: capital propio, local e infraestructura, almacenes, movilidades (2 motos y 1 camioneta), terrenos y como recurso más importante es la consideración a sus socios o productores.

Ventaja competitiva – Competencia

Tabla 8

Entrevista sobre competencia

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Competencia	Directamente en San Marcos aún no tenemos competencia; pero al sur si tenemos mucha competencia por ejemplo, Organika, las cuales si tienen un mejor empaque a diferencia de nuestro producto, porque hasta el momento nosotros no hemos recibido ningún tipo de apoyo del estado o municipalidades y eso requiere de una fuerte inversión ya que se tiene que hacer pedido en grandes cantidades, con la cual nosotros no contamos por el momento; pero ya lo tenemos como proyecto la mejora de nuestro empaque porque eso ha sido una limitante al momento de realizar las ventas.	A nuestra competencia directa se podría considerar a los intermediarios o también a otras empresas o instituciones que se dedican al mismo rubro que nosotros que venden sus productos de la misma manera.	Marcas convencional, por ejemplo, las importaciones sus precios son demasiados bajos a la comparación al nuestro que es un producto orgánico y la gente todavía no conoce mucho de esto, prefiere comprar más barato	Mi competencia como productor son los demás agricultores que no perteneces a la cooperativa.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados el gerente indica que su competencia mayormente se encuentra en la parte del sur, ya que ellos cuentan con un empaque mejorado. El responsable de la certificación indico que su competencia son los intermediarios que se dedican al mismo rubro, en cuanto a la coordinadora de ventas su competencia son las importaciones ya que sus precios son demasiados bajos; por otro lado, el productor indico que su competencia son los demás productores que no estén asociados a la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca.

Ventaja competitiva – Producción

Tabla 9

Entrevista sobre producción

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Producción	<p>En cuanto a la tara mayormente influye el manejo básicamente, porque es una planta silvestre que no requiere de mucho cuidado o equipo técnico; en cuanto a los demás productos cada quien tiene su propio paquete técnico, porque todos son variables; por ejemplo, un trigo Centeno frente a un maíz morado son diferentes porque el Centeno requiere de terrenos pobres y el maíz morado requiere un terreno más bueno.</p> <p>Nuestros productos son orgánicos y casi nunca se fumiga y cuando lo hacemos, se fumiga con productos elaborados por nosotros mismos; para abonar los suelos se usa abono de isla o de ovino.</p>	<p>En cuanto a los cultivos nosotros llevamos a cabo dos procesos les brindamos la semilla y el productor lo cultiva y nos vende el producto y la otra manera es que nosotros sembrábamos al partido, les dábamos la semilla y les apoyábamos con abonos el cual fue una técnica que no nos resultó porque el productor en cierta forma no lo ve el gasto que el hace como veía que todo le dábamos no cuida el producto, por ello optamos por otra técnica en donde nosotros les damos la semilla, nos devuelve la semilla y el resto de su producción nos vendes y esa es la mejor manera que hemos podido encontrar para que se realice la producción y enfocándonos siempre en los cultivos que ya manejan verificando siempre con los asistentes de campo la calidad.</p>	<p>Nosotros trabajamos con los socios; les damos la semilla, asistencia técnica, les ayudamos en la cosecha, los acompañamos en todo el proceso, luego les compramos el producto y después nosotros limpiamos (separamos impurezas y lavamos) finalmente empacamos.</p>	<p>La cooperativa nos brinda apoyo con equipo para el mantenimiento de las plantas y así obtener un buen producto.</p>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados el gerente indico que para el proceso de producción depende mucho de la variedad del producto ya que la tara no requiere de mucho cuidado ni equipo técnico comparado con los demás productos necesitan de un terreno apropiado y asistencia técnica. En cuanto al coordinador de certificación, coordinadora de ventas y socio concuerdan que se les entrega la semilla a los productores, les brindan asistencia técnica y ayudan en la cosecha, el productor se encarga de devolver la semilla y vender el producto a la cooperativa.

Cooperación – Objetivos

Tabla 10

Entrevista sobre objetivos

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Objetivos	<p>En nuestros objetivos a corto plazo que ya están casi terminados tenemos ya en este local en el primer piso que estamos implementando una planta de extracción, la cual ya se estará inaugurando la próxima semana, es por ello que ahora tenemos nuestros productos un poco desordenados mientras que se termina de instalar la planta, ya que contamos con local propio. A largo plazo tenemos trazado en implementar un laboratorio de controlador biológico, que por el momento funciona alquilado, pero la idea es tener ya uno propio, el cual ya se estará iniciando a fines del próximo año y otro objetivo es tener una planta especializada que nos permita tener autorización del DIGESA, porque la planta que tenemos actualmente es solo para autorización del SENASA que es la autorización sanitaria.</p>	<p>Como cooperativa nuestro objetivo es en algún momento llegar a exportar directamente sin intermediarios ya sea con tara, menestras u otros productos. Otro objetivo que tenemos es seguir ampliando nuestras cadenas de producción, no quedarnos con los cultivos que ya tenemos y también fomentar la producción netamente orgánica.</p>	<p>Lograr la sostenibilidad de la cooperativa que sea auto sostenible.</p>	<p>Lograr cosechar mayor cantidad y calidad que la cooperativa requiere.</p>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados, el gerente indico que sus objetivos de corto plazo es la terminación de la implementación de una planta de extracción que se encuentra en el primer piso de su local y el objetivo a largo plazo es implementar un laboratorio biológico, el responsable de certificación indico que sus objetivos es exportar directamente sin intermediarios ya sea con tara, menestras u otros productos también la ampliación de sus cadenas productivas, en cuanto el productor su objetivo es lograr cosechar mayor cantidad y calidad que la cooperativa requiera.

Cooperación – Acuerdos

Tabla 11

Entrevista sobre acuerdos

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Acuerdos	Durante el periodo que estuvo prohibido las reuniones, realizamos acuerdos solo con el consejo administrativo y salíamos a algunos caseríos para informales los acuerdos que se viene tomando para la mejora de la cooperativa, queríamos realizar nuestra asamblea este año, pero aún no se a podido por el motivo de la pandemia y se ha postergado para enero, porque ya los poderes del consejo administrativo están vencidos y necesitamos actualizarlos.	Los acuerdos se toman dependiendo a la situación que se presenta, si es un acuerdo simple lo toma solo gerencia que está dentro de sus atributos y estatutos, cuando requiere un atributo más grande o cosas que se quieran hacer a gran escala se hace la convocatoria de la asamblea general, del consejo de administración y el número total de socios para que se pueda llegar a un acuerdo establecido por unanimidad.	Todos nos reunimos y hay rangos que respetar, por ejemplo, gerencia, consejo administrativo, junta directiva y equipo técnico.	Nuestros acuerdos que tenemos con la cooperativa es que nos brinden la semilla y el equipo técnico para que nosotros podamos finalmente devolver la semilla y vender nuestro producto.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados el gerente menciona que por tiempos de pandemia los acuerdos que establecen lo realizan a través del consejo administrativo, luego salen a los caseríos a informar a sus socios o productores, el responsable de la certificación, la coordinadora de ventas y socio concuerdan que los acuerdos se establecen de acuerdo a la situación que se presenta y siempre lo realizan por jerarquía.

Cooperación – Negociación

Tabla 12

Entrevista sobre negociación

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Negociación	Las negociaciones se realizan directamente con el personal de compras y ventas juntamente con mi persona y se respeta la lista de precios y normas establecidos por acuerdo de todos los socios.	La negociación se realiza directamente con gerencia y la persona encargada del área de ventas.	Nosotros tenemos un contrato o un acuerdo con los productores, donde nosotros les brindamos la semilla y al final ellos nos venden sus productos y se comprometen a cultivar sus productos sin químicos, en donde nosotros les hacemos un seguimiento con el SIC (sistema interno de calidad)	La negociación se encarga la cooperativa con una persona asignada.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados el gerente y el responsable de certificación indicaron que las negociaciones se realizan directamente con gerencia, el personal de compras y ventas donde se respetan los precios establecidos con todos los socios, la coordinadora de ventas indico que tienen un contrato con los productores donde se comprometen a vender sus productos a la cooperativa, en cuanto el socio indico que la negociación lo realiza directamente la cooperativa con el área encargada.

Cooperación – Actividades

Tabla 13

Entrevista sobre actividades

Indicador	Gerente (EN1)	Responsable de certificación (EN2)	Coordinadora de ventas (EN3)	Socio/Productor (EN4)
Actividades	Las actividades de los socios mayormente son todo lo que es campo, por ejemplo, ahora se encuentran sembrando todo lo que son maíces, garbanzos y trigos según la estación y en mi caso es el manejo técnico de los productos.	Bueno los socios realizan sus actividades una que son sus terrenos y la otra en el caso que sean asignados como miembros del consejo de vigilancia, del consejo de administración que esas son sus funciones dentro de la cooperativa y en algunas ocasiones que nos brindan su apoyo en otras actividades.	Los socios mayormente se dedican a la producción de cualquier tipo de menestras, cereales, legumbres y tubérculos. Ellos realizan todo el trabajo de campo con el acompañamiento de otros integrantes de la cooperativa.	Nosotros nos encargamos en verificar el mantenimiento y cosecha de nuestros productos.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados todos concuerdan que sus actividades realizan de acuerdo a su cargo que desempeñan en la cooperativa, por ejemplo, los productores se dedican al trabajo en campo para que tengan un buen producto para la cooperativa y en algunas ocasiones brindan su apoyo en otras actividades, al igual que el gerente, responsable de certificación y coordinadora de ventas se encargan del manejo técnico de los productos.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Limitaciones

Según los autores Ñaupas et al., (2018) definen a las limitaciones como; “toda investigación siempre tiene limitaciones en cuanto a la aplicación de determinadas tecnologías como la correlación parcial o la regresión múltiple. Otra debilidad es: falta de control sobre los factores supuestamente causales, no es posible establecer con un margen de seguridad aceptable, cuál es la causa o causas” (p.154).

En base a lo definido por los autores expondremos las limitaciones que obtuvimos durante la realización de nuestra presente investigación, en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca.

Una de las principales limitaciones que se obtuvo durante el desarrollo de la presente investigación fue que no nos pudimos reunir con todos los socios y personal de la cooperativa por el tema de las medidas sanitarias por el covid 19.

Otras de nuestras limitaciones fue la distancia en la que se encuentra la cooperativa ya que no se pudo hacer más visitas por la coyuntura que se encuentra nuestro país, por lo que no pudimos realizar visitas constantes a la cooperativa para poder verificar cómo funciona la asociatividad y el proceso de producción.

Otra limitación que tuvimos fue la falta de tiempo para desarrollar la presente investigación ya que tuvimos una duración de 8 semanas, en la cual no se pudo más profundizar en el tema, pero se logró recolectar la información necesaria.

4.2 Discusión

Según los autores Hernández y Mendoza (2018) indican que la discusión es “incluir e indicar que las lecciones se han aprendido del estudio y los resultados confirman o no los conocimientos previos y sugieren la acción” (p.597). De acuerdo a nuestros resultados obtenidos después de aplicar la entrevista semiestructurada a 4 socios de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca, se puede definir la importancia de la asociatividad dentro de dicha cooperativa.

Serrano et al (2020) presento su trabajo de investigación donde su objetivo fue mejora de la competitividad de los asociados en los mercados, para aumentar los ingresos de sus operaciones, progresar el bienestar familiar y favorecer el desarrollo económico de las comunidades rurales. Como resultado se obtuvo plantear estrategias las cuales están socializadas con los productores del municipio de Sogamoso, con el ánimo de desarrollarlas a un mediano plazo dentro de las estrategias económicas que se determinaron. En la cual se asemeja con nuestro estudio, ya que los entrevistados nos mencionaron que la cooperativa brinda apoyo técnico a los productores durante la producción hasta la cosecha para obtener un producto orgánico y de calidad, con ello generar una ventaja competitiva frente a su competencia directa.

Gutiérrez (2017) presento su trabajo de investigación donde su objetivo general fue determinar la relación existente entre la asociatividad agraria y la calidad de vida del productor agropecuario-2017. Como resultado el nivel de asociatividad agraria del productor agropecuario tiene un nivel de tendencia mala. El cual no se asemeja con nuestro estudio, ya que los socios de la cooperativa nos comentaron que buscan fortalecer su cadena de valor e

introducir otros cultivos que sean rentables para beneficiar a sus socios económicamente y de esta manera mejorar la calidad de vida de cada socio o productor.

Cerroblanco (2021) expuso su trabajo de investigación donde su objetivo fue analizar la asociatividad en la cadena de valor de una marca colectiva de mezcal en Sn Felipe, Guanajato, México. Como resultado en el presente estudio revelan que a partir de la asociación y la gobernanza en la cadena de valor de la marca se ha logrado su desarrollo, llevándola a un mejor posicionamiento en el mercado. El cual se asemeja a nuestra investigación ya que uno de los entrevistados nos mencionó que como cooperativa tienen un plan estratégico para fortalecerse en la cadena de valor en cuanto a menestras, cereales, leguminosas y tubérculos y de esta manera lograr la exportación con un mejor empaque.

Naranjo (2017) presento su trabajo de investigación donde presenta como objetivo general analizar como repercute la asociatividad en los ingresos económicos de los productores de artículos de cuero, en la parroquia Quisapincha. Como resultado se obtuvo que la mayoría de los involucrados están de acuerdo en trabajar de manera asociada ya que se resolverán fácilmente los problemas existentes en su actividad diarias. La cual se asemeja con nuestro estudio ya que los entrevistados mencionaron que no presentan barreras entre la cooperativa y el productor ya que todos sus acuerdos lo realizan por jerarquía (Gerencia, consejo administrativo, junta directiva, equipo técnico y asamblea general), en la cual se realiza una toma de decisiones de manera ordenada y democrática.

Mucha (2017) presento su trabajo de investigación el cual tienen como objetivo principal establecer la magnitud de la asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de la quinua de la región de Junín para el ingreso a potenciales mercados, tal es el caso de Corea del Sur. Como resultado de la investigación se estableció que las asociaciones de

productores y comercializadores de quinua de la región tienen conocimiento sobre la importancia de la asociatividad, la cual permite generar mayores oportunidades. A sí mismo, como resultado de nuestra investigación los entrevistados comentaron que el trabajo conjunto dentro de la cooperativa con lleva a una mejor implementación y la participación de cada uno de los socios asignados para la participación en ferias agroindustriales donde promocionan su producto y contactan a sus clientes, logrando mayor sostenibilidad.

4.3 Implicancias

La implicancia de la presente investigación bajo un enfoque cualitativo contribuirá en el conocimiento de las características de la asociatividad y como se lleva a cabo dentro de una organización, el cual sirve como una herramienta para compartir la información con otras organizaciones del mismo rubro. Se debe tener en cuenta que las personas a las cuales se entrevistó son profesionales y cuentan con experiencia en la asociatividad de una cooperativa, además desde el punto de vista del aspecto teórico se puede comparar con los antecedentes o teorías anteriores para descubrir diferencias o similitudes en relación con la categoría de estudio. La presente investigación también ayudara a los socios de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca para mejorar sus características en la asociatividad para lograr la exportación de sus productos.

4.4 Conclusión

Según los autores Ñaupas et al (2016) señala que “las conclusiones son enunciados afirmativos que dan a conocer las apreciaciones que el investigador ha llegado en base a los

análisis interpretaciones de los resultados alcanzados, debe estar redactadas en forma clara precisa y sintética” (p.117).

Después del análisis de los resultados de la entrevista aplicada a los 4 socios de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos Cajamarca, se puede indicar las siguientes conclusiones.

En primer lugar, se concluye que las características de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021, es brindar apoyo técnico desde la producción hasta la cosecha; además recibir apoyo financiero y capacitación constante para lograr un producto orgánico de calidad.

En segundo lugar, se puede establecer que la estrategia dentro de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021, Se establece contactando directamente a los clientes, mejorando el empaque, aplicando nueva tecnología, enfocándose en el cuidado de su producción y en las necesidades del consumidor; además fortaleciendo la cadena de valor.

En tercer lugar, se concluye que la ventaja competitiva de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021, es contar con un producto orgánico, resaltar el trabajo social y mantener la certificación; así mismo contar con infraestructura, terrenos y movilidades propias genera competitividad frente a la competencia; además participan en ferias agrarias tanto en Cajamarca como en Lima.

Finalmente, se concluye, en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021, la cooperación funciona a través de un trabajo conjunto para lograr la implementación de su planta de extracción y todos sus acuerdos lo realizan de acuerdo a

la situación que se presente por jerarquía, además en coordinación con todos los socios tienen un objetivo de llegar a exportar directamente sin intermediarios.

4.5 Recomendaciones

Según Manrique (2004) menciona que “las recomendaciones en un estudio de investigación deben brindar sugerencias en base a los resultados, en este sentido las recomendaciones están dirigidas para generar los métodos investigación de estudio, concretar acciones específicas en base a las sugerencias y consecuencias para futuras investigaciones”.

Según lo analizado en los resultados de la entrevista a los 4 socios de la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca, se redactaron las siguientes recomendaciones a tomar en cuenta para futuros investigadores a la organización entrevistada.

En primer lugar, se recomienda a la cooperativa agraria productores del Norte, San Marcos, conocer un poco más acerca de las características de la asociatividad para aplicarlas correctamente, seguir brindando el apoyo técnico a los productores para seguir logrando un producto 100% orgánico para el consumidor final.

En segundo lugar, se recomienda a la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca, mejorar su estrategia en cuanto a su empaque y continuar fortaleciendo la cadena de valor y el uso de la tecnología para contactar a los clientes y así mismo seguir enfocándose en el cuidado de su producción para brindar un buen producto.

Tercer lugar, se recomienda a la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca, seguir manteniendo la certificación y autorización brindada por SENASA y a la vez incrementar sus activos, por otro lado, continuar participando en las ferias agrarias y seguir brindándoles capacitaciones a los productores y equipo técnico, ya que eso les garantizara una mayor competitividad frente a las demás organizaciones.

Finalmente, se recomienda a la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca, seguir manteniendo sus acuerdos para la toma de decisiones la misma jerarquía que lo vienen desarrollando para alcanzar sus objetivos en cuanto a lograr la exportación y la sostenibilidad de la cooperativa con la cooperación de todos los socios.

REFERENCIAS

Ahumada, R. (2017). Proyecto asociativo de exportación de almendras. Chile. Universidad de Chile.

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/150769/Proyecto-asociativo-de-nexportacion-de-almendras.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Algalobo, B., Pusse, K. (2017). Asociatividad como estrategia para la exportación del limón sutil del distrito de olmos. Perú. Universidad Pedro Ruiz Gallo.

<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ascencios, V. (2019). Asociatividad como estrategia y la competitividad de la red de productores de Camú Camú en Yarinacocha, Ucayali 2018.

<http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/4795>

Cerroblanco, V. (2021). Asociatividad y cadenas de valor: estudio de caso de una marca colectiva de mezcal en Guanajato, Mexico.

<https://doi.org/10.29393/RAN7-2ACCL20002>

Cobo, B. Hervé, G. (2008). Cooperación empresarial como estrategia emergente de supervivencia en el sector de manufacturas plásticas.

[file:///C:/Users/asus/Downloads/DialnetCooperacionEmpresarialComoEstrategiaEmergenteDeSup-6430945%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/DialnetCooperacionEmpresarialComoEstrategiaEmergenteDeSup-6430945%20(1).pdf)

Chandler, A. (2021). Que es una estrategia y como se elabora. *Emprendices*.

<https://www.emprendices.co/que-es-una-estrategia-y-como-se-elabora/>

Chávez, N. (2007). Introducción a la investigación educativa. Coordinación del estado Zullia.

<https://isbn.cloud/9789802962815/introduccion-a-la-investigacion-educativa/>

Delgado, L. (2019, 29 de noviembre). Cuarenta asociaciones agropecuarias rurales y empresarios nacionales promueven alianzas estratégicas para el desarrollo de agricultura familiar. *RSS de las noticias*.

<https://www.agrorural.gob.pe/40310-2/>

Deza, A. (2017). Asociatividad para la agricultura exportadora en productores de uva del distrito de San Benito. Contumaza-2017.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/11506>

Escudero, C. Cortez, L. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Utmach.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12501>

Fuentes, D. Toscano, A. Malvaceda, E. Díaz, J. & Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación. Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Medellín, Colombia: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

<http://hdl.handle.net/20.500.1>

Gabriel, R. (2019). Estrategia: ¿Qué es? Y las herramientas para crearla. *Pensemos*.

<https://gestion.pensemos.com/estrategia-que-es-y-las-herramientas-para-crearla>

Gómez, L. (2011). Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso. México.

http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresarial.pdf

Gutiérrez, E. (2018). Asociatividad agraria y la mejora de la calidad de vida del productor agropecuario en el Perú, según la percepción de los especialistas del Minagri Lima-2017.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/17662>

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, N. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta edición). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hernández, R. Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Herrera, E. (2020, 06 de octubre) Agencia Agraria de San Miguel promueve asociatividad de productores.

<https://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/det/1531>

Iguera, M. (2003). Asociatividad en pymes.

<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/%5BPDP%5D%20Documentos%20-%20Asociatividad%20en%20pymes.pdf>

Llaqué, M. Riveros, H. (2004) Fortalecimiento de la cadena maíz-agricultura en el valle de Huara Perú. Lecciones aprendidas.

<http://repositorio.iica.int/handle/11324/7260>

Lliendo, m. Martínez, A. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes.

http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/8044/Liendo%2C%20Martinez_asociatividad.pdf

Manrique, M. (2004). Conclusiones recomendaciones en un trabajo de investigación. Un enfoque constructivista.

<https://www.monografias.com/trabajos17/conclusiones-en-investigacion/conclusiones-en-investigacion.shtml>

Martínez, C. (2018). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas y de investigación- acción). *Resimundo*. Saberes del conocimiento.
<file:///C:/Users/asus/Downloads/DialnetMetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf>

Minagri. (2019, noviembre 29). Cuarenta asociaciones agropecuarias rurales y empresarios nacionales promueven alianzas estratégicas para el desarrollo de agricultura familiar.
<https://www.agrorural.gob.pe/40310-2/>

Monge, V. (2015). La codificación en el método de investigación de la grounded theory o teoría fundamentada. *World Languages Department, East Side Union High School District, (ESUHSD)*. Estados Unidos.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5248462.pdf>

Mucha, F. (2017). Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur.
<https://hdl.handle.net/20.500.12727/2779>

Muñoz, L. (2019). Asociatividad empresarial como estrategia para la competitividad de las pymes del sector moda de México y Colombia.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17822/ASOCIATIVIDA>

[D%20EMPRESARIAL%20COMO%20%20ESTRATEGIA%20PARA%20LA.pdf](#)

[?sequence=1&isAllowed=y](#)

Naranjo, J. (2017). La asociatividad y su incidencia en los ingresos económicos en los productores de artículos de cuero en la parroquia Quisapincha, Cantón, Ambato.

<http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/265>

Ñaupas, H. Valdivia, M. Palacios, J. & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. 5ta Edición. Bogotá. Colombia: Ediciones de la U.

Peñañiel, J. (2018). Impacto de la asociatividad en la comercialización de la zanahoria (Daucus carota) en la asopavit, Chimborazo.

<http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/8331/1/20T01012.pdf>

Porter, M. (2009). Enfoque en porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la ventaja competitiva: ¿Contraposición o conciliación? *Redali*.

<https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541313005.pdf>

Promperu, (2017). Asociatividad para el comercio exterior.

[https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Aso
ciatividad Comercio Exterior 2014 keyword principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Aso%20ciatividad%20Comercio%20Exterior%202014%20keyword%20principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Quintanilla, P. (2019). Asociatividad, alternativa para pymes.

<https://larepublica.pe/sociedad/1270263-asociatividad-alternativa-pymes/>

Rivkin, D. (2020). Conceptos para entender que es una estrategia empresarial. Ealde Business School.

<https://www.ealde.es/definicion-estrategia-empresarial/>

Romero, B. (2009). Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas. *Biblat bibliografía latinoamericana en revistas de investigación científica y social.*

https://www.academia.edu/10206508/5_Roxana_Beatriz_Romero?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover_page

Rosales, R. (2013). *Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas.* 2da. Edición. Editorial Santander Trade Portal Agraria. Buenos Aires.

Salas, D. (2019) ¿Qué es la justificación en la investigación?

<https://investigaliacr.com/investigacion/que-es-la-justificacion-en-la-investigacion/>

Serrano, A., Martínez, M., Tiuzo, S., Pineda, D. (2020). Propuesta de la asociatividad para productores hortícolas en Colombia.

[Espacios.http://es.revistaespacios.com/a20v41n49/a20v41n49p27.pdf](http://es.revistaespacios.com/a20v41n49/a20v41n49p27.pdf)

Sevilla, A. (2016). Ventaja competitiva. *Economipedia haciendo fácil la economía.*

<https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>

Vara, A. (2008). Una guía efectiva para obtener el grado de maestro y no desistir en el intento. 1ª. Edición: 2008.

<https://docplayer.es/12979423-Una-guia-efectiva-para-obtener-el-grado-de-maestro-y-no-desistir-en-el-intento.html>

Zevallos, E. (2007). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina.

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_bai_pub_97.pdf

ANEXOS

ANEXO N° 1: Matriz de categorización

Asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del norte, San Marcos, Cajamarca 2021

PROBLEMA	OBJETIVOS	CATEGORIA	SUBCATEGORIAS	INDICADORES	METODOLOGÍA	
1. Problema General:	1. Objetivo General	Asociatividad: Según Gómez (2011) puede definirse como una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de una empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos con otras empresas, para la realización de una serie de actividades dentro de la cadena de valor del producto o servicio que conduzcan a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados.	Estrategia	Acciones establecidas	Tipo de investigacion: basica	
¿Cuáles son las características de la asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?	Determinar las características de asociatividad en la cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos- Cajamarca 2021.			Resultados esperados	Método de la investigación: cualitativa	
				Toma de decisiones	Nivel de estudio: descriptivo	
2. Problemas Especificos:	2. Objetivos Especificos			Ventaja Competitiva	Cientes	Diseño de estudio: no experimental - transversal
¿Cómo se establece la estrategia en la Cooperativa Agraria Productores del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?	Describir como se establece la estrategia en la Cooperativa Agraria Productores del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.				Atributos	
					Recursos	Tipo: transversal
					Competencia	Tecnica: entrevista
¿Cuál es la ventaja competitiva de la Cooperativa Agraria Productores del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?	Identificar cuál es la ventaja competitiva en la Cooperativa Agraria Productores del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.			Cooperación	Producción	Muestra: 4 socios
					Objetivos	Población: 119 socios
					Acuerdos	
¿Cómo funciona la cooperación en la Cooperativa Agraria Productores del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021?	Describir cómo funciona la cooperación en la Cooperativa Agraria Productores del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021			Negociación	Instrumento: guía de entrevista	
				Actividades		

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N° 2

Guía de entrevista a la cooperativa agraria productores de Tara de Norte, San Marcos, Cajamarca 2021

Pregunta abierta.

1. ¿Hace cuánto tiempo se fundó la Cooperativa agraria productores de tara del norte?
2. ¿Cuántos socios fueron inicialmente?
3. ¿Cuáles son sus productores estrella de la Cooperativa agraria productores de tara del norte?
4. ¿A qué países ya han logrado exportar? ¿Cuál fue la mayor cantidad que lograron exportar?

Estrategia en la cooperativa agraria productores de tara del norte.

5. ¿Cuáles son las acciones que realiza diariamente en la cooperativa agraria productores de tara del norte?
6. ¿Cuáles son los resultados esperados durante un determinado periodo en la cooperativa agraria productores de tara del norte?
7. ¿Cuál es el proceso para la toma de decisiones en la cooperativa agraria productores de tara del norte?
8. ¿Cómo establecen contacto con los clientes para realizar sus ventas, en la cooperativa agraria productores de tara del norte?

Ventaja competitiva en la cooperativa agraria productores de tara del norte.

9. ¿Qué atributos tiene la cooperativa agraria productores de tara del norte?
10. ¿Cuáles son los recursos con los que cuenta la cooperativa agraria productores de tara del norte?
11. ¿A quienes consideran como competencia directa para la cooperativa agraria productores de tara de norte?
12. ¿Cómo se lleva a cabo la producción en la cooperativa agraria productores de tara del norte?

Cooperación en la cooperativa agraria productores de tara del norte.

13. ¿Cuáles son los objetivos que se establecen a corto y largo plazo dentro de la cooperativa agraria productores de tara del norte?
14. ¿Cómo se establecen los acuerdos en la cooperativa agraria productores de tara del norte?
15. ¿Cómo se realizan las negociaciones en la cooperativa agraria productores de tara del norte?
16. ¿Qué actividades realizan frecuentemente los socios en la cooperativa agraria productores de tara del norte?

ANEXO 3

Validación de instrumento por juicio de expertos

Experto 1: Mg Dany Requejo Granados

PRESENTACION A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Dany Requejo Granados :

Nos es grato dirigirnos a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: Cuestionario para determinar las características de asociatividad en la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos- Cajamarca 2021, diseñado por las Bach. Doris Sarita Huaccha Rafael y Ruth Elisa Ramos Acuña, cuyo propósito es describir los beneficios y características de la asociatividad dentro de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos -Cajamarca, que permite generar competitividad en dichos productores.

El presente instrumento tienen como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, Titulado:

“ASOCIATIVIDAD EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE SAN MARCOS, CAJAMARCA 2021”. Tesis que será presentada a la Facultad de Negocios, Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte sede Cajamarca, como requisito para obtener el título Licenciado(a).

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS		VALORACION					OBSERVACIONES
		MA	BA	A	PA	NA	
ESTRATEGIA EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
1	¿Cuáles son las acciones que realiza diariamente en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?		BA				
2	¿Cuáles son los resultados esperados durante un determinado periodo en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?		BA				
3	¿Cuál es el proceso para la toma de decisiones en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?		BA				
4	¿Cómo establecen contacto con los clientes para realizar sus ventas, en la cooperativa agraria productores de tara del norte?		BA				
VENTAJA COMPETITIVA EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
5	¿Qué atributos tiene la cooperativa agraria productores de tara del norte?		BA				

6	¿Cuáles son los recursos con los que cuenta la cooperativa agraria productores de tara del norte?	BA				
7	¿A quienes consideran como competencia directa para la cooperativa agraria productores de tara de norte?	BA				
8	¿Cómo es la producción en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	BA				
COOPERACIÓN EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.						
9	¿Cuáles son los objetivos que se establece a corto y largo plazo dentro de la cooperativa agraria productores de tara del norte?	BA				
10	¿Cómo se establecen los acuerdos establecidos en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	BA				
11	¿Cómo se realizan las negociaciones en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	BA				
12	¿Qué actividades realizan frecuentemente los socios en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	BA				

Evaluado por: (Apellidos y nombres) Dany Requejo Granados

D.N.I.: 43781178

Fecha: 23/11/2021

Firma:



Mg. Dany Requejo Granados

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Dany Requejo Granados con Documentos Nacionales de Identidad N°_43781178___, de profesión Ad. De negocios internacionales, grado académico Maestro en docencia e investigación universitaria, labor que ejerzo actualmente como Gerente de Operaciones, en la (Empresa / Institución) Vías marítimas del pacífico SAC.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento Guía de entrevista semiestructurada, cuyo propósito es describir los beneficios y características de la asociatividad dentro de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos -Cajamarca. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativo	
	MA (6)	BA (3)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		5			
Amplitud del contenido a evaluar.		5			
Congruencia con los indicadores.		5			
Coherencia con las dimensiones		5			
Nivel de aporte parcial:				No aporta	
Puntaje total:(máximo 24 puntos)	20				

Apreciación total: (20) puntos

No aporta: ()

Lima, a los 23 días del mes de noviembre del 2021.

Apellidos y nombres: Requejo Granados Dany DNI: 43781178 Firma:



Mg. Dany Requejo Granados

ANEXO 4

Validación de instrumento por juicio de expertos

Experto 2: Mg José Sánchez Porras

PRESENTACION A JUICIO DE EXPERTO

Estimado José Sanchez Porras:

Nos es grato dirigirnos a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: Cuestionario para determinar las características de asociatividad en la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos- Cajamarca 2021, diseñado por las Bach. Doris Sarita Huaccha Rafael y Ruth Elisa Ramos Acuña, cuyo propósito es describir los beneficios y características de la asociatividad dentro de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos -Cajamarca, que permite generar competitividad en dichos productores.

El presente instrumento tienen como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, Titulado:

“ASOCIATIVIDAD EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE SAN MARCOS, CAJAMARCA 2021”. Tesis que será presentada a la Facultad de Negocios, Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte sede Cajamarca, como requisito para obtener el título Licenciado(a).

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS		VALORACION					OBSERVACIONES
ITEMS		MA	BA	A	PA	NA	
ESTRATEGIA EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
1	¿Cuáles son las acciones que realiza diariamente en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
2	¿Cuáles son los resultados esperados durante un determinado periodo en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
3	¿Cuál es el proceso para la toma de decisiones en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
4	¿Cómo establecen contacto con los clientes para realizar sus ventas, en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
VENTAJA COMPETITIVA EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
5	¿Qué atributos tiene la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
6	¿Cuáles son los recursos con los que cuenta la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					

7	¿A quienes consideran como competencia directa para la cooperativa agraria productores de tara de norte?	X					
8	¿Cómo es la producción en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
COOPERACIÓN EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
9	¿Cuáles son los objetivos que se establece a corto y largo plazo dentro de la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
10	¿Cómo se establecen los acuerdos establecidos en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
11	¿Cómo se realizan las negociaciones en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
12	¿Qué actividades realizan frecuentemente los socios en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					

Evaluado por: Sánchez Porras José Wilfredo

D.N.I.: 43420255 Fecha: 30/11/2021 Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo José Wilfredo Sánchez Porras, con Documento Nacional de Identidad N° 43420255, de profesion Economista, grado academico Mg. en Gestión de Organizaciones, labor que ejerzo actualmente como Docente a Tiempo Completo, en la Universidad Privada del Norte.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validacion el Instrumento Guia de entrevista semiestructurada, cuyo proposito es describir los beneficios y características de la asociatividad dentro de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos -Cajamarca. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los items, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativo	
	MA (6)	BA (3)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones	X				
Nivel de aporte parcial:				No aporta	
Puntaje total:(máximo 24 puntos)	21				

Apreciación total: (21) puntos

No aporta: ()

Cajamarca, a los 30 días del mes de noviembre del 2021

Apellidos y nombres: Sánchez Porras José Wilfredo

DNI: 43420255 Firma:



ANEXO 5

Validación de instrumento por juicio de expertos

Experto 3: Mg Jimmy Herrera Gutiérrez

PRESENTACION A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Jimmy Herrera Gutierrez :

Nos es grato dirigirnos a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado: Cuestionario para determinar las características de asociatividad en la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos- Cajamarca 2021, diseñado por las Bach. Doris Sarita Huaccha Rafael y Ruth Elisa Ramos Acuña, cuyo propósito es describir los beneficios y características de la asociatividad dentro de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos -Cajamarca, que permite generar competitividad en dichos productores.

El presente instrumento tienen como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, Titulado:

“ASOCIATIVIDAD EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE SAN MARCOS, CAJAMARCA 2021”. Tesis que será presentada a la Facultad de Negocios, Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte sede Cajamarca, como requisito para obtener el título Licenciado(a).

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS		VALORACION					OBSERVACIONES
		MA	BA	A	PA	NA	
ESTRATEGIA EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
1	¿Cuáles son las acciones que realiza diariamente en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
2	¿Cuáles son los resultados esperados durante un determinado periodo en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
3	¿Cuál es el proceso para la toma de decisiones en la Cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
4	¿Cómo establecen contacto con los clientes para realizar sus ventas, en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
VENTAJA COMPETITIVA EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
5	¿Qué atributos tiene la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					

6	¿Cuáles son los recursos con los que cuenta la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
7	¿A quienes consideran como competencia directa para la cooperativa agraria productores de tara de norte?	X					
8	¿Cómo es la producción en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
COOPERACIÓN EN LA COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE.							
9	¿Cuáles son los objetivos que se establece a corto y largo plazo dentro de la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
10	¿Cómo se establecen los acuerdos establecidos en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
11	¿Cómo se realizan las negociaciones en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					
12	¿Qué actividades realizan frecuentemente los socios en la cooperativa agraria productores de tara del norte?	X					

Evaluado por: (Apellidos y nombres) Herrera Gutiérrez Jimmy Omar

D.N.I.: 40321572

Fecha: 22/11/2021

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Jimmy Omar Herrera Gutiérrez, con Documentos Nacionales de Identidad N° 40321572, de profesion Administrador de Negocios Internacionales, grado academico Magíster en Administración Estratégica de Empresas, labor que ejerzo actualmente como Docente a Tiempo Completo, en la (Empresa / Institución) Universidad Privada del Norte.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validacion el Instrumento Guia de entrevista semiestructurada, cuyo proposito es describir los beneficios y características de la asociatividad dentro de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte San Marcos -Cajamarca. Luego de hacer las observaciones pertinentes a los items, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativo	
	MA (6)	BA (3)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	6				
Amplitud del contenido a evaluar.	6				
Congruencia con los indicadores.	6				
Coherencia con las dimensiones	6				
Nivel de aporte parcial:				No aporta	
Puntaje total:(máximo 24 puntos)	24				

Apreciación total: (24) puntos

No aporta: ()

Cajamarca, a los 22 días del mes de Noviembre del 2021__

Apellidos y nombres: Herrera Gutiérrez Jimmy Omar DNI: 40321572

Firma: _____



ANEXO 6

Certificación orgánica, cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.



PERU Ministerio de Agricultura y Riego



inia INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

LABORATORIO DE SERVICIO DE SUELOS, AGUAS, ABONOS Y PASTOS

NOMBRE : COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE
 PROCEDENCIA : Cajamarca FECHA: 02/06/2017
 TIPO DE MUESTRA : Varios

RESULTADOS DEL ANÁLISIS

Descripción de la muestra	Procedencia	Código Laboratorio	Humedad %	Materia seca %	Cenizas %	Proteína %	Extracto Etéreo %	Fibra %	ELN %
Pallar Bicolor	Azufe - San Marcos	PX008-EEBI-17	16.07	83.93	--	--	--	--	--
Frijol Huevo de Paloma	Pampa Alegre-José Sabogal	PX009-EEBI-17	18.27	81.73	--	--	--	--	--
Nuña Pavón Negro	Cajabamba	PX010-EEBI-17	9.13	90.87	--	--	--	--	--
Maíz Amarillo	La Tiza- San Marcos	PX011-EEBI-17	13.21	86.79	--	--	--	--	--
Lenteja	Pampa Alegre - José Sabogal	PX012-EEBI-17	13.41	86.59	--	--	--	--	--

* La toma de muestras es responsabilidad del usuario



REGIONAL GOVERNMENT OF CAJAMARCA



INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA
Estación Experimental Baños del Inca
Tullio Velásquez Camacho
JEFE LABORATORIO DE SUELOS

J. Winochocha s/n - Baños del Inca - Cajamarca
Teléfono: 076-348648. Fax: 076-348386 E-mail: trita@inria.gob.pe

Av. La Molina 188, La Molina
T: (051) 340 2600
www.inia.gob.pe
www.minagri.gob.pe



Trabajando para
Todas las promesas



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

LABORATORIO DE SERVICIO DE SUELOS, AGUAS, ABONOS Y PASTOS

NOMBRE : COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE
 PROCEDENCIA : Cajamarca FECHA : 02/06/2017
 TIPO DE MUESTRA : Varios

RESULTADOS DEL ANÁLISIS

Descripción de la muestra	Procedencia	Código Laboratorio	Humedad %	Materia seca %	Cenizas %	Proteína %	Extracto Etéreo %	Fibra %	ELN %
Cebada	Pampa Alegre-José Sabogal	PX013-EEBI-17	12.15	87.85	--	--	--	--	--
Trigo Centeno	namora	PX014-EEBI-17	11.68	88.32	--	--	--	--	--
Maiz Morado	Chancay	PX015-EEBI-17	11.56	88.44	--	--	--	--	--
Linaza	Pampa Alegre-José Sabogal	PX016-EEBI-17	8.37	91.63	--	--	--	--	--

* La toma de muestras es responsabilidad del usuario



Jr. Wiracocha s/n - Baños del Inca - Cajamarca
 Teléfono: 076-348648 Fax: 076-348386 E-mail: iniasd@inia.gob.pe

Av. La Molina 181, La Molina
 T: (005) 349 2600
 www.inia.gob.pe
 www.iniaagn.gob.pe

Trabaja para
todas las personas



PERU
Ministerio
de Agricultura y Riego



inia
INSTITUTO
NACIONAL
DE INNOVACION
AGRARIA

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

LABORATORIO DE SERVICIO DE SUELOS, AGUAS, ABONOS Y PASTOS

NOMBRE : APT DEL NORTE

PROCEDENCIA : San Marcos – José Sabogal - Jalcapampa FECHA: 09/05/2017

TIPO DE MUESTRA : PAPA NATIVA

RESULTADOS DEL ANALISIS

Descripción de la muestra	Código Laboratorio	Humedad %	Materia			Extracto		
			seca %	Cenizas %	Proteína %	Etéreo %	Fibra %	ELN %
Papa Amarilla	PX004-EEB-17	74.85	25.15
Papa Variedad Leona Negra	PX005-EEB-17	80.64	19.36
Papa Variedad Leona Ojo Blanco	PX006-EEB-17	74.58	25.42
Papa Variedad Corazón Rojo	PX007-EEB-17	78.65	21.35

* La toma de muestras es responsabilidad del usuario



INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACION AGRARIA
Unidad Experimental Suelos del INIA

Ing. Julio A. Velásquez Comacho
JEFE LABORATORIO DE SUELOS

J. Wiracocha s/n – Baños del Inca – Cajamarca
Teléfono: 076-348048 Fax: 076-348386 E-mail: biosol@inia.gob.pe

Av. La Molina 181, La Molina
T: (011) 349 3600
www.inia.gob.pe
www.minagri.gob.pe

Trabajando para
todas las personas

ANEXO 7

Carta de autorización

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA 

Yo José Víctor Quiroz Castañeda GTE.
 identificado con DNI
22929156....., en mi calidad de GERENTE GENERAL del área de Gerencia de la
 empresa/Institución Cooperativa Agraria productores de Tara del Norte, con R.U.C
 N° 20485764214....., ubicada en San Marcos- Cajamarca.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A las Srtas. Ruth Elisa Ramos Acuña y Doris Sarita Huaccha Rafael
 identificadas con DNI N° 73620901 – DNI 73142831, egresado de la ()Carrera profesional o ()
 Programa de Postgrado de, Administración y Negocios Internacionales para que utilice la siguiente
 información de la empresa:

.....

con la finalidad de que pueda desarrollar su ()Trabajo de Investigación, ()Tesis o ()Trabajo de
 suficiencia profesional para optar al grado de ()Bachiller, ()Maestro, ()Doctor o ()Título Profesional.

Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:

- Vigencia de Poder. (para el caso de empresas privadas).
- ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. (para el caso de empresas públicas)
- Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o
 cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una “X” la opción seleccionada.

- () Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
 () Mencionar el nombre de la empresa.

COOPERATIVA AGRARIA
 PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE

 José Víctor Quiroz Castañeda
 GERENTE

Firma y sello del Representante Legal o
 Representante del área

DNI:

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis
 son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del
 procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones
 legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


 Firma del Egresado

DNI: 73620901
 73142831

ANEXO 8

Gerente general de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.



ANEXO 9

Encargado de certificación de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos, Cajamarca 2021.



ANEXO 10

Encargado de ventas de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos,
Cajamarca 2021.



ANEXO 11

Socio / productor de la Cooperativa agraria productores de tara del Norte, San Marcos,
Cajamarca 2021.

