

**UNIVERSIDAD NACIONAL SAN CRISTÓBAL DE
HUAMANGA**

ESCUELA DE POSGRADO

**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
AGRARIAS**



**Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los
derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia
de Cangallo, región Ayacucho**

Tesis para obtener el grado académico de:

MAGISTER SCIENTIAE EN AGRONEGOCIOS

Presentado por:

Bach. Roly Gomez Bautista

Asesor:

Dr. Agustín Julián Portuguez Maurtua

Ayacucho - Perú

2024

Dedicatoria

A Cinthya y a mi hijo Santiago, a mi familia, a mis maestros y amigos que siempre me apoyaron e hicieron posible el desarrollo de este trabajo.

Agradecimiento

A Dios, por su infinita voluntad y amor, por las condiciones que hicieron posible la realización del presente trabajo.

A la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga, por acogerme en sus aulas para fortalecer mis capacidades profesionales en los agronegocios.

A mis grandes maestros de la prestigiosa Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga, en especial al Dr. Agustín Julián Portuguez Maurtua, quien tuvo la voluntad y el tiempo de alentar, guiar y asesorar el trabajo de investigación.

Con el mismo sentimiento, a los productores de la Comunidad de Satica, aquellos que se dieron tiempo para colaborar con el trabajo de campo, con especial consideración al Sr. Edwin Bellido, vecino de la noble comunidad.

De la misma forma a todos aquellos colaboradores que hicieron posible el desarrollo del presente trabajo.

Índice General

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice General.....	iv
Índice De Tablas	viii
Índice De Figuras.....	ix
Índice De Anexos.....	xi
Resumen.....	xii
Summary.....	xiii
Introducción.....	14
Capítulo I Planteamiento Del Problema	16
1.1. Descripción del Problema.....	16
1.2. Formulación del Problema	18
1.1.1. <i>Problema General</i>	18
1.1.2. <i>Problemas Específicos</i>	18
1.3. Objetivos de la Investigación.....	19
1.1.3. <i>Objetivo General</i>	19
1.1.4. <i>Objetivos Específicos</i>	19
1.4. Hipótesis de la Investigación	20
1.1.5. <i>Hipótesis General</i>	20
1.1.6. <i>Hipótesis Específicas</i>	20
1.5. Justificación de la Investigación	20
1.1.7. <i>Conveniencia</i>	21
1.1.8. <i>Relevancia social</i>	21
1.1.9. <i>Implicaciones prácticas</i>	21

1.6.	Importancia de la Investigación	21
Capítulo II Marco Teórico.....		23
2.1.	Antecedentes de la investigación	23
2.1.1.	<i>Antecedentes Internacionales</i>	23
2.1.2.	<i>Antecedentes Nacionales</i>	27
2.2.	Bases Teóricas.....	31
2.2.1.	<i>Asociatividad</i>	31
Asociatividad Rural		32
Modelos Asociativos		32
Principios Éticos de la Asociatividad:.....		34
Características de la Asociatividad		35
Beneficios de la Asociatividad		36
Objetivos de la Asociatividad.....		38
Ventajas de la Asociatividad.		38
Obstáculos de la Asociatividad.....		39
2.2.2.	<i>Comercialización</i>	40
Demanda.....		40
Oferta.....		41
Producto.....		41
Precio.....		41
Mercado.....		42
2.2.3.	<i>Competitividad</i>	42
2.2.4.	<i>Rentabilidad</i>	43
Rentabilidad Económica.		43
Rentabilidad Financiera.		44

2.2.5. <i>Derivados lácteos</i>	45
Comercialización de Derivados Lácteos.	45
2.3. Marco Conceptual.....	46
2.3.1. <i>Asociatividad</i>	46
2.3.2. <i>Comercialización</i>	46
2.3.3. <i>Producto</i>	46
2.3.4. <i>Precio</i>	46
2.3.5. <i>Mercado</i>	46
2.3.6. <i>Competitividad</i>	47
2.3.7. <i>Rentabilidad.</i>	47
2.3.8. <i>Derivados lácteos</i>	47
Capítulo III Metodología De La Investigación	48
3.1. Delimitación del Área de Estudio	48
3.1.1. <i>Aspectos Políticos de la Comunidad de Satica</i>	49
3.1.2. <i>Aspectos Sociales de la Comunidad de Satica</i>	50
3.1.3. <i>Aspectos Económicos de la Comunidad de Satica</i>	51
3.2. Nivel de Investigación.....	52
3.3. Diseño de la Investigación.....	52
3.3.1. <i>Método de investigación</i>	53
Procedimiento no experimental	54
3.4. Población y Muestra	54
3.4.1. <i>Población</i>	54
3.4.2. <i>Muestra</i>	54
3.5. Variables e Indicadores	55
3.6. Operacionalización de variables	56

3.7.	Técnicas e Instrumentos de Investigación	59
3.7.1.	<i>Técnicas.</i>	59
3.7.2.	<i>Instrumentos de Medición.</i>	59
	Cuestionario de entrevista.	59
	Ficha de observación.	60
3.7.3.	<i>Fiabilidad del Instrumento</i>	60
	Técnicas de procesamiento de datos	60
3.7.4.	<i>Validez del Instrumento</i>	61
	Capítulo IV Resultados Y Discusion	62
4.1.	Estrategia de asociatividad de los productores en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica-Cangallo.....	62
4.2.	Niveles de Asociatividad de los Productores de Derivados Lácteos.....	67
4.3.	Formas de comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Cangallo	71
4.4.	Niveles de Comercialización de los Derivados Lácteos	75
4.5.	Rentabilidad en la Comercialización de los Derivados Lácteos (Queso Fresco y Yogurt) en la Comunidad de Satica, Cangallo.....	79
4.6.	Niveles de Rentabilidad de los Derivados Lácteos.....	82
	Conclusiones	90
	Aportes	92
	Recomendaciones	93
	Referencias Bibliográficas	94
	Anexos	102

Índice De Tablas

Tabla 1	Operacionalización de variables	56
Tabla 2	Costos de producción de queso fresco	80
Tabla 3	Costos de producción de yogurt	81
Tabla 4	Flujo de caja producción y comercialización de queso fresco – productor asociado.....	85
Tabla 5	Flujo de caja producción y comercialización de queso fresco – productor no asociado.....	86
Tabla 6	Flujo de caja producción y comercialización de yogurt – productor asociado.	88

Índice De Figuras

Figura 1	Departamento de Ayacucho, provincia de Cangallo, distrito de Los Morochucos, comunidad de Satica.....	49
Figura 2	Capacidad emprendedora de los productores asociados de derivados lácteos.	62
Figura 3	Capacidad emprendedora de los productores no asociados de derivados lácteos.	63
Figura 4	Niveles de conformismo de productores asociados de derivados lácteos.	63
Figura 5	Niveles de conformismo de productores no asociados de derivados lácteos. ..	64
Figura 6	Capacidad productiva de productores asociados de derivados lácteos.	64
Figura 7	Capacidad productiva de productores no asociados de derivados lácteos.	65
Figura 8	Predisposición y conocimiento de los beneficios de la asociatividad en productores asociados de derivados lácteos.	66
Figura 9	Predisposición y conocimiento de los beneficios de la asociatividad en productores no asociados de derivados lácteos.....	67
Figura 10	Niveles de asociatividad de los productores asociados de derivados lácteos. ..	68
Figura 11	Niveles de asociatividad de los productores no asociados de derivados lácteos.	70
Figura 12	Niveles de producción de productores asociados de derivados lácteos.	71
Figura 13	Niveles de producción de productores no asociados de derivados lácteos.	72
Figura 14	Niveles de precios de derivados lácteos, obtenidos por productores asociados.	73
Figura 15	Niveles de precios de derivados lácteos, obtenidos por productores no asociados.	73
Figura 16	Niveles de satisfacción de mercado por productores asociados de derivados lácteos.....	74

Figura 17	Niveles de satisfacción de mercado por productores no asociados de derivados lácteos.....	75
Figura 18	Niveles de comercialización por productores asociados de derivados lácteos.	76
Figura 19	Niveles de comercialización por productores no asociados de derivados lácteos.	77
Figura 20	Costos de producción de derivados lácteos para productores asociados.	79
Figura 21	Costos de producción de derivados lácteos para productores no asociados.....	80
Figura 22	Niveles de ingresos de los productores asociados de derivados lácteos	81
Figura 23	Niveles de ingresos de los productores no asociados de derivados lácteos.....	82
Figura 24	Niveles de rentabilidad del negocio de los derivados lácteos para productores asociados	83
Figura 25	Niveles de rentabilidad del negocio de los derivados lácteos para productores no asociados.....	84

Índice De Anexos

Anexo 1	Matriz de consistencia	103
Anexo 2	Cuestionario para productores asociados	104
Anexo 3	Cuestionario para productores no asociados.....	106
Anexo 4	Fichas de observación.....	108
Anexo 5	Análisis de fiabilidad para la variable Asociatividad – Productores Asociados de derivados lácteos	110
Anexo 6	Análisis de fiabilidad para la variable Asociatividad – Productores No Asociados de derivados lácteos.....	111
Anexo 7	Análisis de fiabilidad para la variable Comercialización – Productores Asociados de derivados lácteos.....	112
Anexo 8	Análisis de fiabilidad para la variable Comercialización – Productores No Asociados de derivados lácteos	113
Anexo 9	Análisis de fiabilidad para la variable Rentabilidad – Productores Asociados de derivados lácteos	114
Anexo 10	Análisis de fiabilidad para la variable Rentabilidad – Productores No Asociados de derivados lácteos.....	115
Anexo 11	Registro fotográfico.....	116

Resumen

El presente trabajo de investigación, Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho; ofrece una mirada de la problemática del productor de derivados lácteos, específicamente, queso fresco y yogurt al momento de optar las diferentes formas de comercialización de sus productos. El objetivo principal de la investigación, analizar las estrategias asociativas, analizar las formas de comercialización y la rentabilidad de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica. La metodología empleada para esta investigación es del tipo analítico sintético, usando la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, observación directa y recopilación de información. La investigación está orientada en analizar las formas asociativas y no asociativas de producción y comercialización de derivados lácteos, el efecto de cada una de estas formas en la comercialización y rentabilidad de los productos en estudio.

Summary

The present research work, Influence of associativity on the marketing and profitability of dairy derivatives in the community of Satica, Los Morochucos, province of Cangallo, Ayacucho region; offers a look at the problems of the producer of dairy products, specifically, fresh cheese and yogurt when choosing the different forms of marketing their products. The main objective of the research is to analyze the associative strategies, analyze the forms of marketing and the profitability of dairy products (fresh cheese and yogurt) in the community of Satica. The methodology used for this research is of the synthetic analytical type, using the non-probabilistic convenience sampling technique, direct observation and information collection. The research is aimed at analyzing the associative and non-associative forms of production and marketing of dairy products, the effect of each of these forms on the marketing and profitability of the products under study.

Introducción

La producción de derivados lácteos, principalmente de queso fresco y yogurt, es la actividad diaria de los hogares alto andinos y hasta hoy en día no se valoriza la materia prima y mucho menos la mano de obra que interviene en la producción y transformación, sin embargo, se trata de una actividad que genera ingresos para sustentar la canasta familiar de muchos hogares en el sector andino.

El gobierno viene dando facilidades a asociaciones con planes de negocio en el sector agro-ganadero a través de fondos concursables para financiar propuestas productivas en todo el corredor lechero de Cangallo, inclusive en la comunidad de Satica. Sin embargo, no se evidencia que alguna asociación o varias, hayan logrado colocar sus productos en el mercado, exitosamente, lo cual nos lleva a cuestionar la influencia de la estrategia asociativa en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos.

La investigación se realizó con la finalidad de analizar las estrategias asociativas que vienen usando los productores, analizar las formas de comercialización y la rentabilidad en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt). Con ello podemos responder si los programas del estado, para asociaciones, están siendo bien encaminadas. Qué inconvenientes vienen afrontando, si se trata de una actividad recomendable de practicarla de forma individual o asociada, que beneficios pueden obtener del estado y qué factores son los más importante para hacerla rentable y sostenible.

Es por ello que planteamos como objetivo general:

Analizar la influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho.

Y como objetivos específicos:

Analizar la estrategia de asociatividad que vienen usando los productores en la comercialización de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho.

Analizar las formas de comercialización de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.

Analizar la rentabilidad en la comercialización de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.

Capítulo I

Planteamiento Del Problema

1.1. Descripción del Problema

En el contexto internacional, de acuerdo con un informe del Observatorio de la Cadena Láctea Argentina, OCLA (2023), menciona los 5 principales países productores de leche de vaca en el mundo, la Unión Europea es el mayor productor con 154.1 Mt en el año 2021, que representa el 20.7% del abastecimiento mundial de leche de vaca. En seguida la India con 108.3 Mt, Los Estados Unidos con 102.6 Mt, China con 37.3 Mt, y Brasil con 36.4 Mt. La mayor parte de la de producción mundial se consume localmente, sin embargo, si nos referimos a exportadores la UE, se coloca como el mayor exportador (20.85 Mt) que representa un 31.1% del comercio mundial de leche, seguido de Nueva Zelanda (20.31 Mt) equivalente al 30.2% del comercio mundial, los EEUU (9.93 Mt) representando un 14%, Alemania con 31.9 Mt y Francia con 24 Mt, se posicionan como principales productores de leche europea.

De acuerdo a informes especializados, Perú cuenta con 452.000 productores lecheros, de los cuales el 85% son agricultores familiares, el 14% son pequeños y medianos productores y el 1% se concentran en grandes empresas, además se expresa también que, del total de la producción nacional de leche, el 49% es destinada a la industria, un 43% se destina para la producción de derivados lácteos (principalmente queso y yogurt) y solamente un 8% para el consumo directo (Agencia Agraria de Noticias, 2021).

En el análisis también se expresa que, la variedad de quesos que se producen a nivel nacional son frescos, tipo paría, andino, tipo gouda, tipo camembert, tipo dambo, tipo grouyere, tipo edam, tipo brie, tipo parmesano, entre otros regionales. También se señala, que a nivel nacional hay 6.500 plantas queseras entre industriales y artesanales, las cuales se ubican en las cuencas lecheras de Cajamarca, Puno, Arequipa, Amazonas, Ayacucho, Junín, Cusco y Ancash. (Agencia Agraria de Noticias, 2021)

En el ámbito regional la producción de leche es una materia prima vital en la producción de los derivados lácteos; teniendo cifras significativas los cuales han permitido el desarrollo de emprendimientos con el procesamiento de la leche, transformándolo básicamente queso y yogurt. En la región Ayacucho el año 2022 en el mes de setiembre la cantidad de leche de ganado vacuno ha representado un volumen de 50.700 TM, en un estudio comparativo que realiza el Banco Central de Reservas del Perú (BCRP, 2022).

En una declaración del Señor Enrique Béjar Tenorio (alcalde del distrito de Los Morochucos) en el año 2017 en el Congreso de la República, manifestó, que en el distrito se venía produciendo diariamente más de 10 mil litros de leche y se poseen ganado lechero que supera las 10 mil cabezas, además manifestó que lo único que les falta es el apoyo de las instituciones para poder comercializar (Heraldo, 2017).

Todo lo citado, nos da el marco de análisis de la importancia que tiene el desarrollo de una actividad económica procedente de los productos lácteos, específicamente de la zona de investigación, la Comunidad de Satica en el distrito de Los Morochucos - Cangallo.

En el corredor económico implementado por los productores lácteos del distrito de Los Morochucos, la cual se da de una manera casi espontánea se aprecia una comercialización de los diversos productos de los derivados lácteos, tales como queso fresco y yogurt principalmente, sin embargo, el sistema de comercialización viene presentando algunas dificultades, las cuales son necesarias abordar para entender si las mismas ayudan en la evaluación del nivel de rentabilidad de los derivados lácteos, si los productores de manera organizada vienen afrontando el punto crítico de toda empresa, el cual es el sistema de comercialización y si la misma le genera a todos los pequeños productores agropecuarios una forma de resolver su problemática (ventas de los productos de manera permanente sin mayor dificultad) y si este sistema de comercialización contribuye a la rentabilidad de los productos lácteos del distrito de Los Morochucos. La asociatividad como estrategia es de

suma importancia debido a que fortalece las pequeñas y micro empresas del sector lácteo, y se suman esfuerzos para el desarrollo sostenible en el tiempo y por supuesto sustentable frente a los mercados globalizados cada vez más exigentes.

En la zona de estudio se desconocen las estrategias de comercialización de derivados lácteos, las formas de comercialización y los niveles de rentabilidad de los productores asociados e individuales, en ese sentido se planteó en la presente investigación analizar la influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho.

Es en ese sentido, que se planteó el presente proyecto de tesis, con miras a entender los mecanismos o estrategias de comercialización y si dichas políticas de trabajo contribuyen a construir pequeñas empresas rentables, en un mercado tan difícil como es el del sector de los derivados lácteos, principalmente queso fresco y yogurt.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera influye la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho?

1.2.2. Problemas Específicos

- a. ¿Cuál es la estrategia de asociatividad que vienen adoptando los productores en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho?

- b. ¿De qué manera comercializan los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), los productores de la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho?
- c. ¿Cuál es la rentabilidad en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) de los productores de la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar la influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Analizar la estrategia de asociatividad que vienen adoptando los productores en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho.
- b. Analizar las formas de comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.
- c. Analizar la rentabilidad en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.

1.4. Hipótesis de la Investigación

1.4.1. Hipótesis General

La asociatividad influye de manera significativa en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- a. La asociatividad influye de manera significativa en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.
- b. La forma de comercialización de derivados lácteos (queso fresco y yogurt), son adecuados en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.
- c. La rentabilidad es positiva en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt), en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho.

1.5. Justificación de la Investigación

Surge la pregunta a priori del, por qué los productores de derivados lácteos no tienen éxito en la actividad social y comercial a través de la asociatividad, explicar el por qué optan por seguir trabajando de forma tradicional, pese a, ser parte de alguna asociación; comprender si la producción y comercialización de derivados lácteos es rentable a través de la asociatividad o de forma individual. Teniendo las posibles respuestas a las interrogantes, la información disponible podrá ser utilizado por quienes corresponda y es factible que se puedan implementar mecanismos para corregir los desvíos de los programas y fondos concursables, dirigidos a asociaciones de productores, que no estarían beneficiando realmente a los productores de escasos recursos.

Además, se sustenta en base a los siguientes criterios adaptados desde (Hernández Sampieri, et al. 2014).

1.5.1. Conveniencia

Es preciso dirigir la mirada a actividades consideradas menos rentables para tratar de explicar las condiciones existentes de la producción y comercialización, con ello sentar las bases para futuros estudios de mejora a partir del uso empresarial como es la estrategia de asociatividad.

1.5.2. Relevancia social

A partir de las frases la unión hace la fuerza, surge la necesidad de analizar una parte del fenómeno social asociativo con fines de sentar las bases para futuros estudios de mejora del proceso productivo y uno de sus componentes esenciales como es la comercialización, de tal forma sea posible evaluar los resultados de las políticas de apoyo a través de fondos no retornables para los sectores más vulnerables y actividades consideradas menos rentables.

1.5.3. Implicaciones prácticas

A partir del estudio de las condiciones actuales de comercialización de los derivados lácteos, futuras investigaciones pueden tomar como referencia el presente estudio y plantear una estrategia que permita el manejo adecuado del sistema asociativo y programas de comercialización.

1.6. Importancia de la Investigación

El estudio de las condiciones actuales de comercialización de los derivados lácteos de los productores de la comunidad de Satoca del distrito de Los Morochucos y su supuesta mejora del proceso de producción con la implementación de una estrategia asociativa de modelo comunitario, pasa a formar parte de las fuentes de consulta para proyectos de implementación de una estrategia asociativa rural realmente competitiva y su

incorporación a modelos de gestión acorde a un mundo altamente competitivo en el rubro de los derivados lácteos.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. *Antecedentes Internacionales*

Según Tapia (2018), en su trabajo de investigación “Análisis de la asociatividad y su relación con el sector de productores lácteos del Cantón Tulcán” Ecuador, plantea como problema ¿La inadecuada asociatividad del sector lácteo del Cantón Tulcán, incide en el crecimiento económico de la zona? Con esta investigación se pretende analizar la asociatividad y su relación con el sector de productores lácteos del Cantón Tulcán. Utilizando el método inductivo - analítico - sintético, concluye que el sector de productores lácteos está dispuesto a participar de proyectos productivos, que les permita crear ventajas competitivas, mantener estrategias conjuntas, unir habilidades y fortalezas para enfrentar las dificultades de producción y comercialización. Además, se mejora la relación económica y comercial en el sector lácteo, también se desarrolla una cultura asociativa que permite optimizar sustancialmente la cadena de valor de la producción mediante redes empresariales, clúster, alianzas estratégicas de tal forma que se puede enfrentar las competencias comerciales en el mercado cada vez más globalizado. Los factores limitantes son intereses particulares, inexistencia de cultura de cooperación, ausencia de instituciones que estimulen mecanismos de cooperación. Los factores que motivan son las aspiraciones de internacionalización, evitar competencia desleal, fortalecimiento de relaciones comerciales y capacidad de negociación, economías de escala y la mejora de gestión de conocimientos técnicos y productivos. Por último indica que la mayoría de las industrias de lácteos no cuentan con una organización administrativa por lo que llevan un inadecuado proceso de planeación, organización, dirección y control (p.57).

De acuerdo a Salas et al. (2018), en la revista Espacios, nos presenta un “Diseño de esquema de asociatividad para la cadena de suministro del Clúster Lácteo en el departamento del Atlántico de Colombia”, el propósito de la herramienta de diagnóstico fue indagar acerca de las actividades logísticas, productivas, asociativas y de calidad propia del sector lácteo a través de las empresas evaluadas. Utilizando el método de evaluación de factores de cadena de abastecimientos en los lugares de acopio, el trabajo concluye que las industrias procesadoras de leche a pesar de contar con procesos tecnificados y con personal calificado, todavía necesitan seguir trabajando en la certificación y estandarización de sus procesos, eso ayudará a una expansión a mercados internacionales y generará mayor rentabilidad. La condición anterior a la asociatividad presente en el sector lácteo sigue una tendencia donde las industrias se asocian con cooperativas y/o asociaciones de pequeños productores estableciendo políticas para la inserción en el mercado y así regular o establecer barreras de inserción a quienes podrían ser parte de empresas rivales. La estrategia de fortalecimiento de relaciones de colaboración y asociatividad en la cadena de suministro del sector lácteo permite acelerar y ordenar la interacción entre los diferentes actores que conforman a cadena de suministro, especialmente a los productores de leche, así como a la industria de transformación, así mismo, permite el mejoramiento incesante ya que contempla no solo la planeación y la ejecución sino también la medición del desempeño (p.8)

Barreto & Fajardo (2017), en su trabajo de investigación, Asociatividad como estrategia para el crecimiento de las empresas productoras de leche en Colombia, pretende mostrar los problemas del sector lácteo y sus efectos con respecto a la seguridad alimentaria en Colombia, por tratarse de un producto imprescindible para el desarrollo nutricional de la población y fuente de ingresos para más de 400 mil familias que dependen de la producción y comercialización de leche y sus derivados a nivel nacional. El documento indica el uso del método inductivo incompleto, el cual concluye, que es necesario por parte del estado,

promover políticas que fomenten la mejora de las condiciones de calidad de vida de los productores de leche y sus familias, a nivel nacional en Colombia, donde lo más significativo debe ser la calidad del producto, precios competitivos y centros de acopio con lo cual se pueda garantizar la cadena de frío y la conservación sanitaria del producto; la asociatividad es el mecanismo adecuado para la gestión, es con ello que se puede conseguir participación en el mercado nacional e internacional a precios competitivos. Además, solo con la estrategia de asociatividad el productor es facilitado al acceso a mecanismos crediticios, centros de acopio con adecuados estándares, economías de escala para la adquisición de insumos como fertilizantes, semillas, concentrados, suplementos, medicamentos, todo lo cual se logra mediante el ejercicio asociativo. En cuanto a la cantidad de leche producida, se debe procurar la mejor utilización de la mano de obra y la experiencia de los productores con tradición en el sector. Los autores de la investigación también indican que es necesario impulsar el desarrollo de relaciones estrechas para la coordinación, seguimiento y control entre el estado, los diferentes actores del sector lácteo y las asociaciones existentes. Se requiere implementar un sistema de renovación de hatos, mejora genética, adecuación de zonas de pastizales y producción láctea, fortalecimiento de las instituciones de capacitación y formación, control sanitario y vigilancia, entidades crediticias orientadas al pequeño productor de lácteos, todo aparato institucional relacionado con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, para que este último pueda planificar resultados a través de las asociaciones y gremios (pp.82-83).

Farez (2021), en su trabajo de investigación titulado, Modelo de negocio que integre una efectiva cadena de suministros a fin de permitir la producción y comercialización de queso en la parroquia Baños, ciudad de Cuenca – Ecuador, plantea como objetivo general la elaboración de un modelo de negocio que optimice los recursos con los que cuenta los emprendedores, para la producción y comercialización de queso en dicha ciudad. El trabajo

de investigación utiliza el método hipotético – deductivo y concluye que la industria quesera se encuentra en pleno auge en Ecuador, muchos estudios señalan que la tendencia de consumo de productos orgánicos y saludables se ha incrementado después de la aparición de nuevo coronavirus. En este escenario durante el año 2020 la familia Ferez, inició un emprendimiento denominado “Lácteos Baños” dedicado a la venta de queso maduro y mozzarella, con un segmento constituido por jóvenes de 15 a 25 años y adultos de 26 y 40 años de edad para queso mozzarella y maduro, respectivamente, su principal propuesta de valor está constituido por los precios competitivos y sabor original del producto, el principal recurso clave, que está constituido por recetas originales, así como por el talento humano que lo conforma, los activos fijos y la ubicación estratégica de su planta procesadora (pp.81-82).

Gutiérrez (2014), en su informe de tesis denominado Modelo de comercialización para la producción de lácteos funcionales como factor de competitividad en las empresas Queretanas, México, de la Universidad Autónoma de Querétaro, pretende dar respuesta a la hipótesis interrogante ¿Por medio de la producción de lácteos funcionales, las empresas de producción de lácteos pueden lograr mayor competitividad? El trabajo utiliza el método analítico – explicativo y concluye que para lograr la competitividad es necesario desarrollar varios factores de ventaja competitiva: ventaja en costos, diferenciación de producto, desarrollo tecnológico, interacción controlada de competidores, segmentación de la industria y la sustitución de productos. Por lo tanto, la empresa láctea logra competitividad, a través de una estrategia de diferenciación, aplicando un modelo de comercialización en el que se contempla el diseño de un producto funcional y la aplicación de su mezcla mercadológica, productos lácteos que satisfagan a los consumidores que necesitan alimentos que aporten beneficios fisiológicos y no meramente nutricionales que posee un alimento genérico (p.86).

2.1.2. Antecedentes Nacionales

En el trabajo de investigación desarrollado por Quispe (2020), denominado, Asociatividad empresarial de los criadores, productores de ganado vacuno lechero y derivados lácteos Santísima Trinidad del distrito de Urcos, Quispicanchi, Cusco. El trabajo de investigación plantea como objetivo describir la asociatividad empresarial de los criadores, productores de ganado lechero y sus derivados lácteos. El investigador adopta el método básico con un enfoque cuantitativo lo cual le permitió concluir que los productores de derivados lácteos trabajan unidos, se apoyan entre los socios y tiene una buena participación en todas las actividades para lograr las metas y objetivos de la organización. Con respecto a la competencia de sus productos, sostiene que un mayor porcentaje de los socios tienen buena calidad de elaboración de los productos lácteos y tiene una innovación competitiva respecto a sus competidores, no obstante, los productores no poseen un mercado definido para la venta de sus productos lo que genera pérdidas económicas. Con respecto a la cultura empresarial los socios poseen una inadecuada estrategia de ventas, deficiente cadena productiva por falta de proveedores de insumos y baja comercialización de sus derivados lácteos, donde los socios acceden a los precios que aplica los demandantes. En cuanto al compromiso y la confianza, los socios practican confianza entre ellos reciprocidad y cooperación entre todos para crecer como asociación y de que el negocio sea rentable y genere beneficio económico. Para la dimensión trabajo en equipo nos presenta una buena relación de trabajo que promueve el dialogo abierto, donde los socios aportan ideas para identificar las necesidades de cada integrante y existe un ambiente de colaboración con respeto a la costumbres y creencias. Con respecto a la visión compartida los socios están de acuerdo con el propósito común pero no se ejecutan los acuerdos por falta de interés en muchos casos, esto genera desconfianza en la administración del negocio. Por último manifiesta que la dimensión de proximidad y localización geográfica es indiferente, por lo

que los integrantes de la asociación afirman que aplican de manera adecuada la estructura productiva promoviendo y colaborando de forma activa en el proceso de producción. De lo anterior se puede concluir que la asociatividad influye de manera positiva en la rentabilidad de los productos lácteos (p.92).

Según Díaz et al. (2020) en su artículo publicado en la revista *Epistemia*, Modelo de asociatividad para la comercialización de productos vacunos de centros poblados de zona Andina Peruana, tuvo como objetivo general proponer un modelo de asociatividad para la comercialización de productos vacunos de las zona alto andinas del Perú, de tal forma que se pretende plantear una medida de solución a los problemas generales que afectan al sector ganadero como, la baja rentabilidad, poca productividad, escasa asesoría técnica y la falta de competitividad para la comercialización frente a un mercado cada vez más competitivo. La investigación fue de tipo cuantitativa y descriptiva de nivel propositiva, para ello fue necesario hacer un diagnóstico en la zona mediante un cuestionario validado por tres expertos, aplicándose a 198 personas como muestra, en el poblado de San Pedro y el Progreso, Cajamarca. Como resultados se obtuvo que el 66% de los productores entregan sus productos a intermediarios en el mercado local, y un 64.5% no tienen ningún certificado de proceso de calidad y la totalidad de los productores lácteos no cuentan con salas de ordeño y no tienen equipamiento suficiente para la crianza de ganado (p.1)

Según Espinoza et al. (2012) en el trabajo de tesis denominado Plan estratégico del sector lácteo de Cajamarca, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en dicho documento se hace uso del método analítico interno y externo, identificándose las oportunidades y amenazas del sector lácteo en Cajamarca, y se puede afirmar que cuenta con un considerable potencial de desarrollo tanto en el mercado nacional como internacional. En cuanto a las fortalezas y debilidades de la industria cabe señalar que el departamento de Cajamarca es reconocido como productor de derivados lácteos, así como las condiciones

edafoclimáticas que favorecen el desarrollo de la ganadería. Por otro lado, en su mayoría el sector informal está carente de procesos productivos adecuados, carente de diversidad de productos, deficiente infraestructura, procesos de elaboración de derivados empíricos, canales de distribución y comercialización deficientes, todos estos no favorecen el posicionamiento en el mercado. También afirma que la producción de leche en el Perú no cubre la demanda interna ya que solo son tres las empresas que han implementado el desarrollo de proyectos de envergadura para intentar cubrir el déficit, además la informalidad existente ocasiona una alta informalidad tributaria y sanitaria que favorece falta de inocuidad de los derivados lácteos, competencia desleal y elevados costos de comercialización de los. En el análisis FODA realizado muestran un balance a favor de la industria láctea cajamarquina, ya que el panorama económico del Perú en los próximos años augura perspectivas favorables en cuanto a la ejecución de proyectos, públicos y privados. expectativas de inversión El crecimiento del consumo interno se basa en el crecimiento económico, por lo que hay oportunidades que explotar, amenazas que enfrentar, ventajas que aprovechar y debilidades que explorar. Por último, la formación de clústeres es una necesidad para incrementar la competitividad del sector lácteo de la región, ya que esto permitirá una mejor utilización de los recursos y una mucho mejor administración de la cadena productiva (pp.155-156).

Según el estudio realizado por Ruiz (2011), sobre la posición competitiva del sector lácteo del distrito de Soritor – Alto Mayo, San Martín, de la Universidad Nacional de San Martín. El trabajo tuvo como objetivo general analizar la posición competitiva del sector lácteos del distrito en mención. Luego utiliza el método de análisis del entorno interno y externo, obteniendo como resultados que la empresa de productores lecheros del Alto Mayo no cuenta con competencia, los anillos de logística de salida, mercadotecnia y servicios post venta son deficientes en la distribución, promoción y seguimiento a los clientes, deficientes

actividad de apoyo, inadecuada infraestructura, poca o nula gestión de capacitación a los recursos humanos, obsoleta tecnología y pobre sistema de aprovisionamiento. Además, el 81.76% de los productos presentan defectos, básicamente debido los insumos utilizados y guardados, malas condiciones de higiene de la cámara de frío, lo que indica que debe mejorarse este aspecto para eliminar la mayor parte de los defectos encontrados. También existe poca capacidad de gestión empresarial, aspecto en la que se debe aplicar las acciones correctivas y preventivas para mejorar sustancialmente el sector lácteo en el corto y mediano plazo para lograr productos de calidad y ser sostenible en el tiempo (p.104)

Según Carranza & Llatas (2016) en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, sobre un proyecto de inversión de una planta de derivados lácteos en Cutervo - Cajamarca, que tuvo como objetivo determinar la factibilidad de una fábrica de lácteos en la ciudad de Cutervo. Investigación de tipo cuantitativa descriptiva que proporcionó como resultado a constatar que existe una amplia demanda ya que estos productos forman parte de la canasta básica del hogar y que la fábrica de derivados cuenta con las mejores áreas mecánicas y equipos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa. Se extraen las siguientes conclusiones, la elección de un lugar en una fábrica de productos lácteos tiene condiciones favorables para su óptimo funcionamiento, el análisis económico financiero indica que el proyecto de inversión es viable ya que el VAN económico y financiero son mayores a cero y una TIR económico y financiero de 25% y 37% respectivamente, lo cual manifiesta que el proyecto es viable para la fabricación de derivados lácteos: queso fresco, yogurt y manjar blanco (p.202).

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Asociatividad

Hay numerosas definiciones de la asociatividad, básicamente la que adoptaremos en esta sección estará referido a las constituidas por pequeños productores de derivados lácteos, enfatizando a las definiciones de expertos que hagan referencia al sector mencionado.

La palabra asociatividad deriva del latín “asociare” que literalmente significa unir una persona a otra y que ayude en el desempeño de algún trabajo, encargo o comisión, juntar una cosa con otra para lograr a un mismo objetivo (Quillahuaman & Carazas, 2018, pág. 9)

De acuerdo a la Real Academia Española (RAE, 2022), “La asociación es acción y efecto de asociarse para un mismo fin y, en su caso, persona jurídica por ellos formada”.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2013) define la asociatividad como una herramienta de cooperación entre empresas y/o personas naturales cuyo objetivo común es la expansión a nivel nacional o internacional, donde cada socio resuelve participar en un esfuerzo conjunto con la propósito de lograr objetivos comunes, manteniendo su independencia jurídica y su autonomía gerencial (p.12).

La palabra asociatividad viene relacionado con conceptos como sinergia, solidaridad, redes de apoyo, conocimiento compartido, y otros. No obstante, a pesar de ser una de las estrategias más importantes para el desarrollo del mundo micro empresarial de la actualidad, es escasamente practicado en las zonas rurales y urbano marginales de la ciudad de Ayacucho.

Según Ferrando (2015), sostiene que la asociatividad es un proceso de asistencia entre PYMES, en el cual cada participante, conserva su autodeterminación legal y autonomía gerencial, toman la decisión voluntaria de intervenir en un empeño en conjunto con los demás participantes para lograr una meta en común (p.9).

Asociatividad Rural

En cuanto a la asociatividad rural Enriquez & Montenegro (2020), manifiestan que se trata de una organización constituida mayoritariamente por productores y transformadores de pequeña escala, orientadas al desarrollo de actividades comerciales y busca generar rentabilidad para sus socios, diferenciándose de otras sociedades empresariales porque los beneficios económicos que se persiguen tienen un fin de desarrollo humano y social (p.35).

Modelos Asociativos

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2013) en el país los modelos asociativos más usuales tanto en sector comercial como en el no comercial son:

La asociación: se trata de una organización estable de personas jurídicas o naturales o de las dos anteriores, que por medio de una actividad común persigue un fin no lucrativo. El órgano supremo de la asociación es la Asamblea General.

La cooperativa: También está conformado por personas naturales o jurídicas, pero a diferencia de la asociación, estos buscan un beneficio común, ya sea económico, social o cultural. La ley general de cooperativas en el Perú, reconoce dos modalidades a decir, Cooperativa de usuarios y de cooperativa de trabajadores, la primera busca dar servicio a sus socios y la segunda busca generar empleo.

Contratos asociativos: o también conocido como consorcios, se trata de alianza voluntaria de empresas con el fin de impulsar los bienes y servicios de sus miembros de tal forma facilitar la comercialización. Las utilidades generadas son distribuidas entre las empresas consorciadas, mientras que la duración de un consorcio no debe superar los 3 años, para efectos tributarios (p.26).

Vega (2008) en su exposición organizado por la MINCETUR y la Unión Europea, menciona 6 tipos de asociatividad:

Redes de cooperación; se trata de un número de empresas que comparten procesos, información y/o conglomeran ofertas, sin dejar de funcionar de forma independiente. No hay subordinación, solo mantienen lazos cooperativos para efectuar acciones conjuntas.

Articulación comercial; se trata de una relación que mantienen empresas que demandan y otras que ofertan, puede estar mediada por diversos agentes intermediarios como gestores de negocios o bróker.

Alianza en cadena productiva; básicamente conformado por agentes que se encargan de una etapa en la cadena productiva, iniciando en la producción pasando por la transformación, distribución y finalmente la comercialización, esto implica la especialización y división del trabajo.

Alianzas o clusters; de forma similar a las cadenas productivas, pero los agentes están concentrados geográficamente y están estrechamente relacionados en una actividad productiva en particular. Además de empresas comprende instituciones que efectúan servicios de soporte de empresas.

Join venture; está formada por una sociedad de dos o más empresas, esta nueva persona jurídica es independiente, no obstante, realiza actividades obedeciendo a las empresas matrices. La ventaja de esta agrupación es compartir tecnologías, financiamiento de fondos, recursos humanos, activos, capacidad productiva y servicios especiales (p.22).

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2018), según sus objetivos se pueden clasificar en:

Organizaciones de servicios territoriales: orientados a atender problemas del tipo territorial o regional; mejorar los servicios de educación de un determinado lugar, mejorar caminos comunales; proporcionar servicios de agua, luz alcantarillado, comunicación, atender servicios de salud, etc.

Organizaciones gremiales o reivindicativas: protegen y promocionan los intereses de sus integrantes, atendiendo sus problemas en general, promoviendo que se promulguen leyes y normas, programas de apoyo y financiamiento, reconocimiento de derechos.

Organizaciones con fines agro comerciales:

- Sociedades comerciales: creado con el objetivo primordial de generar ganancias para repartirlas entre los asociados; se prioriza el capital, el socio que más capital aporta tiene mayor decisión en los asuntos comerciales. En este grupo están las sociedades anónimas (SA) también las de responsabilidad limitada (SRL).
- Asociaciones sin fines de lucro: con el objetivo de brindar un buen servicio al menor costo que sea posible, o para resolver una demanda de tipo social, educativa o de salud. Al cerrar el balance anual, muchas veces se logra un excedente, el cual debe reinvertirse para mejorar las operaciones de la prestación de los servicios, o también se puede invertir en un proyecto nuevo sea social o comunitario. En las asociaciones cada integrante tiene un voto, no importa la cantidad de capital aportado. Esto pasa en las asociaciones civiles, cooperativas, las mutuales, las asociaciones de riego, de caminos, etc. Por lo general las asociaciones se originan para dar solución a las necesidades del productor de un determinado rubro, por ejemplo, tenemos asociaciones de productores de cacao, café, de ganaderos, etc. (p.17-18)

Principios Éticos de la Asociatividad:

Para este tema citamos a Magnazo & Orchansky (2007), que sostiene que constituir una estrategia asociativa, viene asociado a principios éticos de suma importancia, a mencionar:

Confianza. Para trabajar vinculados en conjunto y compartir experiencias, recursos, información con visión al largo plazo es muy importante la confianza entre los miembros. Si no se da esta condición previa a la constitución de la asociación, es mejor fortalecerla cuidadosamente con acciones y consolidarla. No se debe olvidar que la confianza si consolida básicamente a través de las interacciones cotidianas, en especial en situaciones adversas.

Transparencia. Es importante que todos los asuntos sean tratados abiertamente, para lo cual es muy importante las diferentes formas de comunicación, su accesibilidad y eficiencia en la circulación de la información.

Pluralismo. Es necesario que los asociados comprendan y predispongan una actitud de escucha y tolerancia con opiniones y contrarias que usualmente surgen, del mismo modo el respeto por los compromisos y decisiones.

Participación. Es de suma importancia que los asociados tomen la iniciativa frente a la gestión de estrategias, así como las actividades que se desarrollaran colectivamente, la distribución de las tareas, la toma y la aprobación de las decisiones con respecto al futuro de la organización.

Es de suma importancia que los participantes tengan en presente la adopción de principios básicos mencionados, además de solidaridad, colaboración, compromiso y mucha responsabilidad para poder sacar adelante la organización y mantenerse sostenible en el tiempo (p.12).

Características de la Asociatividad

Entre las principales características de la asociatividad la (MINCETUR, 2013) refiere:

Es especialmente un mecanismo de *cooperación*, sin embargo, esto no evita la competencia entre los asociados como se puede apreciar en las ferias de productos similares,

pero el simple hecho de cooperar en la cadena de valor les permite hacerse conocer en el mercado, disminuir costos de gestión y se alcanza mayor cantidad de ventas.

La asociatividad demanda un cierto grado de *organización* porque todas las actividades y tareas deben de estar programadas y sincronizadas evitando los dobles trabajos y evitar errores.

La asociatividad está dado con un cierto grado de permanencia, lo que implica una vista a largo plazo de la relación entre miembros que sea capaz de trascender los problemas que no se van a dejar esperar, de tal forma se pueda dar lugar la estrategia asociativa y sea sostenible en el tiempo.

La asociatividad presume una decisión voluntaria al momento de conformar la organización. Normalmente existe la libertad de asociarse o retirarse de acuerdo a los estatutos acordados por los miembros.

Por último, la asociatividad está orientado a alcanzar objetivos comunes señalados por los miembros, aprovechando ventajas o resolviendo problemas de manera conjunta y sobre todo conservar el control de los negocios individuales, esto es mantener la autonomía (p.17).

Beneficios de la Asociatividad

De acuerdo a la (FAO, 2023) los beneficios para un productor de formar parte de una asociación son el intercambio de conocimientos y experiencias, participación en el desarrollo de políticas sociales, aseguramiento de derechos de tenencia y acceso a los bosques, a las tierras y recursos naturales, mejor manejo de fincas y bosques, ampliación de mercados, creación de empresas y por consecuencia el mejoramiento de la calidad de vida de los productores asociados (p.1).

Entre los beneficios que trae consigo la estrategia de asociatividad Chávez (2008), manifiesta los siguientes:

- Solucionar y afrontar los problemas de forma conjunta, siempre respetando la autonomía de los asociados.
- Se fomenta y desarrolla la complementariedad de capacidades y habilidades.
- Tomar las oportunidades, contrarrestar las amenazas, aprovechar las fortalezas y aminorar las debilidades de la organización.
- Aumentar la producción y la productividad de la organización.
- Mejorar la capacidad de negociación.
- Mayor acceso a tecnologías de producción, procesamiento y créditos monetarios.
- Es compartido los riesgos en toda situación, costos y beneficios, mientras dure la asociación.
- Se reduce bastantes los costos de producción (p.10).

Magnazo & Orchansky (2007), manifiesta que la adopción de estrategias asociativas posibilita muchos beneficios, entre ellos:

Mayor y mejor aprovechamiento de los recursos, esto es accediendo a la información de mercado y tecnologías, financiamiento y capacitaciones. También permite reducir costos en la obtención de materias primas e insumos por compras en cantidades, mejor manejo de las estrategias de mercado y precios, se aprovecha la especialización en la producción por la complementariedad, implementación de mejores métodos de producción y gestión elevando de esta forma la productividad.

Crecida del poder relativo de los socios, que básicamente se debe a la mayor interacción con nuevas tecnologías y capacitaciones que ayudan en el desenvolvimiento de sus actores.

Por último facilita el aprendizaje entre los socios, debido a la difusión de ideas, técnicas y experiencias que enriquecen los conocimientos de los productores (p.17).

Objetivos de la Asociatividad.

De acuerdo con (MINCETUR, 2013), las personas o empresas se asocian para lograr algún objetivo común. Para lograr esto es necesario buscar personas o empresas que tengan valores semejantes, con habilidades complementarias, de forma que todos tengan algo que compartir y todos los miembros puedan obtener beneficios. Por lo tanto, la asociatividad tiene como objetivos enfocados en compartir los riesgos y disminuir los costos de producción. Algunos propósitos del modelo son los siguientes:

Objetivos de comercialización: Podemos mencionar la apertura de mercados nuevos para productos nuevos. Intercambio de información de investigación de mercados. Sociedades comerciales o consorcios comerciales para la comercialización al extranjero. Inversión conjunta en la logística y distribución y por último los servicios después de la venta.

Objetivos financieros: cuando el ente financiero requiere garantías para el otorgamiento de préstamos que no pueden ser cubiertas de forma individual, se puede lograr cubrir de manera grupal, proporcionalmente por cada integrante. La inversión conjunta trae consigo el ahorro en la inversión de cadena de valor.

Objetivos organizacionales: básicamente la mejora continua en los procesos productivos por la adopción de nuevas formas de administración. La implementación de un planeamiento estratégico con intercambio de tecnologías productivas. Formación conjunta originando economías de escala. Acceso a las tecnologías de productos y procesos aumentando el poder de negociación, la investigación y el desarrollo de mercados (p.14)

Ventajas de la Asociatividad.

Vega (2008), manifiesta en su exposición las siguientes ventajas de la asociatividad:

- Hay un incremento sustancial en la producción y por ende la productividad.
- Se mejora el poder de negociación tanto en la oferta como en la demanda.

- Es mayor el acceso a tecnologías de producción, procesamiento y a financiamiento.
- Los riesgos y costos son compartidos, además se reducen los niveles de estos.
- Se mejora en la capacidad productiva, procesamiento, calidad, conservación y distribución.
- Mayor control en la cadena de valor, por ende, se mejora el resultado final.
- Se mejora todos los procesos de la cadena de valor por mayor acceso a conocimiento técnico y científico (p.28).

Obstáculos de la Asociatividad

Entre los obstáculos más importantes el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2018), menciona tres principales: Los costos de transacción y los de aprendizaje, las diferencias que aparecen entre los asociados más altruistas y los más egoístas por los diferentes grados de contribución y compromiso.

Los costos de transacción, entre ellos está identificar socios potenciales y generar confianza entre ellos implica inversión de tiempo, esfuerzos y a veces recursos. Muchas veces el gobierno es quien asume estos costos con capacitaciones, charlas, pasantías y proyectos. Otros costos de transacción surgen cuando la organización decide formalizarse, existen gastos notariales de constitución, registros públicos y materiales de la junta.

Costos de aprendizaje, este hace referencia a los procesos de cambios que sufren los productores asociados a nivel de grupo, empresa y emprendedor. Para desarrollar mejoras es necesario mucho aprendizaje en la implementación de tecnologías nuevas, de antemano a mediano o largo plazo estas tecnologías hacen más eficiente la producción, sin embargo, al iniciar conllevan a una inversión de tiempo, dinero y mucha disposición (p.15-16)

2.2.2. Comercialización

Rodríguez (2009), la comercialización se ha desarrollado a pasos agigantados en los últimos años, las múltiples formas de llegar al cliente, ofreciendo a los productores de bienes y servicios una infinidad de opciones para construir sus cadenas comerciales sin tener la necesidad de contar con fuerza de venta directa. Sin embargo, la correcta selección y el correcto manejo de la cadena comercial sigue siendo muy importantes para el éxito de la organización.

La comercialización a primera instancia se entiende como la acción de vender un producto o servicio, no obstante, un bien o servicio no simplemente se vende, con ello viene muchos otros factores que hacen posible que ese bien o servicio haya llegado al mercado, garantizar que funcione o el buen uso del producto, proveer los repuestos necesarios para que éste dure en el tiempo, asegurarse de estar lo más cerca posible del cliente para volver a venderle cuando la primera unidad se consuma o haya sido usado hasta el punto de ser necesario renovarla. Por lo expuesto la comercialización comprende una serie de actividades preventas y otras postventas, o por lo menos una parte de todas las actividades que comprende la comercialización (p.15).

Demanda.

Está determinado por las distintas cantidades de un bien o servicio que un consumidor está dispuesto a obtener en una unidad de tiempo. La demanda de mercado relaciona el poder adquisitivo del consumidor con el deseo de éste de consumir un producto o servicio. La demanda describe una curva inversamente proporcional al precio del producto o servicio. (Educa Mundo, 2019).

La demanda de mercado está determinada por; el precio, a menor precio será mayor la demanda, y a mayor precio, será menor la demanda; los ingresos, cuanto mayor sea los ingresos entonces también será mayor la demanda y viceversa; la demanda aumentará

directamente proporcional con el aumento de la población; la demanda estará directamente afectada por la moda, preferencias y gustos; la demanda va sufrir cambios cuando se encuentre bienes y servicios sustitutos o complementarios (Frederick, 2018).

Oferta.

La oferta de mercado puede ser definido como la cantidad de bienes o servicios que las diferentes organizaciones, empresas o personas naturales tienen el deseo y capacidad de vender dentro de un determinado intervalo de tiempo y espacio, con el objetivo de satisfacer los deseos y necesidades de los clientes. La ley de la oferta está comprendida en la variación de la disposición de bienes y servicios en el mercado, cambios que están muy relacionados con la variación de los precios, de tal forma que, si los precios son bajos, la oferta baja, y si los precios son altos, aumenta la oferta (Huerta, 2016, pág. 29).

Producto.

Sagri (2014), sostiene que el producto se trata del bien o servicio satisfactor que llega a manos del cliente, en el momento y lugar que se necesita, además de poseer los requerimientos que solicitó el cliente. Se comprende que no hay producto que cubra al 100% las expectativas del consumidor, por lo que es necesario que posea características de tipo promedio y que puedan cumplir con las exigencias de más de un consumidor en tres aspectos básicamente; beneficio, lugar y tiempo (p.58).

Precio

Kotler (2001), manifiesta que el precio expresa el valor, en términos monetarios, del producto que puede ser un bien o servicio. Desde otro punto de vista, el del mercado, el precio de un producto es el punto donde se igualan el valor monetario del mismo, para el comprador, con el valor de realización de la transacción para el ofertante. Cabe mencionar que el valor para el cliente hace referencia cuando al comprar o contratar un producto o servicio, éste le retribuye un mayor valor al consumidor, que se puede definir como la

diferencia entre el valor final y el costo total para el comprador o cliente, y el valor final es para el consumidor, la suma de beneficios que se puede obtener de un producto o servicio determinado (p.11).

La mejor manera de fijar un precio radica en sumar un margen sobre los diferentes conceptos que, en conjunto establecen el precio del producto.

Se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Precio de Coste} + \text{Beneficios} = \text{Precio de Venta}$$

Mercado.

Según Moya (2015), el mercado es el conjunto de transacciones y convenios de intercambio de bienes y/o servicios entre personas, empresas o sociedades. Se idea como ambiente social que facilita las condiciones necesarias para las transacciones de satisfacciones, donde participan ofertantes y demandantes que interactúan en un proceso comercial con el fin de satisfacer sus necesidades. El mercado puede desarrollarse no solo en un ambiente físico, sino también en un medio virtual, en el cual confluyen compradores y vendedores para satisfacer sus necesidades de manera bidireccional (p.44).

2.2.3. Competitividad

De acuerdo con Pinto (2017), cuando nos referimos a este término, competitividad, en primer lugar, es necesario hacer la diferencia de la palabra competencia, que se puede comprender como una parte de la lucha económica, proceso que se dirige finalmente a la rivalidad entre los grupos de ofertantes de un producto, por lo tanto, se puede diferenciar la competencia de la competitividad porque esta última considera el conjunto de habilidades y condiciones necesarias para ejercer la competencia. Competitividad en términos prácticos es la capacidad de un sector, un país, una empresa o sencillamente de una persona de participar en los mercados, lucrar y ser sostenible en el tiempo (p.139).

Acercándonos a este tema en particular, es necesario aclarar que tiene diversos significados que van variando de acuerdo al contexto, como una empresa, un sector económico, un país o una sociedad. Básicamente competitividad se representa la capacidad que tienen estos agentes económicos para poder permanecer vendiendo bienes y/o servicios en un determinado mercado. Una organización o empresa es competitiva cuando posee las herramientas que le brindan una ventaja frente a los competidores en el mercado (Secretaría Económica, 2010).

2.2.4. Rentabilidad

Según la empresa de marketing Prana Group (2020), la rentabilidad de un negocio o empresa es la capacidad que tienen para usar sus recursos y generar utilidades o ganancias. Para determinar la rentabilidad es necesario hacer uso de los indicadores financieros o ratios de rentabilidad, con estas herramientas es posible determinar la efectividad de la administración de la organización. Los ratios financieros son básicamente fórmulas matemáticas que nos permiten revelar el cual es el estado actual o futuro de la asociación, empresa o proyecto a nivel financiero y/o económico, y básicamente se componen de dos partes: beneficios obtenidos y recursos empleados.

Rentabilidad Económica.

Toro (2022), nos menciona que en esta sección se analiza la capacidad que tienen los activos de la empresa, estos a decir, las instalaciones y las máquinas que posee para generar beneficios en los que aún no se descuentan los intereses y los impuestos que se debe pagar sobre ellos. aquí también están considerados los préstamos. La rentabilidad económica comprende dos ratios considerados como los más importantes:

- ROI: Refiere al retorno sobre la inversión del capital; rentabilidad que la organización obtiene sobre sus activos, es decir la eficiencia de la utilización de sus activos. Se calcula a través de la siguiente ecuación:

$$\text{ROI} = \text{Beneficios Brutos} / \text{Activos Totales}$$

- ROE: Hace referencia al retorno sobre los activos propios; la relación que define esta sección está definido por el beneficio neto que obtienen los accionistas a partir de su inversión. Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{ROE} = \text{Beneficio Neto} / \text{Activos-Patrimonio propio.}$$

Rentabilidad Financiera.

Según Toro (2022), se trata del rendimiento que se alcanza al realizar una inversión, sin tomar en cuenta la deuda utilizada para generar los beneficios y se calcula sobre los beneficios finales o netos después de quitarle los impuestos e intereses. Su ratio más importante es el ROA que es el retorno sobre activos, se calcula de la siguiente manera:

$$\text{ROA} = \text{Beneficios netos} / \text{Activos totales.}$$

Según Frederick (2018) que nos menciona que existen 9 factores fundamentales que afectan los niveles de rentabilidad:

- Intensidad de la inversión.
- Productividad.
- Participación en el mercado.
- Tasa de crecimiento de mercados.
- Calidad de los productos y los servicios.
- Fabricación de nuevos productos o la diferenciación con respecto a los competidores.
- Integración vertical de la cadena de valor.
- Costos operativos.
- Nivel de esfuerzo sobre los factores mencionados.

2.2.5. Derivados lácteos

Según Vázquez et al. (2005) en el libro Alimentación y Nutrición, teórico práctico, define como todos aquellos productos obtenidos a partir de la leche a través de tratamientos adecuados, estos a mencionar, la mantequilla, nata, queso, suero lácteo. También podemos mencionar a la leche higienizada, leches conservadas, leches certificadas y leches especiales.

Yogurt: derivado que se obtiene a partir de la fermentación de la leche con la ayuda de determinados microorganismos que tiene con resultado final un producto lácteo coagulado de mayor acidez por su bajo Ph, (que puede estar por debajo de 4.6) esto básicamente debido al proceso de fermentación.

Queso: producto fresco o madurado, sólido a veces semisólido, que es resultado de la coagulación total de la leche, que puede estar también totalmente o parcialmente desnatada, de la nata, suero, mantequilla o una mezcla, debido a la acción del cuajo o coagulante que se añade en el proceso de producción (p.5).

Comercialización de Derivados Lácteos.

En la investigación de Carbajal (2017), Plan de negocios mejoramiento de producción y comercialización de quesos en la asociación de productores agroindustriales de Parinacochas, Ayacucho, para su inserción al mercado de lima metropolitana, manifiesta que existe demanda insatisfecha en el mercado local y de la capital, resaltado que el aumento de la demanda se justifica por el incremento del consumo per cápita y el poder adquisitivo, además demuestra que generar valor agregado en lácteos es fundamental para impulsar el desarrollo sostenible de los productores asociados e individuales. Por otra parte, sostiene que el desarrollo de capacidades empresariales y de comercialización permite consolidar la organización y mejorar las capacidades de negociación para lograr mejores precios de venta en el mercado. Todo este conjunto de actividades genera un impacto social y consecuentemente económico en la población que abastece la materia prima, obteniendo

buenos precios y consolidando un mercado seguro donde vender leche, generando empleo, bien social y mejor calidad de vida.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Asociatividad

La asociatividad es la facultad social de las personas o empresas, como un medio de sumar esfuerzos, habilidades, recursos o ideales a través de la asociación, de tal forma dar respuestas colectivas a los problemas comunes (Quillahuaman & Carazas, 2018).

2.3.2. Comercialización

Es la suma de todas las acciones y actividades que realiza una persona, empresa o sociedad, orientadas a mejorar las condiciones de venta de un bien y/o servicio comprendido en un mercado (Rodríguez, 2009).

2.3.3. Producto

Son los bienes y servicios que ofrecen los vendedores u ofertantes para satisfacer las necesidades de los consumidores o demandantes (Sagri, 2014).

2.3.4. Precio

El precio expresa la suma de los valores del bien o servicio en términos monetarios o de dinero, dicho de otra manera, es la cantidad de efectivo requerida para obtener un determinado bien o servicio (Kotler, 2001).

2.3.5. Mercado

Se puede afirmar que se trata de un lugar físico o virtual donde confluyen compradores o demandantes y vendedores u ofertantes para intercambiar bienes y/o servicios y satisfacer las necesidades de manera bidireccional (Moya, 2015).

2.3.6. *Competitividad*

Es la capacidad de una organización o empresa para implementar estrategias competitivas y conservar o mejorar su porcentaje de productos en un mercado de forma sostenible. Capacidades que pueden ser controlados en muchos casos (Pinto, 2017).

2.3.7. *Rentabilidad.*

Es el porcentaje o la tasa de ganancias adquiridas a través de la inversión de un determinado capital (Toro, 2022).

2.3.8. *Derivados lácteos*

Son todos aquellos productos obtenidos a partir de la leche, a través de procesos tecnológicos adecuados (Vázquez et al. 2005).

Capítulo III

Metodología De La Investigación

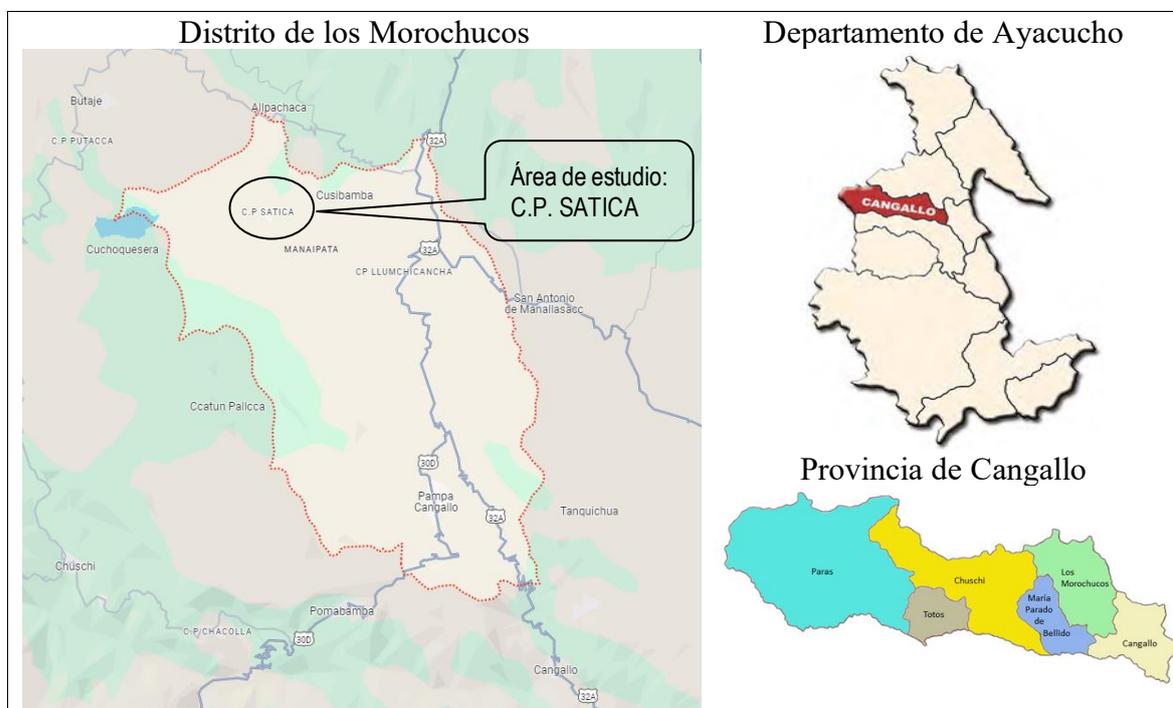
3.1. Delimitación del Área de Estudio

Geográficamente el presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la comunidad de Satica, el cual se encuentra a 13°26'0.3" S latitud sur, 74°16'3.6" W longitud oeste, a 3729 m.s.n.m, región natural según piso altitudinal, Suni, con una población censada de 391 habitantes, actividad económica principalmente agricultura y ganadería de subsistencia, con una superficie de territorial de 3 508.12 has, y 92 viviendas rurales, cuenta con servicio educativo inicial, primaria y secundaria y centro de salud (INEI, 2017).

De acuerdo con un estudio de Zonificación Territorial de la provincia de Cangallo elaborada por el Gobierno Regional de Ayacucho (GRA, 2018), la comunidad de Satica se encuentra conformado por altiplanicie disectada, vertiente tipo montañosa y colina empinada moderadamente. Geomorfológicamente el territorio es llanura disectada entre 15 a 25% de pendiente en su mayoría. Formación de acumulaciones morrécicas dejadas por glaciaciones cuaternarias presentando superficies erosionadas y superficie estructural de substrato geológicamente rocoso. Con clima frío y seco y temperaturas promedio anual de entre 10°C y 7°C. Satica posee ecológicamente entre los 3500 a 4350 m.s.n.m. de altitud suelos aptos para pastos naturales y para la producción forestal, donde no es posible la instalación de muchos cultivos sensibles a las bajas temperaturas y sequías, pero sí para la producción de patos cultivados. Cuentan con dotación de agua en secano a partir de la cuenca del río Cachi y ojos de agua, sin embargo, la mayoría de la producción de forrajes y alimentos autóctonos están sincronizados con los meses de lluvia desde noviembre a marzo, por lo tanto, representan un alto riesgo para el desarrollo de la agricultura (p.18)

Figura 1

Departamento de Ayacucho, provincia de Cangallo, distrito de Los Morochucos, comunidad de Satica.



Nota. Adaptado de <https://www.google.com/maps>

3.1.1. Aspectos Políticos de la Comunidad de Satica

Satica es uno de los 12 centros poblados que conforma el distrito de los Morochucos, de la Provincia de Cangallo, en el departamento de Ayacucho. Limita por el norte con la comunidad de Alpachaca, por el este con Cusibamba, por el oeste con Putacca, y por el sur con Munaypata. Según el sistema de Información Sobre Comunidades Campesinas del Perú (SICCAM, 2016) la comunidad campesina de Satica fue reconocida y titulada, comprendida en la jurisdicción del distrito de los Morochucos, con resolución R.A.E. 547-ORAMS-X, fecha 10 de noviembre de 1976, partida electrónica 2011447, extensión registrada 3508.12 hectáreas, fecha de inscripción 17 de mayo de 1993 (p.93).

Políticamente depende las decisiones de la provincia de Cangallo y del Gobierno Regional de Ayacucho, articulando apoyo a través de los proyectos y programas de fondos de financiamiento no retornables como los que ofrece Agroideas y Procompite, que

promueven la innovación de productos y nuevos procesos, incidiendo en la mejora productiva, ayudando a crecer pequeñas empresas y organizaciones de productores en todo el corredor de productores de ganado lechero conformado por las comunidades de Satica, Munaypata, Allpachaca y Manzanayocc.

3.1.2. Aspectos Sociales de la Comunidad de Satica

La seguridad alimentaria y nutricional influye en el estado nutricional, por ello a nivel del distrito de los Morochucos, la desnutrición crónica en menores de tres años, presentan valores por encima del promedio nacional (17.4%) y los casos de desnutrición crónica infantil ascendieron a 22.8%. La inseguridad alimentaria de la comunidad de Satica está condicionada a la pérdida de cosecha por malas condiciones climáticas. Con relación al consumo de alimentos y a su uso biológico, se puede apreciar graves deficiencias, debido no necesariamente a la falta de acceso económico, sino básicamente de educación alimentaria, con condiciones sanitarias deficientes tanto en la disponibilidad de agua potable con en las condiciones de eliminación de las aguas servidas y desechos, lo que agrava las condiciones generales de salud de la comunidad y en consecuencia el uso biológico de los alimentos. Se aprecia mucho trabajo pendiente de vigilancia y monitoreo de cloración de agua, campañas de sensibilización de lavado de manos, incrementar la construcción de letrinas y su correcto uso y mantenimiento, (Quispe, 2023).

De acuerdo con Pillaca & Villanueva (2015), el 39% de familias de la comunidad de Satica, disfrutan seguridad alimentaria, 38% inseguridad alimentaria, pero sin hambre, 19% de la población manifiesta inseguridad alimentaria con hambre, y 5% manifiesta inseguridad alimentaria con hambre muy severa. Poseen aceptable consumo de calorías, pero no asumen una dieta balanceada. Durante los cuadros de diarrea, el 72% de madres tratan al niño con mates o caldos. Los niños de entre 6 meses a tres años presentan 35% de desnutrición

crónica, 42% presenta anemia y 62% cuadros de parasitosis; ante una emergencia se atienden en el puesto de salud que cuenta con una enfermera y un médico Serum (p.75).

3.1.3. Aspectos Económicos de la Comunidad de Satica

Según Tacas (2022), en su diagnóstico situacional de las comunidades Cusibamba, Satica y Munaypata, con el objetivo de comparar y diferenciar entre las comunidades, la situación económica actual de la ganadería lechera, después de la intervención de las instituciones públicas y privadas. Refiriéndose a la comunidad de Satica, encontró que el total de productores en estudio tiene instalado pastos cultivados un aproximado de 67 has en diferentes lugares, lo cual sirve para el pastoreo del ganado lechero, el resto de alimentación es complementado con pastos naturales y avena; con respecto al manejo de pastos el 74% de productores en estudio abonan con guano de corral, ahora si vemos las instalaciones, tan solo el 14% cría sin corral, 21% cría en corral, 36% en cobertizos y 29% en establos. Y si vemos el nivel de asociatividad en las comunidades estudiadas, el 48% de los forman parte de una asociación y el 52% son productores que trabajan en forma independiente. El 96% de los productores de ganado lechero no brinda alimento balanceado y un 30% usa heno de avena. La producción de leche promedio en época de lluvia llega a 4 litros por día y en época seca en 3 litros por día por vaca; elaboran sus productos como cachipas, quesos sincha y algunos yogurts y luego un 45% de los productores comercializa sus derivados lácteos en el mercado local de Huamanga, otros 45% entrega a intermediarios, un 9% de productores en ferias agropecuarias y tan solo el 1% de los productores entrega la materia prima a acopiadores de leche a los acopiadores (p.56).

El sector económico primario, está formado principalmente por la agricultura a pequeña escala o de subsistencia, ganadería, caza, silvicultura y pesca; explotación de canteras y obras, donde se encuentran ocupados el 79% de la población económicamente activa. Según el Censo (INEI, 2017) el 95% hablan quechua como lengua materna, practican

desde tiempos remotos la minka, ayni, faenas comunales y diversas formas de trabajo colectivo. Dentro de la producción principal se encuentran la papa nativa, olluco, mashua, avena, trigo, haba, arveja, cebada y centeno, mayormente de autoconsumo y la ganadería (ovino, porcino y vacuno). El comercio se realiza a través de las ferias semanales, que se ubican en la plaza principal del pueblo, donde ofrecen sus productos a los intermediarios generalmente. Poseen caminos de acceso afirmados y trochas que se ponen intransitables en las épocas de lluvia; la vía principal que conecta Satica con la ciudad Ayacucho es a través de un camino afirmado de 9 km más una vía asfaltada de 34 km dirección al norte. Elaboran sus derivados lácteos y guardan sus cosechas de campo en casas generalmente de adobe y techo de calamina (GRA, 2018, p.67).

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de investigación fue descriptivo – explicativo.

Díaz (2012), hace referencia de estos:

Descriptivo, describe las características propias o cualidades del objeto o individuo en estudio mediante el uso de encuestas, entrevistas o cuestionarios.

Explicativo, no solo describe y relaciona el individuo u objeto, sino que también investiga las causas de la problemática estudiada.

3.3. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación es no experimental y transversal, según Hernández Sampieri et al. (2014), que va consistir en la en la observación de los fenómenos tal y cual se dan en su contexto natural para luego analizarlos. Son estudios que se efectúan sin manipular intencionadamente las variables causa y efecto. No se crea ninguna realidad, solo se observan las condiciones ya existentes, no provocadas deliberadamente por el investigador, las variables independientes suceden y no se puede manipularlas. A diferencia de un experimento en la que el investigador acondiciona intencionalmente una situación o

ambiente a la que son puestos en experimento varios individuos o casos. Situación que consiste en poner a prueba distintos tratamientos, estímulos o condiciones en ciertas circunstancias y luego son evaluados los efectos de los tratamientos. Por decirlo de otra manera, para un experimento se construya una realidad de estudio. Y transversal o transeccional porque se recolectaron los datos en un solo momento de tiempo, en un corte de tiempo, fue como tomar una “fotografía” de algo que sucede. (p.152).

El diseño queda representado de la siguiente manera:



OM: X =====> (Y1)

Donde:

O: Observación.

M: Muestra

X: Asociatividad

Y1: Comercialización y rentabilidad

E: Explicación

3.3.1. Método de investigación

El método de investigación es analítico – sintético. De acuerdo a Rodríguez & Pérez (2017), el método hace referencia a dos procesos intelectuales contrapuestos que operan en unidad, el análisis y luego la síntesis. El primero es un procedimiento lógico que permite disociar imaginariamente una unidad en sus partes y cualidades, en sus diferentes relaciones, componentes y propiedades, lo que posibilita estudiar cada parte. En cambio, la síntesis es el proceso inverso, que nos permite mentalmente la combinación o unión de las partes ya analizadas y posibilita encontrar características y relaciones generales entre los elementos reales (p.186).

Procedimiento no experimental

- Identificación de las variables a evaluar en la comunidad campesina de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo del departamento de Ayacucho.
- Elaboración de preguntas del cuestionario con la finalidad de desagregar cada indicador y recoger la información primaria en base a una escala tipo Likert
- Toma de muestra por conveniencia representada por productores pertenecientes a asociaciones y productores individuales.
- Visita a los productores lácteos en sus unidades de producción.
- Aplicación de entrevista y llenado de cuestionario, con los productores de derivados lácteos.
- Recolección de la ficha de observación.
- Sistematización y procesamiento de la información para emitir las conclusiones y recomendaciones cumpliendo así con la metodología analítico - sintética propuesta para la investigación (Rodríguez & Reguant, 2020).

3.4.Población y Muestra

3.4.1. Población

Esquivel et al. (2011), menciona que una población es un conjunto de elementos que contiene una o más características cualitativas y cuantitativas observables que se pueden medir. Si una población tiene un número limitado o pequeño de elementos observables, entonces las poblaciones son finitas; son infinitos, si son grandes e inciertos (p. 96).

La población es homogénea, y estuvo compuesta por 5 asociaciones de productores integrados por 46 productores en total, dentro de la comunidad de Satica, Los Morochucos.

3.4.2. Muestra

Se tomó individuos muestras a conveniencia, como lo indica Quintana (2006), tomar muestras a conveniencia del investigador tiene origen en consideraciones de tipo práctico en

la cuales se busca obtener la mejor información en el menor tiempo posible, de acuerdo con las circunstancias concretas que rodean tanto al investigador como a los individuos. Es decir, los individuos seleccionados en la investigación se escogen porque están fácilmente disponibles y se sabe que son parte o pertenecen a la población objeto de estudio, mas no así que sean seleccionados a través de criterios netamente estadísticos (p.59).

La muestra está compuesta por 5 productores representantes de asociaciones de y 18 productores individuales haciendo un total de 23 individuos entrevistados pertenecientes a la comunidad de Satica, Los Morochucos, con un tipo de muestreo por conveniencia que estuvo sujeto a los criterios del investigador.

3.5. Variables e Indicadores

VARIABLE CAUSA

X1: Asociatividad

Indicadores

X11: Capacidad emprendedora

X12: Conformismo

X13: Capacidad productiva

X14: Asociatividad

VARIABLES EFECTO

Y1: Comercialización y rentabilidad

Indicadores

Y11: Producción

Y12: Precio

Y13: Mercado

Y14: Costos

Y15: Ingresos

3.6.Operacionalización de variables

A continuación, se presentan las variables de manera cómo se observó y midió cada característica de estudio.

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Ítem	Dimensión
Estrategia de asociatividad	Mecanismo de relación conjunta y acción organizada con objetivos comunes	Se determina conociendo la capacidad de emprendedor, nivel de conformismo, capacidad productiva y los niveles de asociatividad	Capacidad emprendedora	¿Suele ir en búsqueda de oportunidades de negocio y aprovecharlas? ¿Suele planificar sus actividades comerciales y cumplir sus compromisos? ¿Se considera emprendedor, con actitud abierta a nuevas ideas, adaptable a los cambios? ¿Trabaja con disciplina, esforzándose para conseguir sus objetivos? ¿Considera que tiene actitud positiva y facilidad de comunicación con los demás? ¿Es comprensivo y objetivo con planteamientos de otras personas?	Social
			Conformismo	¿Asume riesgos, cuando sea necesario para conseguir objetivos? ¿Suele ser exigente para obtener mejores resultados en sus actividades? ¿Suele ser persistente, y no se da por vencido con las dificultades? ¿Suele fijarse metas/objetivos a mediano y largo plazo?	Social

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Ítem	Dimensión
			Capacidad productiva	<p>¿Su proceso productivo es adecuado y competitivo?</p> <p>¿Cuenta con personal adecuado para procesar y producir sus derivados lácteos?</p> <p>¿Su tecnología e infraestructura es adecuada para producir?</p> <p>¿Sus proveedores son adecuados?</p> <p>¿Cumple con las medidas sanitarias en su producción?</p> <p>¿Su producto cumple con las exigencias de los clientes?</p> <p>¿Tiene en general las condiciones necesarias y adecuadas para producir?</p>	Social
			Asociatividad	<p>¿Le gustaría agruparse con otros productores de derivados lácteos de su sector?</p> <p>¿A través de la asociatividad y el trabajo en equipo, genera mayores beneficios comerciales?</p> <p>¿A través de una asociación se tiene mayor poder de negociación?</p> <p>¿A través de la asociatividad tiene mayor acceso a capacitaciones y experiencias?</p> <p>¿A través de la asociatividad se puede mejorar la infraestructura productiva?</p> <p>¿A través de la asociatividad se puede tener acceso a mejores alternativas de créditos?</p> <p>¿La asociatividad permite mayores ingresos y mejorar la calidad de vida de los socios?</p>	Social
Comercialización y rentabilidad	Intercambio de producto y beneficio neto determinado	Se determina conociendo de nivel de producción, precio, mercado, costos de producción e ingresos	Producción	<p>¿A través de la asociatividad mejorar su producción en cantidad y calidad?</p> <p>¿A través de la asociatividad se tiene acceso a mejores tecnologías productivas?</p> <p>¿A través de la asociatividad se puede sacar más líneas de productos?</p> <p>¿A través de la asociatividad se mejoran en general los procesos productivos?</p>	Económica
			Precio	<p>¿A través de una asociación puede obtener mejores precios para sus productos?</p> <p>¿A través de la asociatividad se tiene mayor poder de negociación frente a los clientes?</p> <p>¿A través de una asociación puede fijar precios adecuados de los productos que ofrece?</p> <p>¿El precio del producto mejora la competitividad comercial?</p>	Económica

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Ítem	Dimensión
			Mercado	<p>¿Con la asociatividad mejora la presentación y es más agradable los productos?</p> <p>¿Con la asociatividad se puede garantizar la calidad, cantidad y continuidad?</p> <p>¿A través de la asociatividad se puede ingresar a nuevos y mejores mercados?</p> <p>¿Con la asociatividad se puede realizar investigación de mercados con mayor precisión?</p> <p>¿Con la asociatividad puede llegar directamente al consumidor y evitar intermediarios?</p> <p>¿A través de la asociatividad se reducen problemas con intermediarios y clientes?</p> <p>¿A través de la asociatividad se puede satisfacer mejor al mercado?</p> <p>¿Pertener a una asociación le permite mayor poder de negociación con clientes?</p>	Económica
			Costos	<p>¿Pertener a una asociación reduce los costos de producción?</p> <p>¿Pertener a una asociación le permite mayor poder de negociación con proveedores?</p> <p>¿Pertener a una asociación le permite acceder a recursos a bajos costos?</p>	Económica
			Ingresos	<p>¿Formar parte de una asociación mejora los ingresos?</p> <p>¿La producción de derivados lácteos es rentable?</p> <p>¿A través de una asociación accede a mejores fuentes de financiamiento?</p> <p>¿La asociación le va a permitir vender mayor volumen de su producción en menor tiempo?</p>	Económica

3.7. Técnicas e Instrumentos de Investigación

3.7.1. Técnicas.

Según Canal (2006), cada objeto o individuo del universo tiene una probabilidad conocida, diferente de cero, de ser seleccionado como muestra, es decir todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, esto es el muestreo probabilístico. En contraposición está el del tipo no probabilístico que es una técnica donde las muestras se seleccionan en un proceso que no brinda a todos los elementos de la población iguales oportunidades de ser tomados como muestra (p.121-123).

Las técnicas empleadas en el presente estudio fue muestreo no probabilístico por conveniencia con observación directa y recopilación de información.

3.7.2. Instrumentos de Medición.

Hernández Sampieri et al. (2014), nos manifiesta que son todos aquellos recursos que va a utilizar el investigador para registrar todos los datos y/o información que se consideren importantes sobre las variables que se necesitan analizar. También sostiene que es aquel que va a registrar los datos visibles que representan verídicamente los conceptos y/o las variables que se necesita estudiar. Son instrumentos que nos permitirán capturar verdaderamente la realidad, cuya función de medición es crear una relación entre el mundo real y el mundo conceptual (p.199).

Cuestionario de entrevista.

Es uno de los más utilizados en la actualidad y consiste en presentar por escrito preguntas puntuales a los individuos cuyas opiniones, habilidades, vivencias o experiencias nos interesa. Se utiliza esta herramienta para obtener información lo más real posible del cual será podrá interpretar los principales problemas, con la finalidad de conocer las causas de la problemática actual que estamos estudiando.

Ficha de observación.

Se trata de un registro que sigue o se ajusta aun sistema, válido y confiable del comportamiento o de la conducta, la cual se puede utilizar en diferentes circunstancias. En este documento se detalló los acontecimientos obtenidos a través de la observación sea directa o indirectamente.

3.7.3. *Fiabilidad del Instrumento*

Hernández Sampieri et al. (2014) nos indica que es el grado en que su aplicación en reiteradas ocasiones al mismo objeto o individuo reporta resultados iguales o muy similares (p.200).

Para medir la confiabilidad de las encuestas de la investigación se utilizó un estudio teniendo en cuenta el grado de instrucción de los productores respetando sus costumbres y permitiendo que participen a través de una interacción mutua. Por lo que el autor de las preguntas permitirá el entendimiento de las mismas, las cuales se les establecen una escala tipo Likert.

Técnicas de procesamiento de datos

Para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva de los datos de frecuencia, para el análisis estadístico de los datos se utilizó el programa informático SPSS según los resultados, para el cálculo de los diagramas se utilizó el programa Microsoft Excel. Todas las pruebas de significación estadística se analizaron al 95 % de confianza con un margen de error del 0,05%.

Criterio de evaluación de la fiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach por consistencia interna de las preguntas por variables:

Coeficiente alfa >0.9 es excelente

Coeficiente alfa >0.8 es bueno

Coeficiente alfa >0.7 es aceptable

Coeficiente alfa >0.6 es cuestionable

Coeficiente alfa >0.5 es pobre

Coeficiente alfa <0.5 es inaceptable

3.7.4. Validez del Instrumento

Hernández Sampieri et al. (2014), manifiesta que en términos generales se refiere al grado en que una herramienta mide realmente las variables que se pretenden evaluar (p.200).

Para validar los instrumentos que se utilizó para la recolección de datos, se contó con el soporte de expertos quienes aportarán con observaciones, recomendaciones y confirmación. De la misma forma contará con la “validez externa”, que es la magnitud en que se pueden generalizar los resultados de un estudio a otras situaciones, individuos, ambientes y medidas. Se aplica los resultados de un trabajo de investigación a un más amplio contexto que comparten características similares con la muestra. En este caso a los comercializadores – productores de los derivados lácteos, pertenecientes a la comunidad de Satica, y demás comunidades aledañas de la zona sur de Ayacucho.

Capítulo IV

Resultados Y Discusion

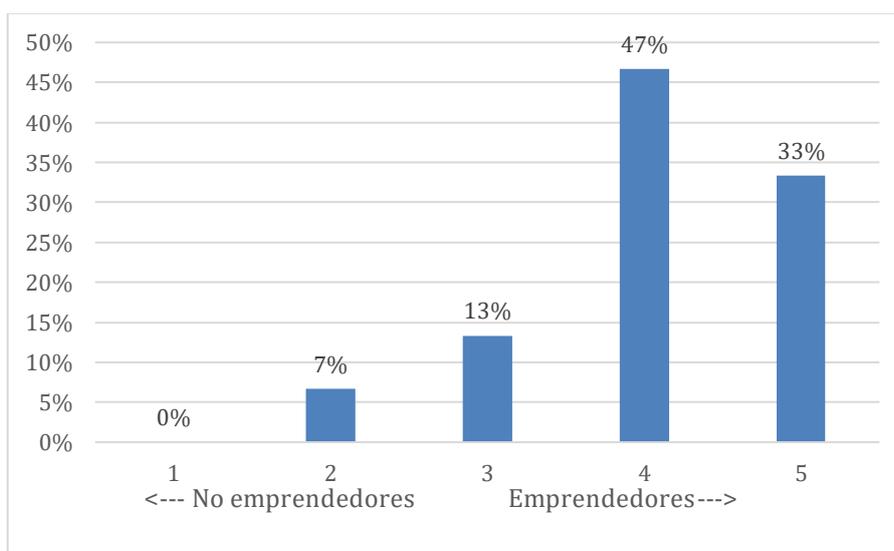
4.1.Estrategia de asociatividad de los productores en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica-Cangallo

Se evaluó la asociatividad de los productores en la comercialización de los derivados lácteos considerando la capacidad emprendedora, el conformismo, la capacidad productiva y la asociatividad.

En la Figura 2, se muestran los resultados obtenidos de la capacidad emprendedora de los productores asociados de derivados lácteos de la comunidad de Satica.

Figura 2

Capacidad emprendedora de los productores asociados de derivados lácteos.

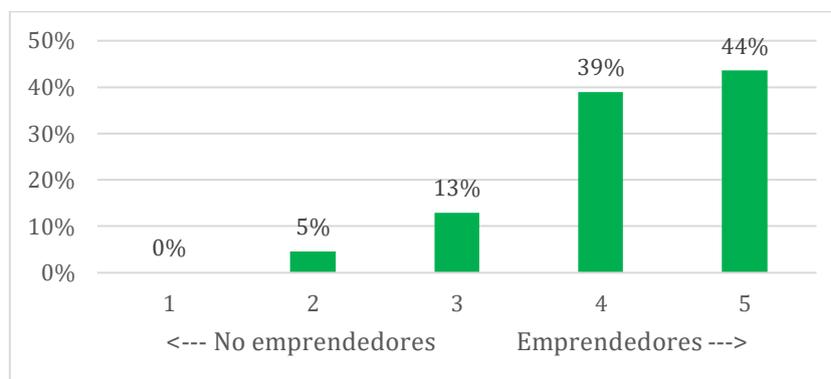


En la Figura 2, se puede apreciar que el 80% de los productores asociados, manifiestan que son emprendedores y muy emprendedores. Ellos siempre están en búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, planifican sus actividades, trabajan con orden y disciplina, tienen actitud positiva y son abiertos a opiniones y sugerencias.

En la Figura 3, se muestran los resultados obtenidos de la capacidad emprendedora de los productores no asociados de derivados lácteos de la comunidad de Satica.

Figura 3

Capacidad emprendedora de los productores no asociados de derivados lácteos.

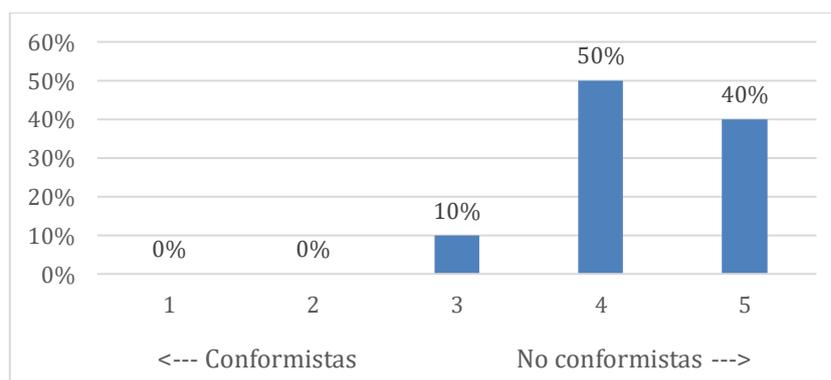


En la Figura 3, se aprecia que un 83% de los productores no asociados, se consideran emprendedor y muy emprendedor. Todos ellos suelen ir en búsqueda de oportunidades de negocio, planean sus actividades, trabajan con disciplina, poseen actitud positiva y están siempre dispuestos a escuchar opiniones y sugerencias.

En la Figura 4, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de conformismos de los productores asociados de derivados lácteos de la comunidad de Satoca.

Figura 4

Niveles de conformismo de productores asociados de derivados lácteos.



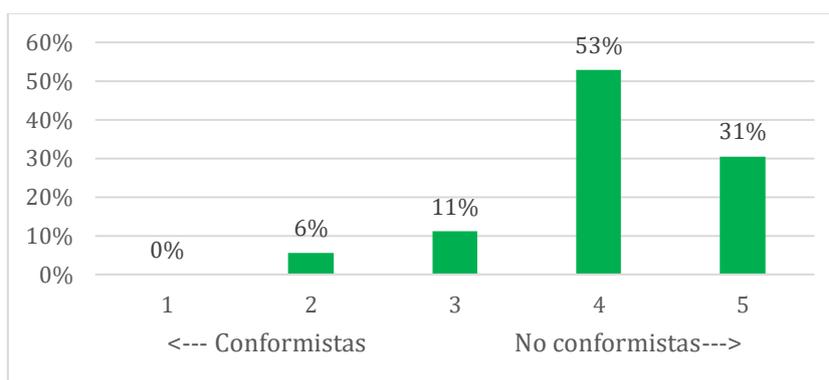
En la Figura 4, se aprecia que el 90% de los productores asociados, demuestran no resignarse ante cualquier situación, ellos asumen riesgos para lograr sus objetivos, son exigentes para lograr mejores resultados en sus actividades, son persistentes y no se dan por

vencido ante las dificultades, y se fijan metas para lograr sus objetivos. También se evidencia que un 10% que no supo definir su predisposición.

En la Figura 5, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de conformismos de los productores no asociados de derivados lácteos de la comunidad de Saticá

Figura 5

Niveles de conformismo de productores no asociados de derivados lácteos.

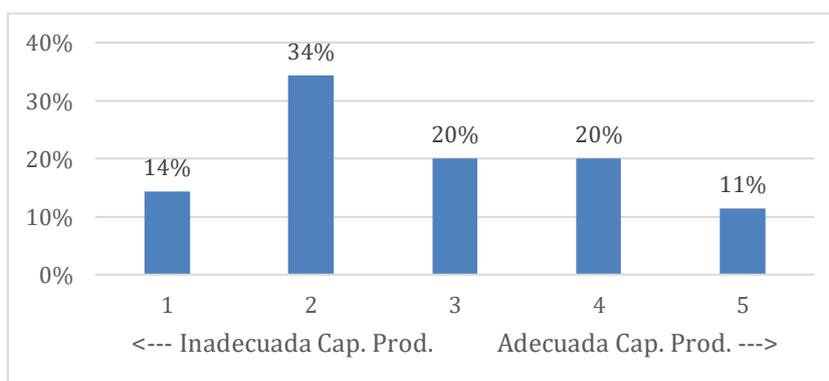


En la Figura 5, se aprecia que el 84% de los productores no asociados, tienen actitud no conformista, porque asumen riesgos para lograr sus objetivos, suelen ser exigentes para lograr mejores resultados en sus actividades, suelen ser persistentes y no se dan por vencido ante las dificultades, se fijan metas para alcanzar sus objetivos. Un 11% no sabe no opina.

En la Figura 6, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de capacidad productiva de los productores asociados de derivados lácteos de la comunidad de Saticá.

Figura 6

Capacidad productiva de productores asociados de derivados lácteos.

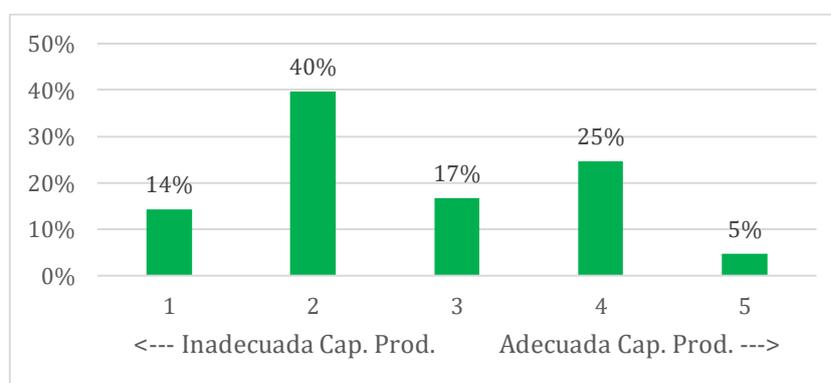


En la Figura 6, se aprecia que un 48% de los productores asociados, indican que no cuentan con las condiciones adecuadas para producir. Sus procesos productivos son inadecuados y poco competitivos, no cuentan con personal capacitado, su tecnología e infraestructura es inadecuada, sus proveedores inadecuados, no cuentan con registro sanitario de sus productos y pocos de ellos cumplen con las exigencias de los clientes.

En la Figura 7, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de capacidad productiva de los productores no asociados de derivados lácteos de la comunidad de Satoca.

Figura 7

Capacidad productiva de productores no asociados de derivados lácteos.

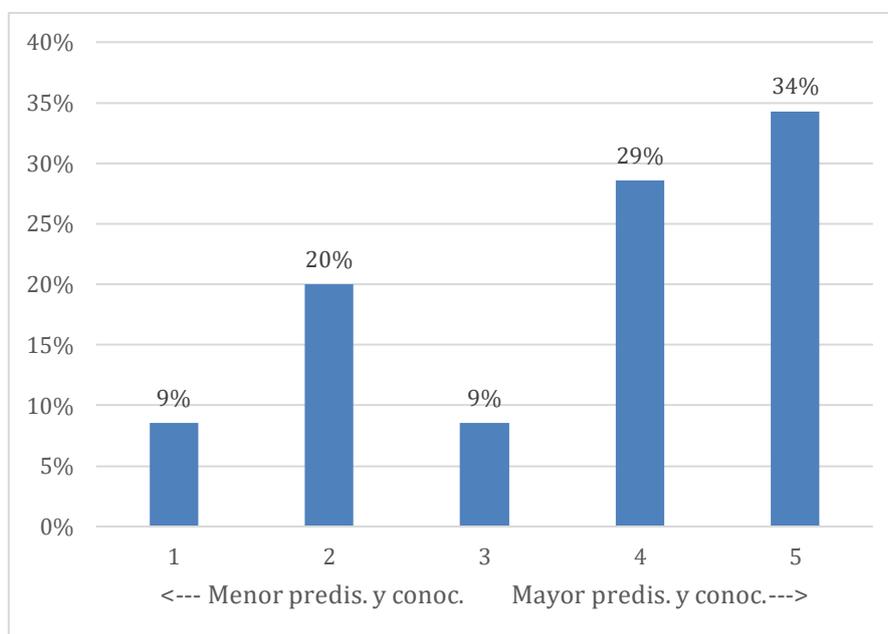


En la Figura 7, se aprecia que el 54% de los productores no asociados, aseguran que no tienen las condiciones adecuadas para producir. La mayoría de sus procesos productivos son inadecuados e insuficientemente competitivos, su personal poco capacitado, su tecnología e infraestructura es inadecuada, sus proveedores inadecuados, no cuentan con registro sanitario de sus productos y pocos de ellos cumplen con las exigencias de los clientes.

En la Figura 8, se muestran los resultados obtenidos en cuanto a predisposición y conocimiento de los beneficios de la asociatividad de productores asociados de derivados lácteos de la comunidad de Satoca.

Figura 8

Predisposición y conocimiento de los beneficios de la asociatividad en productores asociados de derivados lácteos.

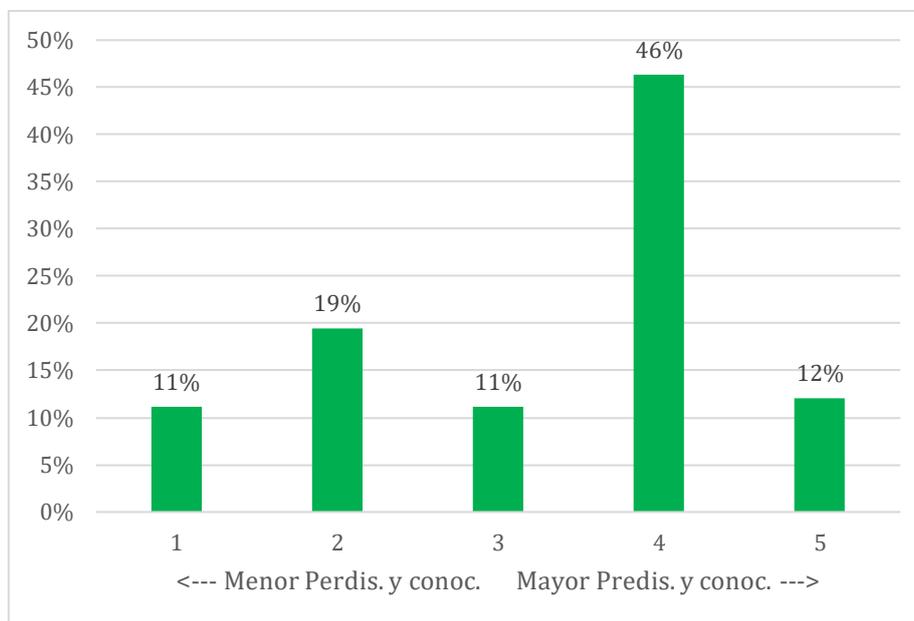


En la Figura 8, se aprecia que un 63% de los productores asociados, manifiestan que están de acuerdo con trabajar en sociedad, además, conocen bien los beneficios de la estrategia asociativa, estos son, genera mayores beneficios comerciales, poseen mayor poder de negociación, tienen mayor acceso a capacitaciones y experiencias, mejor infraestructura productiva, acceso a mejores alternativas de crédito, tienen mayores ingresos y mejor calidad de vida. Sin embargo, nos indican que no se estaría usando adecuadamente esta herramienta, haciendo uso de la agrupación tan solo para acceder a fondos concursables para el beneficio de unos pocos socios.

En la Figura 9, se muestran los resultados obtenidos en cuanto a predisposición y conocimiento de los beneficios de la asociatividad de productores no asociados de derivados lácteos de la comunidad de Satica

Figura 9

Predisposición y conocimiento de los beneficios de la asociatividad en productores no asociados de derivados lácteos.



En la Figura 9, se aprecia que un 58% de los productores no asociados, manifiestan que les gustaría formar asociaciones para obtener mejores resultados y beneficios en la producción y comercialización de derivados lácteos. Además, conocen bien los beneficios de la estrategia asociativa, mejor poder de negociación, acceso a capacitaciones y experiencias, mejor infraestructura productiva, acceso a mejores alternativas de crédito, mejores ingreso y calidad de vida, etc.

4.2. Niveles de Asociatividad de los Productores de Derivados Lácteos

La Figura 10, representa los resultados obtenidos de los niveles de asociatividad de los productores asociados de derivados lácteos de la comunidad de Saticá. Nos da a conocer la predisposición y capacidad de emprendimiento, capacidad productiva y cuán de acuerdo están con los objetivos y beneficios de una asociación.

identificaron dos componentes menos destacados en todos los casos estudiados que son el productivo – tecnológico y la orientación al mercado.

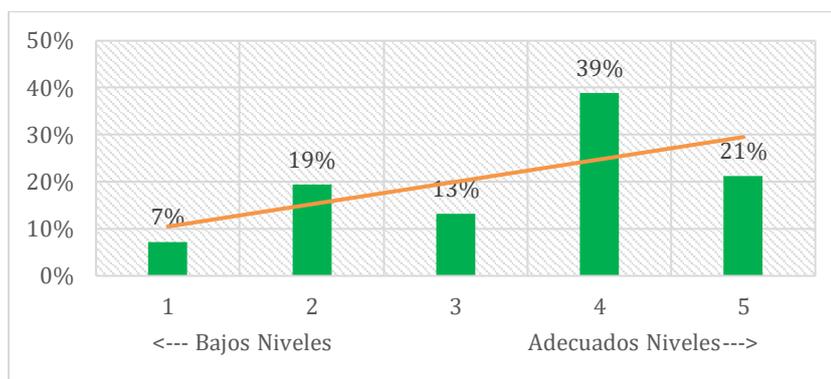
Los resultados obtenidos en la presente investigación nos muestran que existe buena predisposición de formar asociaciones a pesar de haber tenido malas experiencias en el pasado, esto se corrobora con la investigación realizada por Ferrando (2014), quien manifiesta que los factores que favorecen los deseos de asociatividad de los pequeños productores son la costumbre de trabajo comunal, mejores beneficios económicos, optimización de la calidad del producto, acceso a mercados, capacitación en recursos financieros y reducción de costos. La eficiencia de la cadena de valor se incrementa lo cual indica que conjuntamente poseen capacidades que son ventajas competitivas significativas. Los factores que dificultan la asociatividad de los pequeños productores agropecuarios son la desconfianza, desconocimiento de formas de asociatividad, esperanza de ayuda del gobierno y rechazo de la asociatividad.

Para la fiabilidad de los resultados obtenidos se utilizó el coeficiente del alfa de Cronbach, para el nivel de asociatividad de los productores asociados de derivados lácteos se obtuvo un alfa igual a 0.80 (Ver anexo 5) valor considerado aceptable. Por lo tanto, se cumple con la fiabilidad por consistencia interna.

La Figura 11, representa los resultados obtenidos de los niveles de asociatividad de los productores no asociados de derivados lácteos de la comunidad de Satoca. nos da a conocer la predisposición y capacidad de emprendimiento, capacidad productiva y cuán de acuerdo están con la necesidad y deseo de formar asociaciones para obtener mejores resultados y beneficios en la producción y comercialización de derivados lácteos.

Figura 11

Niveles de asociatividad de los productores no asociados de derivados lácteos.



En la Figura 11, se evidencia una mayoría (60%) con predisposición y capacidad emprendedora, cuentan con regular a deficiente capacidad productiva, además, están convencidos que las asociaciones tienen mejores beneficios. Sin embargo, esta herramienta no estaría siendo bien utilizada. La mayoría de las personas que ya habrían trabajado en asociación, no refieren buenas experiencias ni mejores resultados, debido a problemas relacionados a rivalidad e incomprensión entre socios, desacuerdo, individualismo, etc. Algunos productores de derivados lácteos están logrando mejores resultados trabajando de manera individual, pero no descartan la idea de formar asociaciones con personas responsables que compartan sus mismos valores e ideales. En general la tendencia para la asociatividad, para productores asociados y no asociados, es positiva, se trata de personas trabajadoras, emprendedoras y poco conformistas.

La baja capacidad para agruparse no es exclusiva de esta zona, sino que se trata de un problema generalizado en muchos lugares. De acuerdo a Terrazas et al. (2019), afirman que la causa de la baja capacidad de asociación se debe a las malas experiencias con pasadas agrupaciones y a la costumbre de trabajar de manera individual, razones que indican como principales por lo que se hace difícil asociarse para trabajar, privándose de los indiscutibles beneficios de formar asociaciones muy bien gestionadas. Además, sugiere que esto no debe ser un obstáculo para que de forma multidisciplinaria las organizaciones gubernamentales y no

gubernamentales, a través de programas estructurados puedan influir de manera positiva en la organización de grupos de productores rurales, pudiendo comenzar con una evaluación de las capacidades asociativas y del capital social del grupo, además, que la integración sea organizada por factores internos y externos, tratando de maximizar los valores que favorecen la asociatividad como son la confianza, el compromiso, la cooperación, la comunicación y el liderazgo.

Para la fiabilidad de los resultados obtenidos se utilizó el coeficiente del alfa de Cronbach, para el nivel de asociatividad de los productores no asociados de derivados lácteos se obtuvo un alfa igual a 0.76 (Ver anexo 6) valor considerado aceptable. Por lo tanto, se cumple con la fiabilidad por consistencia interna.

4.3. Formas de comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Cangallo

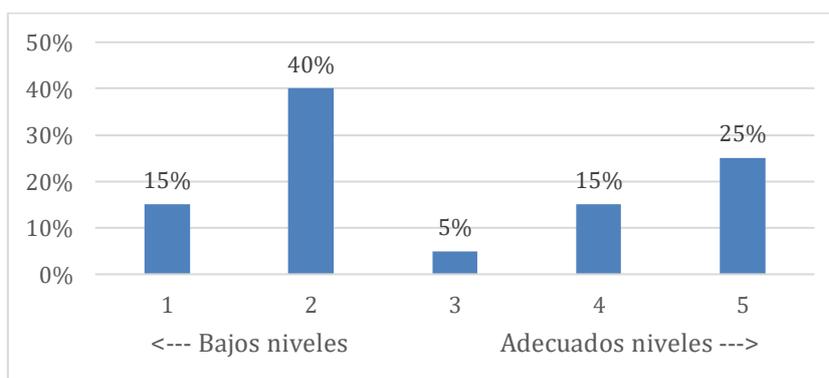
El canal de comercialización de los productores de derivados lácteos encuestados es productor – intermediario y consumidora final.

Se evaluó las formas de comercialización de los derivados lácteos considerando los niveles de producción, precio y mercado de queso fresco y yogurt.

En la Figura 12, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de producción de productores asociados de derivados lácteos en la comunidad de Satica.

Figura 12

Niveles de producción de productores asociados de derivados lácteos.

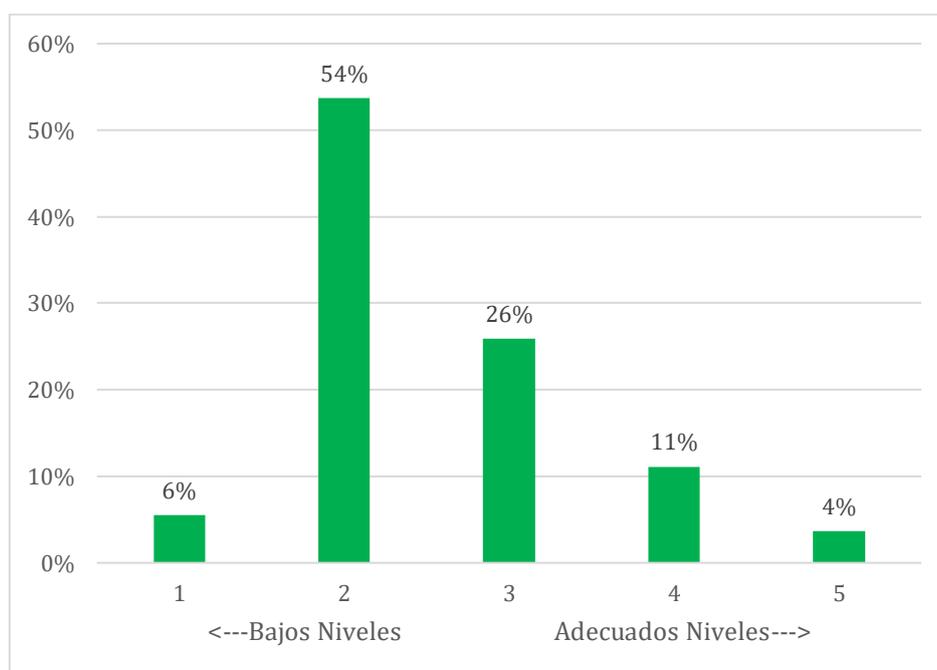


En la Figura 12, se aprecia que un 55% de los productores asociados, manifiestan que sus niveles de producción son inadecuados para el mercado. No están produciendo en cantidad y calidad, no tienen acceso a mejores tecnologías productivas, tienen pocas líneas de productos, en general no han logrado mejorar su proceso productivo a pesar de formar parte de asociaciones.

En la Figura 13, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de producción de productores no asociados de derivados lácteos, en la comunidad de Saticá.

Figura 13

Niveles de producción de productores no asociados de derivados lácteos.

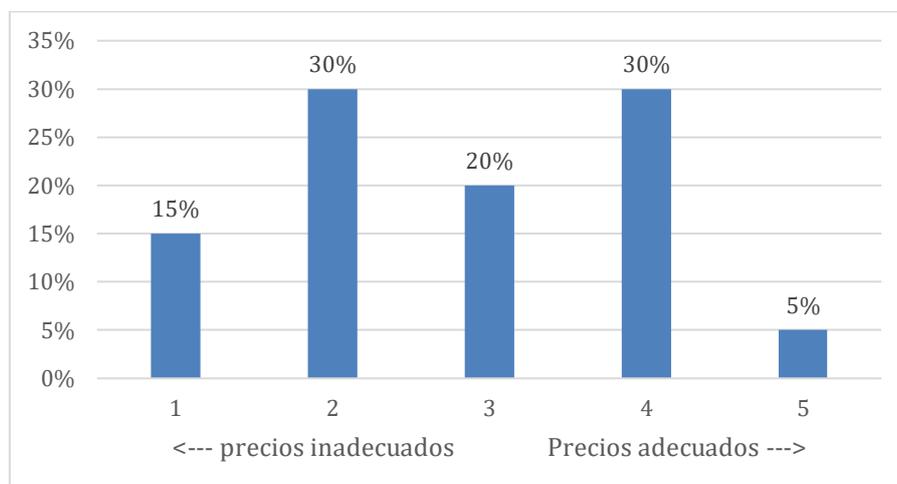


La Figura 13, se aprecia que un 60% de los productores no asociados, manifiestan que, sus niveles de producción no son adecuados para el mercado. No llegan a produciendo la cantidad y calidad que el mercado requiere, reducidas líneas de productos, en general no han logrado mejorar su proceso productivo trabajando de forma individual.

En la Figura 14, se muestran los resultados obtenidos de niveles de precios de derivados lácteos que obtiene los productores asociados, en la comunidad de Saticá.

Figura 14

Niveles de precios de derivados lácteos, obtenidos por productores asociados.

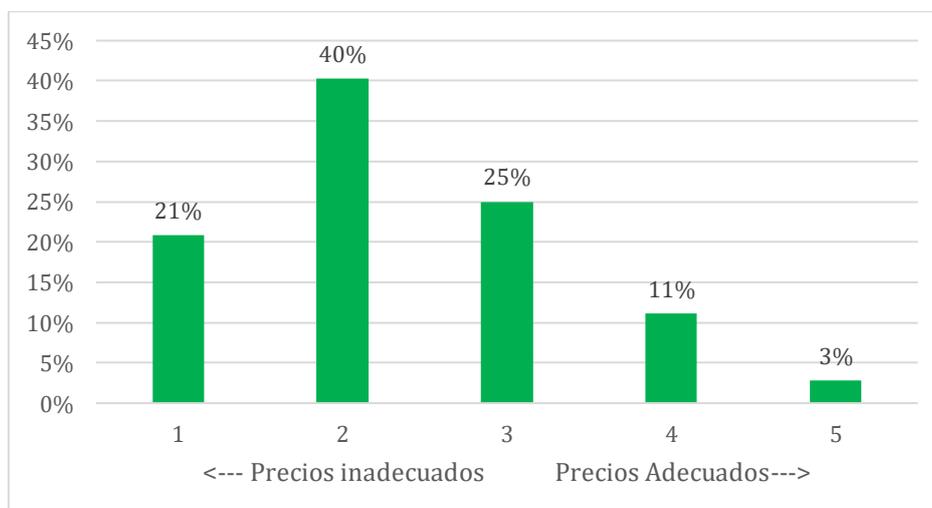


En la Figura 14, se aprecia que un 45% de los productores asociados, revelan que a través de la asociación en la que vienen trabajando no obtienen mejores precios para sus productos, no tienen mejor poder de negociación frente a los clientes, tampoco fijan precios adecuados para sus productos y mucho menos son competitivos.

En la figura 14, se muestran los resultados obtenidos de niveles de precios de derivados lácteos que obtienen los productores no asociados, en la comunidad de Saticá.

Figura 15

Niveles de precios de derivados lácteos, obtenidos por productores no asociados.

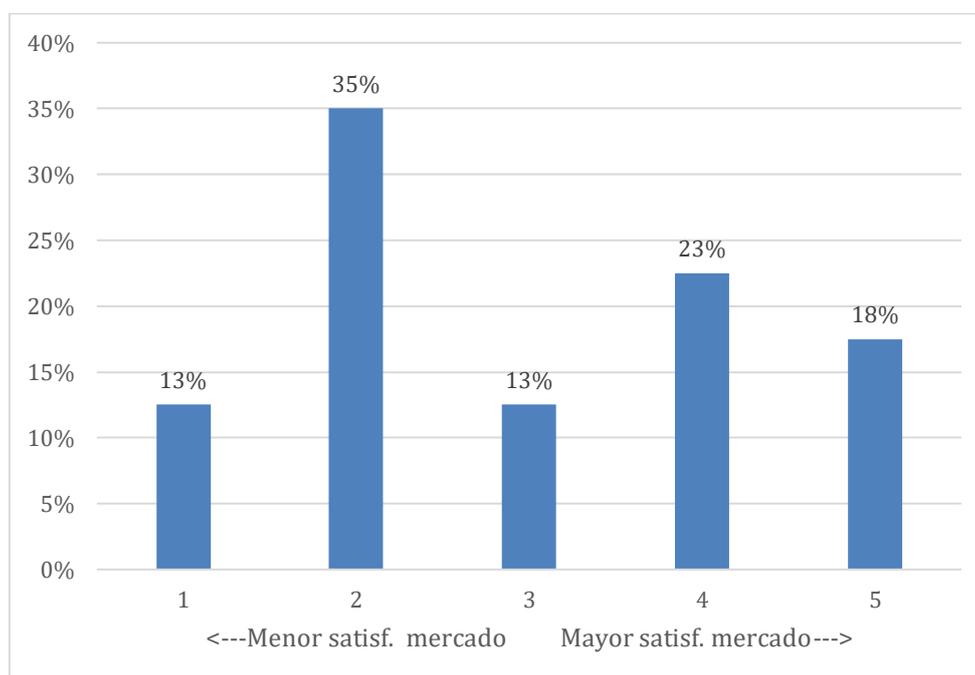


En la figura 15, se puede apreciar que un 61% de los productores no asociados, manifiestan que trabajando de manera individual no logran precios justos para sus productos, no pueden fijar el precio de sus productos y son poco competitivos.

En la Figura 16, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de satisfacción de mercado por productores asociados de derivados lácteos en la comunidad de Satuca.

Figura 16

Niveles de satisfacción de mercado por productores asociados de derivados lácteos.

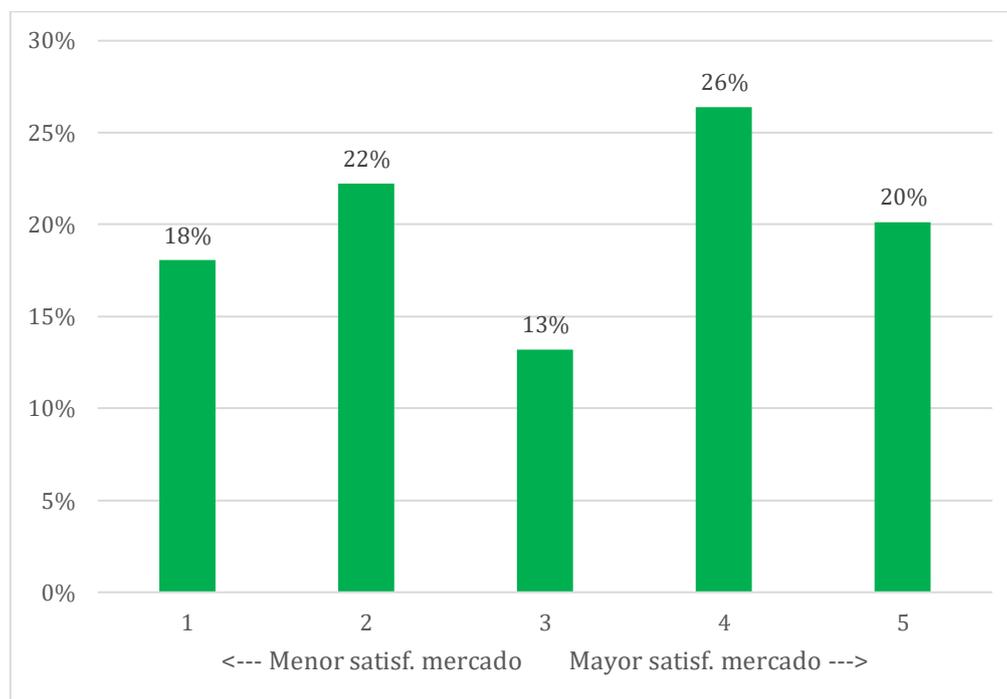


En la figura 16, se aprecia que un 48% de los productores asociados, consideran que no satisfacen las necesidades y exigencias del mercado. No se obtienen productos con mejores presentaciones y más agradables al consumidor, no se garantiza calidad, cantidad ni continuidad del producto al mercado; no se ha logrado ingresar a nuevos mercados, no se realiza investigación de mercado, no se reducen problemas con intermediarios y/o clientes, y no se ha podido mejorar el poder de negociación en el mercado.

En la Figura 17, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de satisfacción de mercado por productores no asociados de derivados lácteos, en la comunidad de Satuca.

Figura 17

Niveles de satisfacción de mercado por productores no asociados de derivados lácteos.



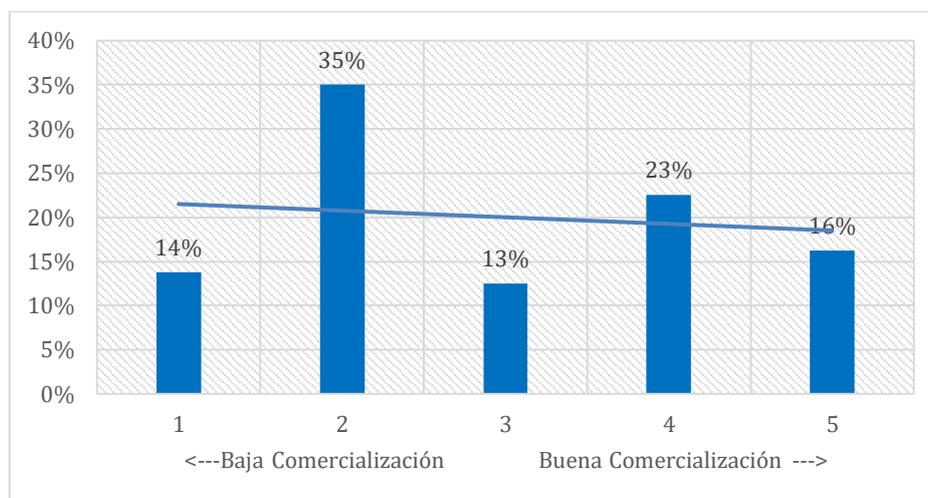
En la Figura 17, se muestra que un 46% de los productores no asociados, afirman que satisfacen correctamente las necesidades y exigencias del mercado. Sostienen que la presentación de su producto es adecuada, consideran que producen calidad, cantidad y pueden mantener continuidad al mercado; indican que necesitan nuevos mercados para lo cual requieren realizar investigación de mercado, también llegan a ofrecer sus productos directamente al consumidor final, evitan problemas con intermediarios, los consumidores están contentos con el producto obtenido.

4.4. Niveles de Comercialización de los Derivados Lácteos

La Figura 18, representa los resultados obtenidos de los niveles de comercialización para productores asociados de derivados lácteos, en la comunidad de Satoca. Nos da a conocer que tan de acuerdo están los encuestados que a través de la asociatividad se mejora los niveles de producción, se establecen mejores precios para los productos y se satisface mejor las exigencias del mercado.

Figura 18

Niveles de comercialización por productores asociados de derivados lácteos.



En la Figura 18, se evidencia una mayoría (49%) que manifiestan que, a pesar de formar parte de una asociación de productores, sus niveles de producción no son satisfactorios, los precios son inadecuados para los productos queso fresco - yogurt y satisfacen deficientemente el mercado. En general la tendencia para la comercialización por productores asociados es ligeramente negativa, lo que nos sugiere bajos niveles de comercialización de derivados lácteos.

Según Acevedo & Múnera (2020), manifiestan las dificultades que afrontan los productores agropecuarios que parte de la forma de comercialización de sus productos evitando desplazamientos costosos y fletes, además, tener que enfrentarse a mayoristas que algunos consideran irrespetuosos y vivaces, abusadores y dominantes. En estas circunstancias prefieren vender a intermediarios en las plazas de los pueblos donde negocian a precios por debajo de lo justo. Este sistema de ventas donde el campesino tiene una gran desventaja competitiva es el dominante en muchos países, sostiene. En la misma investigación sugiere, para superar las debilidades de los campesinos en la compra de insumos y comercialización de sus productos, es necesario crear empresas asociativas especializadas en temas de mercado de productos exclusivamente agropecuarios, que

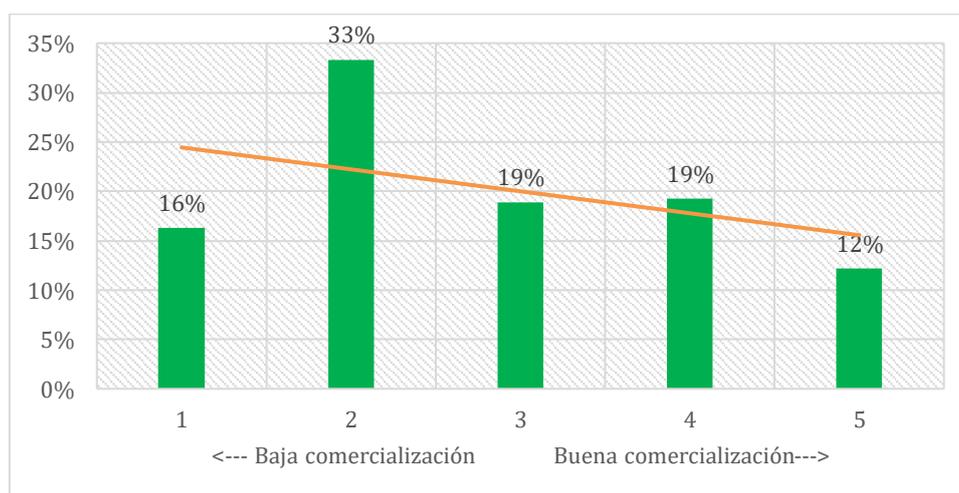
presente todas las líneas de productos de tal forma que permita la participación de todos o la mayoría de productores y sus respectivas asociaciones y podría ayudar a grandes grupos de productores a lograr garantía de compra y precios justos para sus productos, mediante organizaciones con alto volumen de operaciones que les permita ser sostenibles en el tiempo y competitivas financieramente.

El alfa de Cronbach obtenido para, los niveles de comercialización por productores asociado de derivados lácteos es 0.96 (ver anexo 7) valor considerado como excelente. Por lo tanto, se cumple con la fiabilidad por consistencia interna.

La Figura 19, representa los resultados obtenidos de los niveles de comercialización para productores no asociados de derivados lácteos, en la comunidad de Satoca. nos da a conocer que tan de acuerdo están que trabajando sin asociarse se logra mejores resultados en los niveles de producción, se establecen mejores precios para los productos y se satisface mejor las necesidades y exigencias del mercado.

Figura 19

Niveles de comercialización por productores no asociados de derivados lácteos.



En la Figura 19, se evidencia una mayoría (49%) que sostienen que, trabajando de forma individual, no alcanzan niveles satisfactorios para la producción, los precios son inadecuados para los productos queso fresco - yogurt y satisfacen el mercado de regular a

buena. En general la tendencia para la comercialización por productores no asociados es negativa, lo que nos sugiere bajos niveles de comercialización de derivados lácteos.

La mayor parte de la producción en asociados y no asociados es de forma artesanal, sin uso de infraestructura adecuada de elaboración de queso y/o yogurt, recaen en elevados costos de producción, el precio generalmente lo establece el intermediario. No se evidenció que alguno venga entregando a centros comerciales o centros de distribución autorizada ya que ninguno cuenta con registro sanitario. Además, podemos mencionar que no realizan ningún tipo de promoción del producto por parte de los productores, tan solo se limita a actividades de los municipios que tratan de promocionar como zona productora de queso fresco y yogurt. No se evidenció algún tipo de contrato entre productor - comprador, y los pagos normalmente son en efectivo.

Lo cual se puede reforzar con la publicación de Venegas & Álvares (2014), quienes sostienen que de poco sirve elevar los rendimientos de un determinado producto si la carencia de infraestructura adecuada, información o arreglos institucionales impiden que el productor obtenga un mayor valor por la venta adecuado de su producto, al tener que desafiar mercados poco competitivos. Por otro lado, la actividad agrícola individual se caracteriza por que el productor mercadea un escaso volumen de producción, resultados de altos costos de producción por las deficientes vías de acceso y falta de infraestructura adecuada de producción.

El alfa de Cronbach obtenido para, los niveles de comercialización por productores no asociado de derivados lácteos es 0.80 (Ver anexo 8) valor considerado como aceptable. Por lo tanto, se cumple con la fiabilidad por consistencia interna.

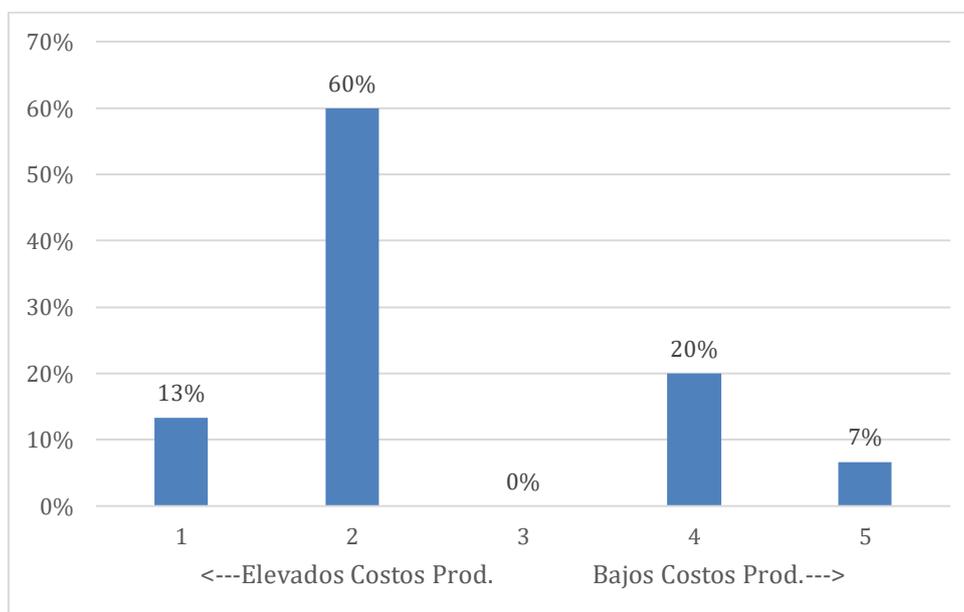
4.5. Rentabilidad en la Comercialización de los Derivados Lácteos (Queso Fresco y Yogurt) en la Comunidad de Satica, Cangallo

Se evaluó la rentabilidad de los productores en la comercialización de los derivados lácteos considerando los costos de producción e ingresos

En la Figura 20 y 21, se muestran los resultados obtenidos de los costos de producción de los productores asociados y no asociados de derivados lácteos, respectivamente.

Figura 20

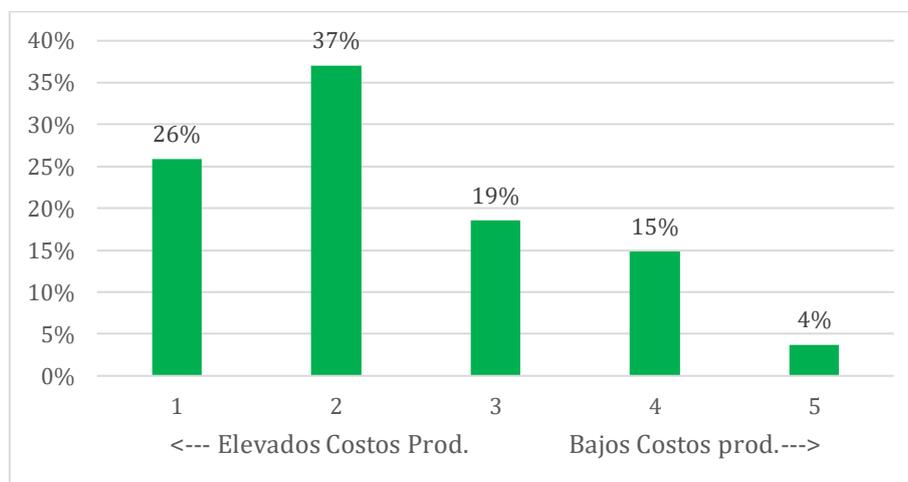
Costos de producción de derivados lácteos para productores asociados.



En la Figura 20, se aprecia que un 73% de los productores asociados, manifiestan que pertenecer a una asociación, no reduce significativamente los costos de producción, no significa mayor poder de negociación con proveedores y tampoco asegura que puedan acceder a recurso y materia primas a bajos costos.

Figura 21

Costos de producción de derivados lácteos para productores no asociados.



En la Figura 21, se aprecia que un 63% de los productores no asociados, aseguran que de forma individual no es posible reducir significativamente los costos de producción y que no tienen poder para negociar los precios de los insumos con sus proveedores.

En la Tabla 2, se muestran los resultados obtenidos de la determinación del costo unitario de queso fresco, en la comunidad de Satuca-Cangallo.

Tabla 2

Costos de producción de queso fresco

Queso fresco: 15 Unidades por día				
	Unidad	Cantidad	Precio Unit. S/.	Parcial S/.
Leche	L	100.00	1.55	155.00
Sal	Kg.	1.00	1.50	1.50
Cuajo	Sobre	1.00	1.00	1.00
Moldes	Und	15.00	0.14	2.08
Utensilios	Global	15.00	0.08	1.25
Mano de obra	Jornal	0.50	60.00	30.00
Gastos Administrativos				
Agua/Día	m3	1	0.10	0.10
Luz/Día	kWh	1	1.00	1.00
Costo total S/.				191.93
Costo Unitario S/.				12.80

Nota: Los precios son a la fecha del 01 de agosto del 2023.

En la Tabla 3, se muestran los resultados obtenidos de la determinación del costo unitario de 1 litro de yogurt, en la comunidad de Satuca-Cangallo.

Tabla 3*Costos de producción de yogurt*

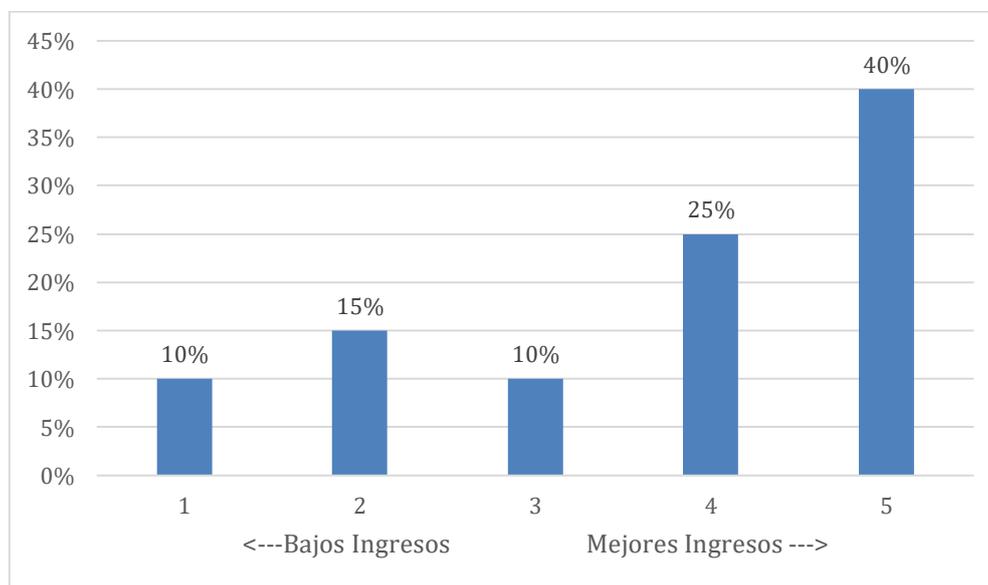
Yogurt batido: 100 Litros por semana				
	Unidad	Cantidad	Precio Unit. (S/.)	Parcial (S/.)
Leche	L	100	1.55	155.00
Azúcar	Kg.	10	4.3	43.00
Saborizante - Colorante	L	0.04	100	4.00
Cultivo Lácteo	Kg.	0.032	58	1.86
Gas/Leña	Global	0.25	60	15.00
Envases	Und	100	1.1	110.00
Etiqueta	Und	100	0.15	15.00
Mano de obra	Jornal	3	60	180.00
Gastos Administrativos				
Agua/Semana	m3	1	0.75	0.75
Luz/Semana	kWh	1	1.00	1.00
Costo total S/.				525.61
Costo Unitario S/.				5.26

Nota: Los precios son a la fecha del 01 de agosto del 2023.

En la Figura 22, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de ingresos de los productores asociados de derivados lácteos en la comunidad de Satica, Cangallo.

Figura 22

Niveles de ingresos de los productores asociados de derivados lácteos .

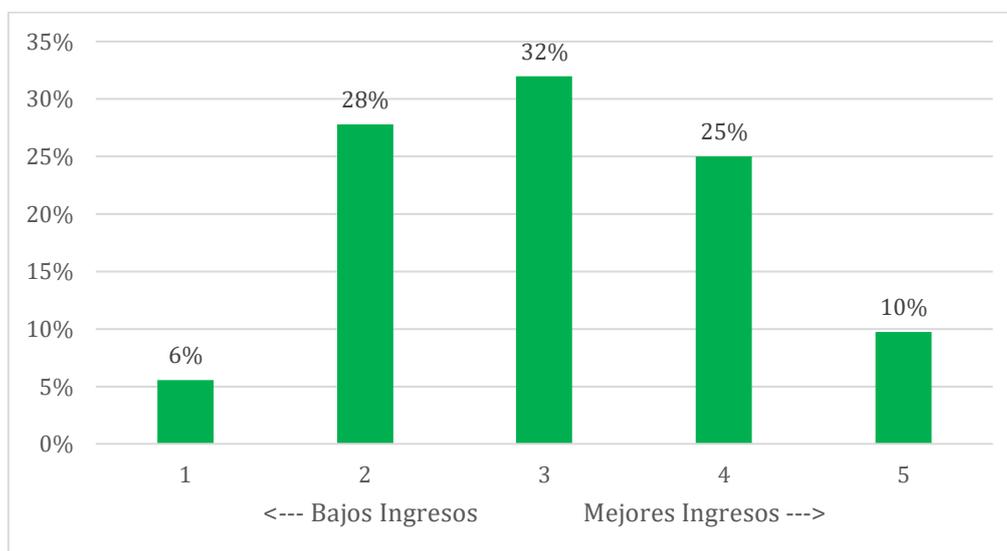


En la Figura 22, se aprecia que un 65% de los productores asociados, consideran que tienen mejores ingresos, debido a la rentabilidad del negocio de derivados lácteos, también aseguran que tienen acceso a adecuados y amigables fuentes de financiamiento, además, vende sus productos en menor tiempo.

En la Figura 23, se muestran los resultados obtenidos de los niveles de ingresos de los productores no asociados de derivados lácteos en la comunidad de Satica-Cangallo.

Figura 23

Niveles de ingresos de los productores no asociados de derivados lácteos.



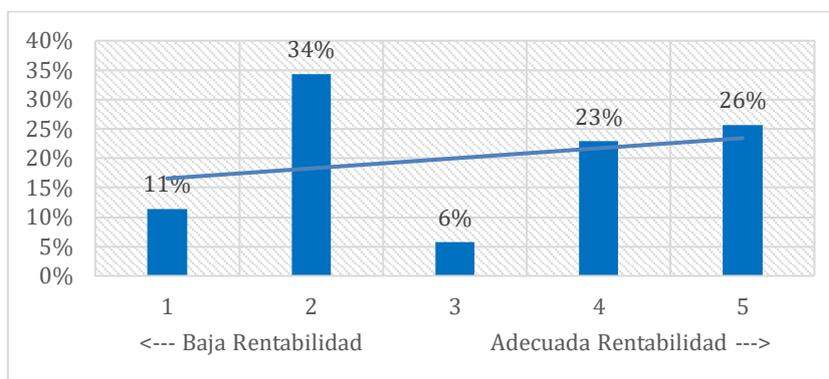
En la Figura 23, se aprecia resultados muy distribuidos, sin embargo, un 35% que es la mayoría, consideran que sus ingresos y su calidad de vida son adecuados, debido a la rentabilidad del negocio de derivados lácteos, también aseguran que tienen acceso a adecuados y amigables fuentes de financiamiento, además, vende sus productos en menor tiempo.

4.6. Niveles de Rentabilidad de los Derivados Lácteos

La Figura 24, representa los resultados obtenidos de los niveles de rentabilidad del negocio de los derivados lácteos para productores asociados de la comunidad de Satica. Nos da a conocer que tan de acuerdo están los encuestados con que a través de la asociatividad se bajan los costos de producción y se elevan los ingresos.

Figura 24

Niveles de rentabilidad del negocio de los derivados lácteos para productores asociados



En la Figura 24, se evidencia una mayoría (49%) que considera que a pesar de no tener bajos costos de producción la actividad estaría generando de regular a buenos ingresos. En general la tendencia para la rentabilidad es ligeramente positiva, lo que nos sugiere entre regular a buenos niveles de rentabilidad.

Según (Canchari, Carhuachin, & Gutierrez, 2017), uno de los factores principales que dificultan al modelo de asociatividad es el comportamiento oportunista de los socios; esta conducta tiene como principal característica que algunos socios con actitud oportunista llamados también “free rider” no asuman los costos y compromisos de asociarse, pero sí de aprovecharse de los beneficios. A esto podemos sumar el limitado y difícil acceso al sistema crediticio, la falta de confianza de los socios hacia los órganos de gobierno de la sociedad, debido a los múltiples casos de fracaso que se vienen suscitando y por último el limitado conocimiento de los socios con respecto a las funciones de los órganos de gobierno de la sociedad.

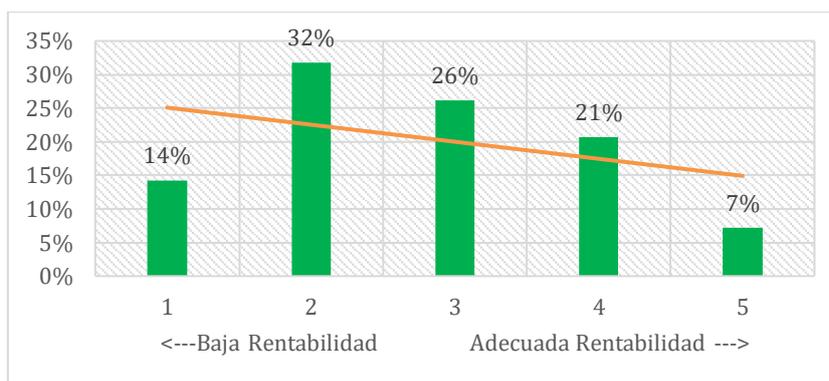
El alfa de Cronbach obtenido para los niveles de rentabilidad en productores asociados es 0.91 (Ver anexo 9) valor considerado como excelente. Por lo tanto, se cumple con la fiabilidad por consistencia interna.

La Figura 25, representa los resultados obtenidos de los niveles de rentabilidad del negocio de los derivados lácteos para productores no asociados de la comunidad de Satoca.

nos da a conocer que tan de acuerdo están los encuestados con que trabajando de manera individual se bajan los costos de producción y se elevan los ingresos de los productores.

Figura 25

Niveles de rentabilidad del negocio de los derivados lácteos para productores no asociados.



En la Figura 25, se evidencia una mayoría (46%) que considera que trabajando de forma individual no es posible reducir significativamente los costos de producción, esto se podría explicar por los elevados costos de los medios de producción y deficientes alternativas de crédito para personas naturales. Sin embargo, se verifica que algunos productores consideran regulares niveles de ingresos por la actividad. En general la tendencia para la rentabilidad en productores no asociados es negativa, lo que nos sugiere entre regular a bajos niveles de rentabilidad.

Es evidente que, si no se logra rentabilidad trabajando en sociedad, mucho menos se va lograr trabajando de manera individual a pesar de los esfuerzos por sobresalir como emprendedor, eso debido a que, en la comunidad de Satoca, Los Morochucos, Cangallo, no hay productor que posea grandes extensiones de terrenos agrícolas, no califican para créditos personales en consecuencia no poseen infraestructura adecuada para una producción de calidad y cantidad, y menos poseer un registro sanitario. Estas conclusiones pueden reafirmarse con la encontrada por (Restrepo, 2020), quien sostiene que la supervivencia y la sostenibilidad de los emprendedores rurales dependen en gran medida de los apoyos

externos, desde la generación de nuevas tecnologías en el medio y habilidades de producción apropiadas hasta el apoyo financiero y el acceso a fuentes de financiamiento, pasando por la comercialización y la gestión empresarial y más aun tratándose de un medio rural donde las dificultades superan a las urbanas.

El alfa de Cronbach obtenido para los niveles de rentabilidad en productores no asociados es 0.80 (Ver anexo 10) valor considerado como aceptable. Por lo tanto, se cumple con la fiabilidad por consistencia interna.

En la Tabla 4, se muestran los resultados obtenidos del flujo de caja de la producción y comercialización de queso fresco en Satica, para el caso de un productor que viene trabajando en asociatividad. Produce 100 litros de leche, valorizado en S/. 1.55 soles el litro, lo transforma en 15 unidades de queso fresco al día y vende a S/. 10.00 soles cada unidad, aproximadamente.

Tabla 4

Flujo de caja producción y comercialización de queso fresco – productor asociado

FLUJO DE CAJA: JUAN DE LA CRUZ CALDERON						
	MES 0	MES 1	MES 2	...	MES 11	MES 12
Ingresos	-	S/ 4,500.00	S/ 4,500.00	...	S/ 4,500.00	S/ 4,500.00
Egresos	-S/	-S/	-S/ 5,298.00	...	-S/	-S/ 5,298.00
	<u>5,280.00</u>	<u>5,298.00</u>			<u>5,298.00</u>	
Gastos directos		-S/	-S/ 5,275.00	...	-S/	-S/ 5,275.00
		5,275.00			5,275.00	
Gastos indirectos		-S/	-S/ 23.00	...	-S/	-S/ 23.00
		23.00			23.00	
Capital de Trabajo	-S/			...		S/ 100.00
	100.00					
Gastos pre operativos	S/	-		...		
Inversión activo fijo	-S/			...		
	5,280.00					
Saldo Antes de Imp.	-S/	-S/	-S/ 798.00	...	-S/	-S/ 798.00
	<u>5,280.00</u>	<u>798.00</u>			<u>798.00</u>	
Impuesto a la renta		S/	-	...	S/	-
F.C.	-S/	-S/	-S/ 798.00	...	-S/	-S/ 798.00
ECONOMICO	5,280.00	798.00			798.00	

Nota: Adaptado de Portguez (2005)

Conforme a la Resolución Ejecutiva Regional N°045-2022-GRA/GR (2023), que establece las bases del fondo concursable - PROCOMPITE, la tasa de interés referencial es

igual al COK=20%, por tratarse de un negocio sin apalancamiento, con lo cual tenemos los siguientes ratios financieros:

$$\text{VANE} = -\text{S/ } 8,822.49$$

$$\text{Rentabilidad} = -21.85\%$$

En la Tabla 4, se muestra resultado negativo para el VANE=-S/. 8,822.49, lo que significa que el negocio no es rentable, si se asigna un precio a la materia prima que producen los mismos productores y se valoriza la mano de obra. Podemos afirmar que vendiendo el kilo de queso fresco a S/. 10 soles, el negocio se torna no rentable. Sin embargo, los productores continúan el negocio porque es una forma de dar valor agregado a la leche que producen, materia prima que muchas veces no es valorizado, al igual que la mano de obra que invierten en la elaboración de los derivados lácteos.

En la Tabla 5, se muestran los resultados obtenidos del flujo de caja de la producción y comercialización de queso fresco en Satoca, para el caso de un productor que viene trabajando de forma individual. Compra 700 litros de leche, valorizado en S/.1.55 soles el litro para producir 85 unidades de queso fresco por día y vende a S/.16.00 soles cada uno aproximadamente.

Tabla 5

Flujo de caja producción y comercialización de queso fresco – productor no asociado

FLUJO DE CAJA: ANDERSON ROCA ARANGO						
	MES 0	MES 1	MES 2	...	MES 11	MES 12
Ingresos	-	S/ 40,800.00	S/ 40,800.00	...	S/ 40,800.00	S/ 40,800.00
Egresos	-S/ 33,200.00	-S/ 35,528.67	-S/ 35,528.67	...	-S/ 35,528.67	-S/ 35,528.67
Gastos directos		-S/ 35,341.67	-S/ 35,341.67	...	-S/ 35,341.67	-S/ 35,341.67
Gastos indirectos		-S/ 187.00	-S/ 187.00	...	-S/ 187.00	-S/ 187.00
Capital de Trabajo	-S/ 8,500.00			...		S/ 8,500.00
Gastos pre operativos	-S/ 1,200.00			...		
Inversión activo fijo	-S/ 32,000.00			...		

FLUJO DE CAJA: ANDERSON ROCA ARANGO						
	MES 0	MES 1	MES 2	...	MES 11	MES 12
Saldo Antes de Imp.	-S/ 33,200.00	S/ 5,271.33	S/ 5,271.33	...	S/ 5,271.33	S/ 5,271.33
Impuesto a la renta		S/ -	S/ -	...	S/ -	S/ -
F.C. ECONOMICO	-S/ 33,200.00	S/ 5,271.33	S/ 5,271.33	...	S/ 5,271.33	S/ 5,271.33
Préstamo	S/ 30,000.00			...		
Pagos contantes		-S/ 2,917.50	-S/ 2,917.50	...	-S/ 2,917.50	-S/ 2,917.50
F.C. FINANCIERO	-S/ 3,200.00	S/ 2,353.83	S/ 2,353.83	...	S/ 2,353.83	S/ 2,353.83

Nota: Adaptado de Portguez (2005)

De acuerdo con la Resolución Ejecutiva Regional N°045-2022-GRA/GR (2022), que establece las bases del fondo concursable - PROCOMPITE, para la evaluación de la rentabilidad financiera nos indica que se debe calcular el costo promedio de capital (CPPK o el WACC), siendo la valla de rentabilidad mínima a sobrepasar, por tratarse de un negocio con apalancamiento,

$$WACC = [D/(D+E)] * TEA \% * (1-IR) + [E/(D+E)] * COK$$

$$D \text{ (Deuda)} = 30,000.00$$

$$E \text{ (Aporte propio)} = 33,200.00$$

$$TEA \text{ (Caja Arequipa)} = 18\%$$

$$IR = 30\%$$

$$COK = 20\%$$

$$WACC = 16.53\%$$

Con lo cual tenemos los siguientes ratios financieros.

$$VANE = -S/. 6,396.79$$

$$VANF = S/. 8,768.56$$

$$TIR = 73\%$$

$$\text{Rentabilidad} = 25.04\%$$

En la Tabla 5, se muestran valor negativo para VANE= -S/. 6,396.79 y positivo para el VANF= S/. 8,768.56, lo que significa que el negocio es rentable a pesar de comprar la

materia prima de los productores aledaños y se valoriza la mano de obra que interviene en la actividad, mientras TIR (73%) mayor a la tasa de descuento (16.53%), por lo tanto, se recupera la inversión y se gana más de lo que se esperaba.

En la Tabla 6, se muestran los resultados obtenidos del flujo de caja de la producción y comercialización de yogurt en Satica, para el caso de un productor que viene trabajando en asociatividad. Produce 100 litros de leche a la semana, valorizado en S/.1.55 soles el litro para transformarlo en 100 unidades de yogurt por semana y vende a S/.6.00 soles cada uno aproximadamente.

Tabla 6

Flujo de caja producción y comercialización de yogurt – productor asociado

FLUJO DE CAJA: SAMUEL BERROCAL QUICAÑO						
	MES 0	MES 1	MES 2	...	MES 11	MES 12
Ingresos	-	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	...	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00
Egresos	-S/	-S/	-S/ 2,108.42	...	-S/	-S/ 2,108.42
	<u>2,110.00</u>	<u>2,108.42</u>			<u>2,108.42</u>	
Gastos directos		-S/	-S/ 2,095.42	...	-S/	-S/ 2,095.42
		2,095.42			2,095.42	
Gastos indirectos		-S/	-S/ 13.00	...	-S/	-S/ 13.00
		13.00			13.00	
Capital de Trabajo	-S/			...		S/ 200.00
	200.00					
Gastos pre operativos	S/	-		...		
Inversión activo fijo	-S/			...		
	2,110.00					
Saldo Antes de Imp.	-S/	S/ 291.58	S/ 291.58	...	S/ 291.58	S/ 291.58
	<u>2,110.00</u>					
Impuesto a la renta		S/	S/	...	S/	S/
		-	-		-	-
F.C. ECONOMICO	-S/	S/ 291.58	S/ 291.58	...	S/ 291.58	S/ 291.58
	<u>2,110.00</u>					

Nota: Adaptado de Portguez (2005)

Según la Resolución Ejecutiva Regional N°045-2022-GRA/GR (2023), que instituye las bases del fondo concursable - PROCOMPITE, la tasa de interés referencial es igual al COK=20%, por tratarse de un negocio sin apalancamiento, con lo cual tenemos los siguientes ratios financieros:

$$\text{VANE} = -\text{S/} . 815.63$$

$$\text{TIR} = 9\%$$

Rentabilidad es 14.15%

En la Tabla 6, se muestran resultado negativo para VANE=-S/. 815.63 lo que significa que el negocio no es rentable, comprando la materia prima y valorizando la mano de obra que interviene en la actividad. Por lo tanto, con el negocio de la elaboración y venta de yogurt no se logra recuperar la inversión y se gana menos de lo que se esperaba ya que el TIR (9%) es menor que la tasa de descuento (20%).

Conclusiones

Los productores de derivados lácteos (queso fresco y yogurt) de la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, vienen trabajando en asociatividad y de forma individual, en ambos, se aprecia una mayoría con predisposición y capacidad emprendedora, asimismo, entre regular a deficiente capacidad productiva, además, están conscientes de los beneficios de la asociatividad. En general la tendencia para la asociatividad, para productores asociados y no asociados, es positiva, se trata de personas trabajadoras, emprendedoras y poco conformistas.

El canal de comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) es productor asociado y no asociado – intermediario – consumidor final, en todos los casos evaluados, en el cual se muestran niveles no satisfactorios para la producción y precios inadecuados. Los productores que trabaja de manera individual satisfacen, las necesidades y exigencias del mercado, de regular a bueno, con respecto a los productores que trabajan en sociedad, quienes satisfacen, deficientemente. En general la tendencia para la comercialización es negativa para asociados y no asociados, debido a que ambos grupos producen y comercializan de la misma forma, lo cual nos indica bajos niveles de comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt).

La estrategia asociativa no estaría reduciendo significativamente los costos de producción, pero la actividad estaría generando de regular a buenos ingresos para asociados. De forma individual no es posibles reducir significativamente los costos de producción, sin embargo, se verifica regulares niveles de ingresos. Finalmente, la línea de tendencia para productores asociados es ligeramente positiva, lo cual nos sugiere de regular a buenos niveles de rentabilidad, sin embargo, la línea de tendencia para productores no asociadas es negativa lo cual nos indica bajos niveles de rentabilidad.

Un kilo de queso fresco cuesta producir S/. 12.8 soles y S/. 5.26 el litro de yogurt. El kilo de queso fresco se vende entre S/.10 a S/.12 soles y entre S/.6 a S/.7 soles el litro de yogurt. Esto explica la confusión en los productores que sostiene rentabilidad positiva, ya que ninguno pone precio a la materia prima que producen y a la mano de obra que aportan a diario.

En la producción de queso fresco donde, se valorizan la mano de obra y la materia prima, y se vende el producto final a precios inadecuados (S/.10.00) el VANE=-S/. 8,822.49 la rentabilidad es negativa -21.85%, el negocio no es rentable, debido a que los costos unitarios de producción están por encima del precio de venta.

En la producción de queso fresco donde, se valorizan la mano de obra y la materia prima, y se vende el producto final a precios adecuados (S/.16.00) el VANE=-S/. 6,396.79, VANF=S/. 8,768.56 y TIR=73%, rentabilidad 25.04%, el negocio es rentable.

En la producción de yogurt donde se valorizan la materia prima y la mano de obra luego se vende a precios ligeramente superior (S/.6.00) al costo unitario de producción (S/.5.26) el VANE=-S/. 815.63 y TIR=9%, con el negocio no se recupera la inversión y se gana menos de lo esperado.

Aportes

En este trabajo de tesis se han afrontados diferentes aspectos claves del proceso productivo de derivados lácteos en la comunidad de satuca, destinado a ofrecer contribuciones sobre una materia en específico, la asociatividad como herramienta de mejora en el proceso productivo, sin embargo, esto no podría tener fin, ya que cualquiera de los aspectos constituyentes de la mencionada materia siempre podría ser susceptible a un mejor estudio.

Aclarado los alcances, la investigación pasa a formar parte de las bases y referencias para futuros estudios relacionados con los agronegocios y las sociedades rurales, ya que se han identificado los principales factores que no permiten que los programas de fondos concursables no retornables, presentes en la zona de estudio, cumplan con los objetivos para los cuales fueron diseñados, los cuales buscan elevar la competitividad de la producción agrícola y en consecuencia el desarrollo económico de la de las sociedades comerciales. Quedando expuesto que no hay diferencia en los procesos productivos de personas asociados beneficiarios de programas del gobierno y no asociados, claramente se evidencia serias fallas en los resultados de los programas estatales. El estudio muestra y analiza diferentes indicadores claves en las cuales sería necesario hacer investigación y propuestas de mejora, todos ellos componentes del proceso productivo a tener en cuenta al momento de plantear políticas públicas y planes como Agro Rural, Agroideas, Procompite, Sierra Azul y Haku Wiñay, que han sido gestados en el sector agropecuario en relación con la agricultura familiar.

Recomendaciones

Las asociaciones de productores de derivados lácteos de Satica deben gestionar talleres de capacitación sobre temas de asociatividad y comercialización, con la finalidad de utilizar todas las herramientas de la estrategia asociativa y obtener mejores resultados y beneficios.

Los productores de derivados lácteos no asociados deben empezar a trabajar en asociatividad con personas que compartan sus mismos ideales y valores, seleccionando mejor a los integrantes de acuerdo con sus propias experiencias y no dejar pasar todos los beneficios que viene con la estrategia asociativa.

Los productores de queso fresco y yogurt de la comunidad de Satica deben trabajar en mejorar la infraestructura productiva, la presentación y calidad de sus productos, contar con registro sanitario que garantice la salubridad de los consumidores y genere confianza, generar valor agregado, comprendiendo que es necesario sacar más líneas de productos de queso fresco y yogurt en diferentes presentaciones y sabores. Además, trabajar en el marketing de sus productos a través de todos los medios disponibles.

Por último, las asociaciones deben fortalecer su capital social, factor importante para que toda sociedad funcione y consecuentemente se logre los beneficios tan deseados.

Referencias Bibliográficas

- Acevedo, G., & Múnera, R. (20 de Noviembre de 2020). Aproximación a un sistema asociativo de comercialización para productos agrarios de pequeños y medianos productores. *Revista Lasallista de Investigación, Vol. 17 N° 2*. doi:DOI: 10.22507/rli.v17n2a12
- Agencia Agraria de Noticias. (19 de Abril de 2021). <https://agraria.pe/noticias>. Obtenido de <https://agraria.pe>: www.agraria.pe
- Banco Central de Reserva del Perú. (Noviembre de 2022). <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/2022/presentacion-ayacucho-09-2022.pdf>. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe>
- Barreto, J. A., & Fajardo, O. P. (01 de Diciembre de 2017). Asociatividad como estrategia para el crecimiento de las empresas productoras de leche en Colombia. *Estrategia Organizacional UNAD*, 7(1), 67-85.
- Canal Díaz, N. (01 de Diciembre de 2006). *Revistaseden*. Obtenido de Técnicas de Muestreo. Sesgos más frecuentes: <https://www.revistaseden.org>
- Canchari, E., Carhuachin, M., & Gutierrez, E. (2017). *Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetaleras del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible*. Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicada, Facultad de Negocios, Lima. doi:<http://hdl.handle.net/10757/621865>
- Carbajal Flores, V. F. (2017). *Plan de negocios mejoramiento de producción y comercialización de quesos (frescos, paria y madurados) en la asociación de productores agroindustriales emprendedores de Puyusca - Incuayo en la provincia de Parinacochas- Región Ayacucho para su inserción al .* Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.

- Carranza Mejía, G., & Llatas Romero, E. (2016). *Proyecto de inversión para una planta de derivados lácteos en la ciudad de Cutervo*. Cutervo: Tesis.
- Chávez Tapia, S. (2008). *Proyecto de Cooperación UE-Perú / PENX*. Obtenido de Capacitación de Productores en los Beneficios de la Asociatividad: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_asociatividad/Curso%20Asociatividad%20I%20-%20Asociatividad%2020080917.pdf
- Díaz Delgado, M. A. (2012). *Técnicas e instrumentos de investigación*. Obtenido de Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación: https://eduvirtual.cuc.edu.co/moodle/pluginfile.php/618544/mod_resource/content/1/T%C3%A9nicas%20y%20m%C3%A9todos%20inv.pdf
- Díaz Tarrillo, C. A., Bances Morales, L. A., & Nauca Torres, E. S. (30 de Mayo de 2020). Modelo de asociatividad para la comercialización de productos vacunos de centros poblados de zona Andina Peruana. *Epistemia*, 4(1), 10. Obtenido de <https://doi.org/10.26495/re.v4i1.1320>
- Educa Mundo. (11 de 04 de 2019). *Cómo llevar a cabo un análisis de la demanda del mercado sin complicaciones*. Obtenido de <https://www.educamundo.com.br/blog/an%C3%A1lise-demanda-mercado>
- El Heraldo. (15 de Julio de 2017). <https://www2.congreso.gob.pe/Sicr/Prensa/heraldo.nsf/CNtitulares2/1fae374f68e4f162052581560068e238/?OpenDocument>. Obtenido de El Heraldo: <https://www2.congreso.gob.pe>
- Enriquez Estrella, M. Á., & Montenegro Flores, K. I. (01 de Junio de 2020). Análisis de caso del modelo de gestión asociativo a nivel rural en acopio de frejol, en la comuna las

- Rocas Cantón Alausí, provincia de Chimborazo. *Economía y Negocios UTE*, 34-36.
Obtenido de <http://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios>
- Espinoza, D., Jáuregui, M., & Leveau, O. (2012). *Plan estratégico del sector lácteo de Cajamarca*. Surco - Lima: Tesis.
- Esquivel, J. C., Carbonelli, M., & Irrazabal, G. (2011). *Introducción al conocimiento científico y metodología de la investigación social*. Argentina, Argentina: Universidad Nacional Arturo Jauretche. Obtenido de <https://www.aacademica.org/gabriela.irrazabal/50>
- FAO. (2023). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Obtenido de Fondo para bosques y granjas: <https://www.fao.org/forest-farm-facility/resources/resources-detail/en/c/1205124/>
- Farez Fajardo, F. M. (2021). *Modelo de negocio que integre una efectiva cadena de suministros a fin de permitir la producción y comercialización de queso en la parroquia Baños, ciudad de Cuenca*. Cuenca - Ecuador.
- Ferrando, A. (18 de Setiembre de 2014). Asociatividad para Mejora de la Competitividad de Pequeños Productores Agrícolas. *Anales Científicos*, 76. doi:<http://dx.doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>
- Frederick, D. (Enero de 2018). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de Demanda de Mercado: <https://enciclopediaeconomica.com/demanda-de-mercado/>
- Gobierno Regional de Ayacucho. (12 de Junio de 2018). Estudio de Actualización Especializado del Estudio Diagnóstico y Zonificación Territorial Provincia de Cangallo. Ayacucho, Huamanga, Perú.
- GRA Ayacucho. (2022). *Bases Aclaradas de fondo Concursable Procompite Regional Ayacucho*. Gobierno Regional de Ayacucho, Ayacucho, Huamanga.

- Gutiérrez Aceves, L. O. (2014). *Modelo de comercialización para la producción de lácteos funcionales como factor de competitividad en las empresas Queretanas*. Santiago de Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Huerta Quintanilla, R. (30 de Noviembre de 2016). Brevísimo curso de microeconomía. *Ciencia Económica*(8). doi:10.22201/fe.24484962e.2016.v5n8.a2
- INEI. (2017). *Instituto Nacional de Estadística e Información. Directorio Nacional de Centros Poblados*. Lima.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA. (2018). *Asociativismo, modelos posibles y dificultades del relacionamiento*. Buenos Aires: IICA.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Pearson Education.
- Magnazo, C., & Orchansky, C. (2007). *Estrategias asociativas para micro y pequeñas empresas*. Argentina: Universidad de Córdoba.
- MINCETUR. (Diciembre de 2013). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Colección Promoviendo Exportación*. Obtenido de Asociatividad para el Comercio Exterior: www.mincetur.gob.pe
- Moya Espinoza, P. I. (2015). *Introducción a la Mercadotecnia*. Tunja - Colombia: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- OCLA. (24 de Abril de 2023). *Observatorio de la Cadena Láctea Argentina*. Obtenido de La Unión Europea y el mercado lácteo internacional: <https://www.ocla.org.ar/noticias/26292268-la-union-europea-y-el-mercado-lacteo-internacional>

- Pillaca, S., & Villanueva, M. (2015). Evaluación de la seguridad alimentaria y nutricional en familias del distrito de los Morochucos en Ayacucho, Perú. *Perú Med Exp Salud Pública*, 79.
- Pinto, A. (2017). El Caleidoscopio de la Competitividad. *Revista de la CEPAL*, 14.
- Portguez, A. (2005). *Análisis de la Competitividad y la Rentabilidad en la Agroexportación de la Arveja China (Pisum Sativum)*. Lima-Perú: Universidad Nacional Agraria la Molina.
- Prana Group. (27 de Octubre de 2020). *Prana*. Obtenido de <https://pranagroup.mx/blog/retribucion-para-tu-negocio/>
- Quillahuaman Mamani, D., & Carazas Sacaca, M. (2018). *La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo, Cusco*. Lima: Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- Quintana Peña, A. (2006). *Metodología de la Investigación Científica Cualitativa*. Universidades Nacional Mayor de San Marcos.
- Quispe Loayza, J. (2020). *Asociatividad empresarial de los criadores, productores de ganado vacuno lechero y derivados lácteos Santísima Trinidad del distrito de Urcos - Quispicanchi - Cusco*. Cusco: Universidad andina del Cusco.
- Quispe, L. (11 de Setiembre de 2023). *Noticias SER.PE*. Obtenido de <https://www.noticiasser.pe/autoridades-y-organizaciones-buscan-combatir-la-anemia-y-desnutricion>
- Real Academia Española. (2022). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/asociaci%C3%B3n?m=form>

- Restrepo, A. (2020). *Barreras del emprendimiento rural desde una perspectiva de género en el Oriente de Antioquia, Colombia*. Tesis, Universidad de Antioquia Facultad de Ciencias Agrarias Maestría en Agronegocios Medellín, Medellín.
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*(82), pp.179-200. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodríguez, H., Ramírez, C., & Restrepo, L. (Marzo de 2018). Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales. *Revista de Economía y Sociología Rural*, 56. doi:<https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560107>
- Rodríguez, J., & Reguant, M. (01 de 07 de 2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació - REIRE*, 13. doi:<https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rodríguez, R. (2009). *Comercialización con Canales de Distribución*. Struo Ediciones.
- Ruiz Perea, H. (2011). *Estudio sobre la posición competitiva del sector lácteo del distrito de Soritor- Alto Mayo, región San Martín*. Tarapoto - Perú: Tesis.
- Sagri Coral, A. (2014). *Introducción a la Mercadotecnia*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Salas Navarro, K., Obredor Baldovino, T., Gonzáles Laverde, G., & Mercado Caruso, N. (2018). Diseño de esquema de asociatividad para la cadena de suministro del Clúster Lácteo en el Departamento del Atlántico de Colombia. *Espacios*, 39(50), 11.
- Secretaría Económica. (2010). *Economía para Todos*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/economia-para-todos/abc-de-economia/competitividad/217-competitividad>
- Sistema de Información Sobre Comunidades Campesinas del Perú. (2016). *Sistema de Información Sobre Comunidades Campesinas del Perú (SICCAM)*. Lima: Tarea Asociación Gráfica Educativa.

- Tacas Paucar, A. (2023). *Diagnóstico situacional de los últimos 5 años (2018-2022) de la ganadería lechera, intervenidas por las instituciones públicas y privadas en la microcuenca de Alpachaca - Ayacucho*. UNSCH, Ayacucho. Huamanga: Escuela Profesional de Medicina Veterinaria. Obtenido de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1013>
- Tapia Castro, C. A. (2018). *Análisis de la asociatividad y su relación con el sector de productores lácteos del Cantón Tulcán*. Tulcán - Ecuador: Universidad Politécnica Estatal de Carchi. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/635>
- Terrazas, A., De la Garza, S., & Cruz, R. (04 de Noviembre de 2019). Las Organizaciones Rurales, Opciones para la Integración de los Pequeños Productores Rurales del Sector Agrícola en San Buenaventura, Cohauila. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 45, 14. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14162394002>
- Toro, Á. (09 de Febrero de 2022). *Escuela de Negocios y Dirección*. Obtenido de Business Review: <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/ratios-financieros-principales-tipos-como-aplicarlos/#:~:text=y%20el%20endeudamiento,-,RATIOS%20DE%20RENTABILIDAD,inversi%C3%B3n%20realizado%20para%20su%20obtenci%C3%B3n>.
- Vázquez, C., De Cos, A., & López, C. (2005). *Alimentación y Nutrición. Manual Teórico - Práctico*. Edigrafos.
- Vega Rodríguez, J. C. (2008). *Proyecto Cooperación UE-Perú / PENX*. Obtenido de Asociatividad: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf

Venegas, E., & Álvarez, J. (Diciembre de 2014). Desventajas competitivas en la producción y provisión de los mercados de flores de Santa Rosa y Piedra Liza. *Industrial Data*, Vol. 17(Nº2). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81640856008>

Anexos

Anexo 1

Matriz de consistencia

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODO DE INVESTIGACION
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera influye la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS ¿Cuál es la estrategia de asociatividad que vienen usando los productores en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos, queso fresco y leche, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho? ¿De qué manera comercializan los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, los productores de la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho? ¿Cuál es la rentabilidad en la comercialización de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, de los productores de la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Analizar la influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos, queso fresco y yogurt, en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS Analizar la estrategia de asociatividad que vienen adoptando los productores en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho. Analizar las formas de comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho. Analizar la rentabilidad en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL La asociatividad influye de manera significativa en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho.</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICAS La estrategia de asociatividad influye de manera significativa en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho. La forma de comercialización de derivados lácteos (queso fresco y yogurt) son adecuados en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho. La rentabilidad es positiva en la comercialización de los derivados lácteos (queso fresco y yogurt) en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, Región Ayacucho.</p>	<p>VARIABLE CAUSA X₁: Asociatividad</p> <p>Indicadores X₁₁: Capacidad emprendedora X₁₂: Conformismo X₁₃: Capacidad productiva X₁₄: Asociatividad</p> <p>VARIABLE EFECTO Y₁: Comercialización y rentabilidad</p> <p>Indicadores Y₁₁: Producción Y₁₂: Precio Y₁₃: Mercado Y₁₄: Costos Y₁₅: Ingresos</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo - Explicativo.</p> <p>DISEÑO No experimental, transversal.</p> <p>POBLACIÓN La población está compuesta por asociaciones de productores y productores individuales de la comunidad de Satica.</p> <p>MUESTRA La muestra está compuesta por asociaciones de productores y productores individuales de la comunidad de Satica.</p> <p>TECNICA muestreo no probabilístico por conveniencia con observación directa y recopilación de información.</p> <p>INSTRUMENTO Cuestionario de entrevista, ficha de observación.</p>

Anexo 2

Cuestionario para productores asociados

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho						
Indicador	En que escala está de acuerdo con las siguientes preguntas?	1	2	3	4	5
Capacidad emprendedora	Suele ir en búsqueda de oportunidades de negocio y aprovecharlas?					
	Suele planificar sus actividades comerciales y cumplir sus compromisos?					
	Se considera emprendedor, con actitud abierta a nuevas ideas, adaptable a los cambios?					
	Trabaja con disciplina, esforzándose para conseguir sus objetivos?					
	Considera que tiene actitud positiva y facilidad de comunicación con los demás?					
	Es comprensivo y objetivo con planteamientos de otras personas?					
Conformismo	Asume riesgos, cuando sea necesario para conseguir objetivos?					
	Suele ser exigente para obtener mejores resultados en sus actividades?					
	Suele ser persistente, y no se da por vencido con las dificultades?					
	Suele fijarse metas/objetivos a mediano y largo plazo?					
Capacidad productiva	Su proceso productivo es adecuado y competitivo?					
	Cuenta con personal adecuado para procesar y producir sus derivados lácteos?					
	Su tecnología e infraestructura es adecuada para producir?					
	Sus proveedores son adecuados?					
	Cumple con las medidas sanitarias en su producción?					
	Su producto cumple con las exigencias de los clientes?					
	Tiene en general las condiciones necesarias y adecuadas para producir?					
Asociatividad	Le gustaría agruparse con otros productores de derivados lácteos de su sector?					
	A través de la asociatividad y el trabajo en equipo, genera mayores beneficios comerciales?					
	A través de una asociación se tiene mayor poder de negociación?					
	A través de la asociatividad tiene mayor acceso a capacitaciones y experiencias?					
	A través de la asociatividad se puede mejorar la infraestructura productiva?					
	A través de la asociatividad se puede tener acceso a mejores alternativas de créditos?					
	La asociatividad permite generar mayores ingresos y mejorar la calidad de vida de los socios?					
Producción	A través de la asociatividad mejorar su producción en cantidad y calidad?					
	A través de la asociatividad se tiene acceso a mejores tecnologías productivas?					
	A través de la asociatividad se puede sacar más líneas de productos?					
	A través de la asociatividad se mejoran en general los procesos productivos?					
Precio	A través de una asociación puede obtener mejores precios para sus productos?					
	A través de la asociatividad se tiene mayor poder de negociación frente a los clientes?					
	A través de una asociación puede fijar precios adecuados de los productos que ofrece?					
	El precio del producto mejora la competitividad comercial?					
Mercado	Con la asociatividad se obtienen productos con mejores presentaciones y más agradables al consumidor?					
	Con la asociatividad se puede garantizar la calidad, cantidad y continuidad del producto en el mercado?					
	A través de la asociatividad se puede ingresar a nuevos y mejores mercados?					

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho						
Indicador	En que escala está de acuerdo con las siguientes preguntas?	1	2	3	4	5
	A través de la asociatividad se puede realizar investigación de mercados con mayor precisión?					
	A través de la asociatividad su producto puede llegar directamente al consumidor y evitar intermediarios?					
	A través de la asociatividad se reducen problemas con intermediarios y clientes?					
	A través de la asociatividad se puede satisfacer mejor al mercado?					
	Pertenecer a una asociación le permite mayor poder de negociación con clientes?					
Costos	Pertenecer a una asociación reduce los costos de producción?					
	Pertenecer a una asociación le permite mayor poder de negociación con proveedores?					
	Pertenecer a una asociación le permite acceder a recursos a bajos costos?					
Ingresos	Formar parte de una asociación mejora los ingresos?					
	La producción de derivados lácteos es rentable?					
	A través de una asociación accede a mejores fuentes de financiamiento?					
	La asociación le va permitir vender mayor volumen de su producción en menor tiempo?					

Anexo 3

Cuestionario para productores no asociados

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho						
Indicador	En que escala está de acuerdo con las siguientes preguntas?	1	2	3	4	5
Capacidad emprendedora	Suele ir en búsqueda de oportunidades de negocio y aprovecharlas?					
	Suele planificar sus actividades comerciales y cumplir sus compromisos?					
	Se considera emprendedor, con actitud abierta a nuevas ideas, adaptable a los cambios?					
	Trabaja con disciplina, esforzándose para conseguir sus objetivos?					
	Considera que tiene actitud positiva y facilidad de comunicación con los demás?					
	Es comprensivo y objetivo con planteamientos de otras personas?					
Conformismo	Asume riesgos, cuando sea necesario para conseguir objetivos?					
	Suele ser exigente para obtener mejores resultados en sus actividades?					
	Suele ser persistente, y no se da por vencido con las dificultades?					
	Suele fijarse metas/objetivos a mediano y largo plazo?					
Capacidad productiva	Su proceso productivo es adecuado y competitivo?					
	Cuenta con personal adecuado para procesar y producir sus derivados lácteos?					
	Su tecnología e infraestructura es adecuada para producir?					
	Sus proveedores son adecuados?					
	Cumple con las medidas sanitarias en su producción?					
	Su producto cumple con las exigencias de los clientes?					
	Tiene en general las condiciones necesarias y adecuadas para producir?					
Asociatividad	Le gustaría agruparse con otros productores de derivados lácteos de su sector?					
	Considera que su poder de negociación frente a proveedores y clientes es adecuada?					
	Considera que necesita capacitaciones y experiencias para producir?					
	Considera que necesita mejorar su infraestructura productiva?					
	Considera que tiene acceso a buenas alternativas de créditos?					
	Considera que sus ingresos y calidad de vida son adecuadas?					
Producción	Considera que la cantidad y calidad que produce son adecuados para el mercado?					
	Considera que necesita sacar más líneas de productos?					
	En general sus procesos productivos, son adecuados?					
Precio	Considera que sus productos son vendidos a precios justos?					
	Suele fijar el precio de su producto usted?					
	El cliente fija precios adecuados de acuerdo al mercado?					
	Ofrecer a bajos precios puede mejorar su competitividad?					
Mercado	La presentación de sus productos es adecuada, y agradable para el cliente?					
	Considera que produce calidad, cantidad y puede mantener continuidad a un mercado?					
	Considera que necesita nuevos y mejores mercados?					
	Necesita realizar investigación de mercado para seguir produciendo?					
	Llega a ofrecer sus productos directamente a los consumidores y evita intermediarios?					
	Tiene problemas con algunos intermediarios y/o clientes?					
	Los consumidores están contentos y no hacen reclamos?					
	Realiza contratos con sus compradores o clientes?					
Costos	Considera que los insumos y materias primas que usa, son baratos?					
	El precio de los insumos y materias primas los fija usted?					
	Comprando en mayor cantidad y frecuencia es posible que los proveedores bajen sus precios?					

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho						
Indicador	En que escala está de acuerdo con las siguientes preguntas?	1	2	3	4	5
Ingresos	Considera que sus ingresos son adecuados y tiene una calidad de vida adecuada?					
	La producción de derivados lácteos es rentable?					
	Las fuentes de financiamiento son adecuados y amigables?					
	Considera que vende su producción en menor tiempo?					

Anexo 4

Fichas de observación

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho			
Productor:			
Organización / Persona natural			
Observador:			
Fecha			
Producción	Unidad / Tiempo	Otro	Observación
Cantidad de leche entera producido			
Cantidad yogurt producido			
Cantidad queso producido			
Costos de producción queso	Unidad / Tiempo	Otro	Observación
Compra de leche			
Compra de cuajo			
Compra de sal			
Compra de moldes			
Pago de agua mensual			
Pago de energía eléctrica mensual			
Amortización de equipos y utensilios			
Pago al personal			
Amortización de préstamos			
Mano de Obra			
Costo unitario			
Costos de producción Yogurt	Unidad / Tiempo	Otro	Observación
Materia prima (Leche)			
Cepa microbiana			
Gas/leña			
Compra de envases			
Pago de agua mensual			
Pago de energía eléctrica mensual			
Amortización de equipos y utensilios			
Pago al personal			
Amortización de préstamo			
Mano de Obra			
Costo unitario			
Ingresos por ventas	Unidad / Tiempo	Precio/unitario	Observación
Leche entera vendido			
Cantidad yogurt vendido			
Cantidad queso vendido			
Precio unitario yogurt?			
Precio unitario queso?			
Mercado de comercialización	Clientes	Lugar de venta	Tipo de pago

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho			
Productor:			
Leche			
Yogurt			
Queso fresco			

Anexo 5

Análisis de fiabilidad para la variable Asociatividad – Productores Asociados de derivados lácteos

Matriz Encuestados / Número de Pregunta																							
Capacidad emprendedora						Conformismo				Capacidad productiva							Asociatividad						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
4	5	4	4	3	3	5	4	4	3	2	1	2	2	2	4	3	1	2	4	3	2	4	2
5	4	4	4	2	2	5	5	4	3	4	1	4	4	2	5	4	1	2	4	2	4	4	2
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	1	4	2	2	5	3	5	4	1	5	3	3	2
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	1	2	3	2	5	3	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	3	3	5	5	4	4	2	1	4	3	2	5	3	5	5	5	5	5	5	4
Sumatoria de varianzas de los ítems (Preguntas)														17.36									
Varianza de la suma de los ítems (Preguntas)														73.44									
K= Numero de ítems (Preguntas)														24.00									
Alfa de Cronbach														0.80									

Nota: SPSS V.22

Anexo 6

Análisis de fiabilidad para la variable Asociatividad – Productores No Asociados de derivados lácteos

Matriz Encuestados / Número de Pregunta																						
Capacidad emprendedora						Conformismo				Capacidad productiva							Asociatividad					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	1	2	3	4	5	3	1	4	4	4	2	2
4	5	5	5	3	3	2	3	2	4	2	1	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2
2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	2	4	4	3	5	4	4	4	2	2
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	2	1	2	2	4	5	3	1	4	4	4	2	2
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	3	1	4	4	4	3	3	4	1	3
4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	1	4	3	4	5	4	1	5	2	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	1	2	3	4	4	3	1	4	2	4	4	4
4	5	5	4	2	3	4	4	5	4	2	1	2	2	4	5	2	1	2	4	4	2	2
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	1	2	2	2	5	2	5	4	5	5	1	5
5	4	5	4	4	3	4	5	3	4	2	1	2	3	2	4	3	5	4	4	5	1	3
5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	2	1	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	3
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	1	2	2	2	4	2	5	2	4	4	2	3
5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	1	4	4	2	5	3	4	4	4	4	2	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	1	2	2	2	4	2	1	4	1	2	1	3
4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	2	1	2	2	2	4	2	5	2	4	4	2	3
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	1	2	2	2	4	2	3	4	4	5	2	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	1	3	3	2	4	3	1	4	4	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	2	2	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4
Sumatoria de varianzas de los ítems (Preguntas)																17.07						
Varianza de la suma de los ítems (Preguntas)																62.27						
K= Numero de ítems (Preguntas)																23.00						
Alfa de Cronbach																0.76						

Nota: SPSS V.22

Anexo 7

Análisis de fiabilidad para la variable Comercialización – Productores Asociados de derivados lácteos.

Matriz Encuestados / Número de Pregunta															
Producción				Precio				Mercado							
25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	2	2	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1
3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2
1	2	1	2	4	1	2	3	2	4	4	4	2	3	2	2
4	5	5	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	3	4	4
5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	1	3	4	4
Sumatoria de varianzas de los ítems (Preguntas)										25.84					
Varianza de la suma de los ítems (Preguntas)										267.76					
K= Numero de ítems (Preguntas)										16.00					
Alfa de Cronbach										0.96					

Nota: SPSS V.22

Anexo 8

Análisis de fiabilidad para la variable Comercialización – Productores No Asociados de derivados lácteos

Matriz Encuestados / Número de Pregunta														
Producción			Precio				Mercado							
24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
2	3	2	3	2	3	2	5	3	5	4	2	2	4	2
2	1	2	4	1	4	2	3	4	3	3	1	2	3	2
2	2	2	2	1	3	2	4	2	4	3	1	1	3	2
2	2	3	2	1	3	2	4	2	5	5	1	2	5	2
5	3	4	3	2	4	4	5	3	5	5	2	1	5	2
2	3	4	3	1	4	4	4	3	4	4	1	1	4	1
4	3	2	3	1	3	2	4	3	4	4	3	1	4	1
2	2	3	2	1	2	2	4	2	4	4	3	2	3	1
2	2	3	2	1	2	2	5	2	5	5	1	2	5	1
2	3	2	3	1	3	2	5	3	5	5	2	3	5	1
1	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	1	2	4	1
2	1	2	2	1	2	2	4	2	4	4	1	1	4	1
4	5	4	5	1	3	4	5	4	5	5	1	2	5	2
2	2	2	2	1	2	2	4	2	4	4	1	2	4	2
4	2	2	2	1	2	2	4	2	4	4	1	3	4	2
3	2	2	2	1	2	4	5	2	5	5	1	1	5	2
2	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	1	3	4	2
3	2	2	5	2	3	2	5	2	5	5	2	2	5	1
Sumatoria de varianzas de los ítems (Preguntas)										7.88				
Varianza de la suma de los ítems (Preguntas)										31.56				
K= Numero de ítems (Preguntas)										15.00				
Alfa de Cronbach										0.80				

Nota: SPSS V.22

Anexo 9

Análisis de fiabilidad para la variable Rentabilidad – Productores Asociados de derivados lácteos

Matriz Encuestados / Número de Pregunta						
Costos			Ingresos			
41	42	43	44	45	46	47
2	2	1	2	5	4	3
2	2	2	1	5	4	3
1	2	2	2	5	2	1
2	4	2	4	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5
Sumatoria de varianzas de los ítems (Preguntas)						8.16
Varianza de la suma de los ítems (Preguntas)						36.56
K= Numero de ítems (Preguntas)						7.00
Alfa de Cronbach						0.91

Nota: SPSS V.22

Anexo 10

Análisis de fiabilidad para la variable Rentabilidad – Productores No Asociados de derivados lácteos

Matriz Encuestados / Número de Pregunta						
Costos			Ingresos			
39	40	41	42	43	44	45
2	1	3	2	3	2	4
3	1	4	3	4	4	4
3	3	3	3	4	2	4
2	1	4	2	3	2	2
1	1	3	3	4	1	5
5	2	4	4	5	4	4
2	4	4	4	5	4	4
2	1	2	2	3	2	4
2	1	5	2	3	1	3
2	2	2	3	3	1	3
2	2	3	3	2	2	2
3	1	4	3	5	2	4
2	1	3	3	3	2	3
2	1	2	3	2	1	2
1	1	2	3	5	2	2
2	1	4	3	5	2	3
2	1	3	3	3	2	3
2	2	4	4	5	4	4
Sumatoria de varianzas de los ítems (Preguntas)						5.49
Varianza de la suma de los ítems (Preguntas)						17.40
K= Numero de ítems (Preguntas)						7.00
Alfa de Cronbach						0.80

Nota: SPSS V.22

Anexo 11

Registro fotográfico





CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD 043-2024-UNSCH-EPG/EGAP

El que suscribe; responsable verificador de originalidad de trabajo de tesis de Posgrado en segunda instancia para la **Escuela de Posgrado- UNSCH**; en cumplimiento a la Resolución Directoral N° 198-2021-UNSCH-EPG/D, Reglamento de Originalidad de trabajos de Investigación de la UNSCH, otorga lo siguiente:

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

AUTOR	Bach. Roly Gomez Bautista
DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS	MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS
GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA	MAESTRO
DENOMINACIÓN DEL GRADO ACADÉMICO	MAGISTER SCIENTIAE EN AGRONEGOCIOS
TÍTULO DE TESIS	Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho
EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD:	18% de similitud
N° DE TRABAJO	2325920024
FECHA	20 de marzo de 2024

Por tanto, según los artículos 12, 13 y 17 del Reglamento de Originalidad de Trabajos de Investigación, es procedente otorgar la constancia de originalidad con depósito.

Se expide la presente constancia, a solicitud del interesado para los fines que crea conveniente.

Ayacucho, 20 de marzo del 2024.


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN
CRISTÓBAL DE HUAMANGA
ESCUELA DE POSGRADO
Ing. Edith Geovana Asto Peña
Responsable Área Académica

Influencia de la asociatividad
en la comercialización y
rentabilidad de los derivados
lácteos en la comunidad de
Satica, Los Morochucos,
provincia de Cangallo, región
Ayacucho

por Roly Gomez Bautista

Fecha de entrega: 20-mar-2024 12:04p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2325920024

Nombre del archivo: TESIS_GOMEZ_BAUTISTA_200324.docx (2.15M)

Total de palabras: 24203

Total de caracteres: 132434

Influencia de la asociatividad en la comercialización y rentabilidad de los derivados lácteos en la comunidad de Satica, Los Morochucos, provincia de Cangallo, región Ayacucho

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	www.mef.gob.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	hemeroteca.unad.edu.co Fuente de Internet	1%
5	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	www.revistaespacios.com Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.grafiati.com Fuente de Internet	1%

9	repositorio.lamolina.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	<1 %
11	tind-customer-agecon.s3.amazonaws.com Fuente de Internet	<1 %
12	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
13	sdot.pcm.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
14	lechepascual.es Fuente de Internet	<1 %
15	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %
17	patents.google.com Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
19	www.bausate.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

20	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	Espinoza Aliaga, Diana. "Plan Estrategico del Sector Lacteo de Cajamarca.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2021 Publicación	<1 %
22	repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	portaldelcampo.cl Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.umb.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	revistas.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %

dominiodelasciencias.com

30	Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.udea.edu.co Fuente de Internet	<1 %
32	www.grade.org.pe Fuente de Internet	<1 %
33	memorias.somib.org.mx Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1 %
35	arxiv-export-lb.library.cornell.edu Fuente de Internet	<1 %
36	uniminuto-dspace.scimago.es Fuente de Internet	<1 %
37	explorable.com Fuente de Internet	<1 %
38	www.rci.com.pe Fuente de Internet	<1 %
39	Holmes Rodríguez Espinosa, Carlos Julián Ramírez Gómez, Luis Fernando Restrepo Betancur. "Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales", Revista de Economía e Sociología Rural, 2018 Publicación	<1 %

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 30 words



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR
AL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER SCIENTIAE EN AGRONEGOCIOS
RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 00142-2024-UNSCH-EPG/D

Siendo las 5:00 Pm. de 19 de febrero de 2024 se reunieron en el auditorium de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, el Jurado Examinador y Calificador de tesis, presidido por el **Dr. Emilio Germán RAMÍREZ ROCA** director de la Escuela de Posgrado, el Mtro. Walter Augusto MATEU MATEO director de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Agrarias, por los siguientes miembros: **Dr. Francisco CONDEÑA ALMORA** y el **Mg. Percy HUAUYA PABLO**; para la sustentación oral y pública de la tesis intitulado **INFLUENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS DERIVADOS LACTEOS EN LA COMUNIDAD DE SATICA, LOS MOROCHUCOS, PROVINCIA DE CANGALLO, REGION AYACUCHO**. En la Ciudad de Ayacucho del 2024, presentada por el **Bach. ROLY GOMEZ BAUTISTA**. Teniendo como asesor al **Dr. AGUSTIN JULIAN PORTUGUEZ MAURTUA**.

Acto seguido se procedió a la exposición de la tesis, con el fin de optar al Grado Académico de **MAGISTER SCIENTIAE EN AGRONEGOCIOS**, Formuladas las preguntas, éstas fueron absueltas por la graduanda.

A continuación el Jurado Examinador y Calificador de tesis procedió a la votación, la que dio como resultado el siguiente calificativo: aprobado (14)

CALIFICACION (*)

Aprobado por unanimidad	x
Aprobado por Mayoría	-
Desaprobada por Unanimidad	-
Desaprobada por mayoría	-

(*) Marcar con aspa

Luego, el presidente del Jurado recomienda que la Escuela de Posgrado proponga que se le otorgue el **Bach. ROLY GOMEZ BAUTISTA** el Grado Académico de **MAGISTER SCIENTIAE EN AGRONEGOCIOS**. Siendo las 7:00 pm hrs. Se levanta la sesión.

Se extiende el acta en la ciudad de Ayacucho, a las 7:00 pm hrs. Del 19 de febrero 2024.

.....
Dr. Emilio Germán RAMÍREZ ROCA
Director (e) de la Escuela de Posgrado

.....
Dr. WALTER AUGUSTO MATEU MATEO
Director de la Unidad de Posgrado – FCA

.....
Dr. Francisco CONDEÑA ALMORA
Miembro

.....
Mg. Percy HUAUYA PABLO
Miembro

.....
Dr. Marco Rolando ARONES JARA
Secretario Docente

Observaciones:

.....
.....